

**ANALISIS KASUS PLAGIARISME LOGO META FACEBOOK.INC DENGAN LOGO M-SENSE MIGRAINE PERUSAHAAN KESEHATAN DIGITAL  
(Kasus Pelanggaran Kode Etika Profesi atau Plagiarisme dalam Bidang Desain atau Seni)**

**Salsabilla Cantika Sujarwoputri Zahwa<sup>1</sup>, Mahimma Romadhona<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
cantikasalsabilla16@gmail.com<sup>1</sup>

<sup>2</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
mahimma.dkv@upnjatim.ac.id<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Adanya internet banyak dampak yang ditimbulkan, salah satunya adalah dampak negatif. Dalam industri desain komunikasi visual sangat memungkinkan hal tersebut terjadi, karena sangat berperan penting dalam proses pencarian ide. Salah satunya adalah kasus plagiarisme dari logo Meta buatan facebook dengan logo M-sense dari perusahaan kesehatan digital, salah satu perusahaan kesehatan yang berasal dari Jerman. Peristiwa ini menjadi suatu pemberitaan setelah banyak dibahas oleh para netizen maupun reporter. Penelitian ini bertujuan membahas berbagai plagiarism yang dilakukan oleh perusahaan M-sense migraine dari sisi desain. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam pengumpulan data penelitiannya, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka atau melalui berbagai dokumen yang ada. Sehingga dapat diketahui bahwa hasil dari analisis pihak perusahaan asal Rusia tersebut melakukan tipe plagiat sedang, yaitu sebesar 60%.

**Kata Kunci:** *Plagiarisme, Logo, Media, Desain*

**ABSTRACT**

*The existence of the internet has many impacts, one of which is a negative impact. In the visual communication design industry, this is very possible, because it plays an important role in the process of finding ideas. One of them is a case of plagiarism from the Meta logo made by Facebook with the M-sense logo from a digital health company, a health company from Germany. This incident became news after much discussion by netizens and reporters. This study aims to discuss various plagiarisms carried out by the M-sense migraine company from a design perspective. In this study using qualitative methods. In collecting research data, researchers use data collection techniques literature study or through various existing documents. So that it can be seen that the results of the analysis of the Russian company did moderate type of plagiarism, which is 60%.*

**Keywords:** *Plagiarism, Logo, Media, Design*

**PENDAHULUAN**

Globalisasi terjadi karena berbagai sebab, salah satunya bidang teknologi informasi yang menyebar ke berbagai belahan dunia. Salah satu dampak dari globalisasi dalam ilmu pengetahuan adalah kemajuan teknologi yang berhasil membuat banyak inovasi di kehidupan sosial masyarakat. Globalisasi juga membuat kemajuan pada perkembangan media. Hal itu berkaitan dengan hadirnya internet. Internet merupakan sebuah dunia maya yang bersifat global yang dapat menembus ruang dan waktu, dalam arti lain internet mampu menjangkau wilayah-wilayah yang secara geografis berjauhan dalam waktu yang sama (Wardana and Husna 2017). Hadirnya internet sangat mempermudah banyak orang dalam segala hal, salah satunya dalam bidang informasi. Meskipun secara fisikteknologi internet merupakan wujud dari penggabungan jaringan berbagai komputer dunia, internet dapat dianggap sebagai gudang informasi. Sehingga, menjadikan internet sebagai salah satu sumber daya informasi yang sangat potensial untuk mempermudah sistem dalam kehidupan (Talika 2016). Menurut Belch & Belch (Morissan 2014) internet dapat

didefinisikan sebagai sebuah sarana di seluruh dunia untuk bertukar informasi dan menjalin komunikasi melalui jaringan komputer yang saling terhubung. Oleh sebab itu, saat ini orang-orang yang mempunyai komputer dan modem dapat mengakses internet serta menjadi bagian dari jaringan komunikasi dunia. Namun, semakin berkembangnya internet saat ini dapat menimbulkan banyak dampak negatif bagi para penggunanya. Termasuk dalam dunia industri DKV atau yang lebih dikenal dengan desain grafis. Tinarbuko di dalam bukunya mengungkapkan bahwa desain komunikasi visual (DKV) adalah konsentrasi ilmu yang membahas bentuk komunikasi dan ungkapan daya kreatif, kemudian dikembangkan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah berbagai elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout (Tinarbuko 2015).

Dalam hal ini, para desainer grafis dapat dengan mudah mengakses internet yang berfungsi untuk menambah informasi dalam pembuatan desain grafis (Wardana and Husna 2017). Hal tersebut pada saat desainer grafis mencari informasi terlebih dalam proses perancangan, maka dapat mengakibatkan terjadinya plagiat yang dilakukan dengan sengaja atau pun tanpa sengaja. Hal ini dikarenakan semua hasil karya desainer lain dapat dengan mudah untuk dimodifikasi atau pun ditiru tanpa harus meminta izin kepada pembuat desain aslinya. Belinda dalam Soelistyo (2011) menulis, bahwa plagiarisme diartikan sebagai penjiplakan ide, gagasan atau karya orang lain untuk diakui sebagai karyanya sendiri atau menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumbernya sehingga menimbulkan asumsi yang salah atau keliru mengenai asal muasal dari suatu ide, gagasan atau karya. Soelistyo (2011) sendiri berpendapat bahwa plagiarisme dapat dibedakan dalam empat tipe, yaitu : plagiarisme ide, plagiarisme kata-demi kata, plagiarisme atas sumber, dan plagiarisme kepengarangan. Maka dapat disimpulkan bahwa plagiarisme atau sering disebut plagiat adalah tindakan meniru karya orang lain seolah-olah merupakan karyanya sendiri, karya yang dimaksud termasuk dalam bidang desain grafis. Hal ini lah yang dialami oleh salah satu perusahaan kesehatan digital M-Sense Migraine yang berasal dari Jerman , Terjadi plagiarism terhadap logo aplikasi internasional yaitu logo Meta facebook. Kejadian plagiarisme ini terjadi pada 29 oktober 2021 lalu dan menjadi perbincangan serius dikalangan situs berita maupun seluruh platform media sosial. Mengenai informasi tentang facebook, *Facebook* merupakan aplikasi media sosial populer yang diprakarsai oleh empat orang mahasiswa Harvard yaitu Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. Terciptanya *facebook* tidak langsung terjadi begitu saja, namun melalui beberapa proses yang harus dilalui oleh keempat pencipta *facebook* ini. Mark sudah beberapa kali menciptakan proyek yang mirip dengan *facebook* semasa kuliah, seperti *facemash* dan *CourseMatch*.

Berawal dari beberapa proyek ini,tercetuslah ide untuk membuat aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi apapun yang diinginkan. Pada Februari 2004 *Thefacebook* diluncurkan, *thefacebook* merupakan Langkah awal lahirnya media sosial populer ini, namun versi awal dari *facebook* generasi pertama hanya sebatas untuk mahasiswa Harvard saja. Pada 2005 *thefacebook* merambah mahasiswa lain di seluruh dunia bahkan mencapai perusahaan Apple dan Microsoft. Mark menghapus “*the*” dan menyisakan *facebook* sebagai nama media sosial yang dibuatnya. Zuck bahkan sampai membeli domain facebook.com dengan harga 200.00 dollar AS atau Rp. 2,8 miliar. Facebook semakin besar seiring dengan jumlah penggunanya yang bertambah, hal ini mendorong Mark untuk berhenti kuliah dan focus mengembangkan facebook. Kini *facebook* memiliki kantor tetap di Silicon Valley dengan luas 250 hektar yang diisi dengan 30 bangunan. *Facebook* juga menambah jumlah pegawainya, yang awalnya hanya 7 orang, saat ini sudah mencapai 58.604 orang. Tidak hanya itu, bahkan *facebook* saat ini juga mencaplok dua media sosial besar di dunia yaitu *whatsapp*, dan *Instagram*. Setelah 17 tahun berdiri dan meraih banyak pendapatan serta pengguna di seluruh dunia, facebook mengganti logo induknya. Meta Platform Inc. Menjadi pengganti facebook Inc. yang memayungi Facebook, Whatsapp dan Instagram. Perubahan yang terjadi bukanlah tanpa alasan, perubahan ini memiliki kesesuaian dengan visi misi facebook yaitu menjadi perusahaan metaverse. Sehingga nama “Meta” diambil dari penggalan kata “metaverse”. Meta mengisyaratkan kepada dunia bahwa perusahaan milik Mark ingin melampaui segala pencapaian yang sudah dilakukan oleh perusahaan ini selama 17 tahun dan menuju yang “tak terbatas”. Perubahan logo facebook menyita perhatian para

penggunanya di seluruh dunia, bahkan beberapa hari setelah perubahan logo baru dirilis, banyak mengundang penilaian dari berbagai dunia tentang logo baru tersebut.

Beberapa akun di media sosial Instagram menganalisis logo baru facebook yang dianggap meniru logo perusahaan M-Sense Migraine yang bergerak pada bidang Kesehatan. M-Sense dalam akun twitternya merespon logo baru yang dirilis oleh facebook “We are very honoured that facebook felt inspired by the logo of our migraine app – maybe they’ll get inspired by our data privacy procedure as well” Beberapa akun media sosial juga membahas mengenai logo baru facebook yang mirip dengan perusahaan M-Sense Migrain, salah satunya adalah akun Instagram @teknologi\_id dan @linkedinflexes. Jika melihat kesamaan logo merek Meta dan M-sense menurut hukum di Indonesia, maka akan mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG). Merek merupakan tanda pembeda barang dan/atau jasa dalam kegiatan perdagangan yang dapat berbentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna (dalam bentuk dua atau tiga dimensi), suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau tiga unsur tersebut (Pasal 1 angka 1 UU MIG). Agar mendapat perlindungan, terdapat prinsip first to file dalam perlindungan merek. Artinya, merek harus didaftarkan terlebih dahulu untuk dapat dilindungi dan pemilik merek mendapat hak atas merek (Pasal 3 UU MIG). Dengan adanya prinsip first to file ini, dapat melindungi pemilik merek dari pihak-pihak lain yang ingin menggunakan merek serupa. Hal ini juga ramai diperbincangkan oleh netizen, di berbagai platform seperti Twitter, Reddit, hingga LinkedIn. Sampai saat ini pihak Facebook belum menanggapi atau memberi pernyataan terkait hal ini.

Teori Plagiarisme atau plagiat adalah suatu perilaku meniru ide, gagasan, atau hasil karya orang lain yang selanjutnya diakui sebagai karya pribadi atau dengan kata lain menggunakan karya orang lain namun tidak menyebutkan sumbernya sehingga menimbulkan asumsi yang salah atau keliru mengenai asal muasal dari suatu ide, gagasan atau karya (Budi 2011). Plagiarisme sederhananya adalah melakukan copy dan paste dari produk intelektual orang lain yang disalahgunakan tanpa menyebutkan nama penulis, penemu, dan penggagas orisinal (Shadiqi). Soelistyo di dalam bukunya menyampaikan bahwa plagiarisme atau plagiat dapat diklasifikasikan dalam beberapa tipe, yaitu (Budi 2011):

1. Plagiat Ringan, jumlah plagiat kurang dari 30%.
2. Plagiat Sedang, jumlah plagiat 30%-70%.
3. Plagiat Total, jumlah plagiat lebih dari 70%.

## **METODE PENELITIAN**

Metode dalam penulisan artikel ini adalah metode penelitian kualitatif. Bogdan dalam Saeful (2009) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data secara deskriptif berupa ucapan atau pun tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Menurut Sugiyono dalam bukunya, bahwa metode kualitatif dapat terjadi tiga kemungkinan terhadap “masalah” dalam penelitian, yang pertama “masalah” yang dibawa oleh peneliti tidak mengalami perubahan hingga akhir penelitian. Yang kedua “masalah” yang dibawa peneliti mengalami perluasan atau lebih mendalam dari permasalahan yang telah disiapkan. Yang ketiga “masalah” yang dibawa peneliti mengalami perubahan atau berganti masalah setelah proses penelitian sedang berlangsung (Sugiyono 2018). Menurut Creswell (2008) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut, peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi kemudian dikumpulkan yang berupa kata maupun teks. Kumpulan informasi tersebut kemudian dianalisis. Dari hasil analisis peneliti kemudian menjabarkan dengan penelitian-penelitian ilmuwan lain yang dibuat sebelumnya. Hasil akhir penelitian kualitatif dituangkan dalam bentuk laporan tertulis.

Dapat disimpulkan bahwa teknik analisis yang peneliti menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Selain itu, dalam penulisan ini masalah pada penelitian ini adalah tetap yang

dimulai sejak awal penelitian. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka yaitu mengumpulkan dan menganalisis berbagai artikel berita dari berbagai sumber yang berkaitan dengan plagiarisme logo Meta aplikasi Facebook. Peneliti juga menggunakan beberapa sumber website ternama yang meliputi plagiarisme kasus tersebut sebagai sumber data dalam penelitian. Sehingga peneliti dapat mengetahui informasi lebih luas dan lengkap mengenai objek yang akan diteliti secara mendalam. Objek penelitian yang akan dibahas dalam penulisan ini adalah logo Meta buatan aplikasi Facebook, yang diplagiat oleh logo M-Sense migraine salah satu perusahaan kesehatan digital asal Jerman. Kemudian, teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu mengumpulkan dan menganalisis berbagai artikel berita dari berbagai sumber yang berkaitan dengan pembajakan logo Meta.

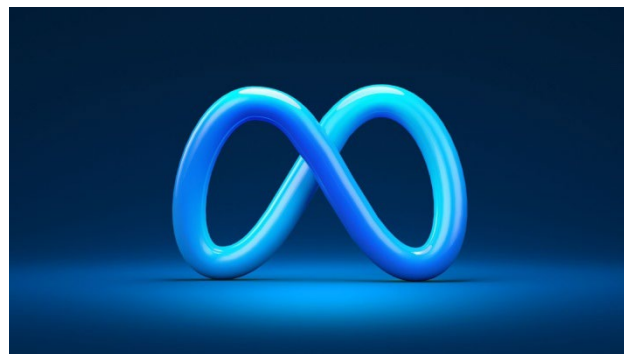
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan menjelaskan, "Meta" dipilih sebagai nama baru Facebook Inc karena kata ini bisa berarti "beyond" atau "melampaui", sejalan dengan visi Facebook untuk membangun "Metaverse". "Dengan metaverse, kita bisa melampaui batasan layar, batas jarak, dan bahkan fisika. Meta adalah pengingat bahwa selalu ada lebih banyak hal untuk diciptakan," tulis Meta. Untuk mewakili visi Meta itulah perusahaan akhirnya memilih logo menyerupai simbol "infinity". Yang istimewa, Meta mengatakan, logo ini digambar menggunakan teknologi virtual reality (VR) Quest milik perusahaan sendiri.



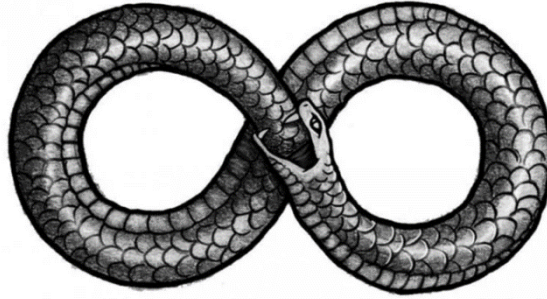
**Gambar 1** logo Meta Facebook  
(Sumber : Internet)

Menurut Meta, proses desain logo perusahaan tidak dilakukan secara tradisional, yakni dalam format dua dimensi saja (2D). Namun, logo baru Meta sengaja dibuat menjadi logo bergerak dengan gerakan meliuk unik secara terus menerus. Selama pergerakannya, logo ini dapat memberikan kesan 2D dan 3D sekaligus. Karena itulah, logo Meta sebenarnya bisa menampilkan bentuk yang berbeda-beda, tergantung perspektif atau sudut pandang orang yang melihatnya. Di satu sisi, logo Meta bisa mirip seperti simbol "infinity". "Bentuk ini melambangkan cakrawala tak terbatas di Metaverse," tulis pihak Meta. Namun, bila dilihat dari sisi lain, logo Meta juga menyerupai huruf "M", yang tak lain ialah untuk merepresentasikan nama Meta itu sendiri.



**Gambar 2** logo Meta 2D atau 3D Facebook (Sumber : Internet)

Meski terkesan modern, ternyata simbol "infinity" yang digunakan Meta dan beberapa perusahaan lainnya itu berasal dari simbol kuno. Satu teori menyatakan bahwa simbol infinity itu sebenarnya berasal dari simbol kuno bernama "ouroboros". Simbol "ouroboros" menampilkan gambar seekor ular atau naga yang menggigit ekornya sendiri, sambil melingkar hingga membentuk angka 8 secara horizontal. Simbol "infinity" sendiri juga digambarkan dengan lekukan garis yang membentuk angka 8 secara horizontal. Secara historis, simbol ouroboros melambangkan ketidakterbatasan dan siklus kelahiran dan kematian.



**Gambar 3** simbol kuno "ouroboros"  
(Sumber : Kompas.com)

#### **Analisis Plagiarisme Logo Meta Facebook oleh M-Sense Migraine Jerman**



**Gambar 4** Logo plagiarisme M-Sense  
(Sumber : Internet)

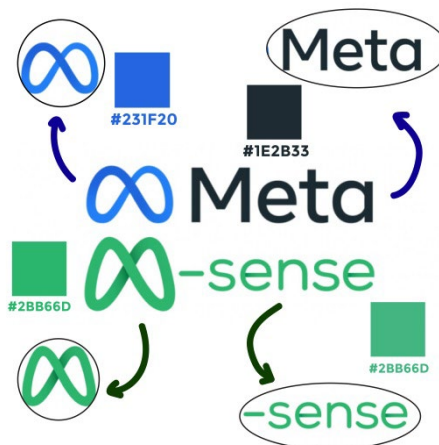
“Permohonan merek logo meta dapat ditolak apabila pemohon memiliki niat untuk meniru, menjiplak atau mengikuti merek pihak lain demi kepentingan usahanya sendiri.” Pada 28 Oktober 2021, perusahaan yang bergerak di bidang situs web jejaring sosial terbesar di dunia, Facebook Inc. telah resmi mengganti namanya menjadi Meta Platform Inc. Penggantian nama perusahaan ini juga diikuti dengan perubahan logo perusahaan yang juga menjadi merek usahanya. Namun ternyata, logo baru Meta milik Meta Platform Inc. ini serupa dengan logo M-sense, aplikasi kesehatan asal Jerman yang berfokus untuk mengatasi sakit kepala dan migrain yang tersertifikasi. Pihak M-sense juga sempat “menyentil” kemiripan logo mereknya dengan Meta dalam cuitan di akun twitternya pada 29 Oktober lalu. Bila diamati, kedua logo tersebut memiliki kesamaan. Oleh sebab itu, peneliti memaparkan hasil dari berbagai hal yang telah di plagiat oleh perusahaan asal Rusia tersebut dari sisi desain, sebagai berikut:



**Gambar 5** Letak plagiarisme logo M-sense asal Jerman  
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Dalam kasus ini, plagiarisme yang dilakukan oleh perusahaan Jerman yaitu Migraine (Kesehatan Digital) termasuk ke dalam klasifikasi plagiarisme tipe plagiat total, yaitu dimana jumlah plagiat yang dilakukan oleh perusahaan asal Jerman tersebut lebih dari 60%. Hal ini dikuatkan dengan berbagai bentuk yang dikaitkan dengan teori yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

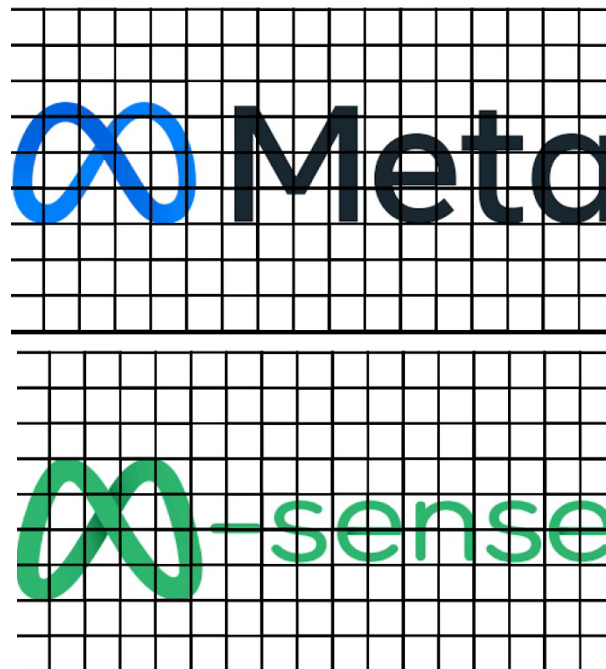
1. Ditinjau dari bentuk Logogram  
Berikutnya bila ditinjau dari kesamaan logo yang dimiliki oleh perusahaan Migraine asal Jerman. Hal plagiat yang dilakukan dalam bentuk 'M' menyambung seperti simbol 'Infinity' Secara ukuran memiliki persamaan. Hanya sedikit perbedaan oleh M-sense terdapat simbol (-) di tengah – tengah perantara logogram dan logotype.
2. Ditinjau dari bentuk Logotype  
Kemudian hal plagiat yang dilakukan oleh M-sense adalah tulisan judul "SENSE" dengan "META" yang memiliki kesamaan bentuk font seperti serif dan juga ukuran. Kemudian terdapat sedikit perbedaan dalam hal panjang pendek pada logo perusahaan migraine tersebut lebih memanjang kebawah dibanding dengan logo Meta Facebook.
3. Ditinjau dari Warna Logogram dan logotype  
Apabila dilihat dengan seksama, penggunaan warna pada logo yang terdapat pada logo perusahaan M-sense Migraine dengan logo Meta Facebook memiliki perbedaan. yaitu pada logo Meta Facebook biru gelap, dengan font type berwarna hitam, sedangkan pada logo perusahaan M-sense Migraine memiliki hijau gelap bercampur dengan hijau muda. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar kelima.



**Gambar 6** Letak perbedaan elemen warna masing-masing  
Logogram dan logotype (Sumber : Dokumen Pribadi)

Selain hal-hal yang telah dipaparkan bagian sebelumnya, bukti plagiarisme juga dapat ditemukan dalam tata letak (layout) logo yang dibuat peneliti. Agar dapat terlihat lebih detail plagiarism dari logo perusahaan M-sense Migraine Jerman terhadap Meta facebook, peneliti tampilkan layout dari kedua logonya, sebagai berikut:

4. Ditinjau dari ukuran logo dengan menggunakan grid layout



**Gambar 6** Grid Logo Meta Facebook (Atas) Grid Logo M-sense Jerman (Bawah)  
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Dari gambar di atas terbukti bahwa logo M-sense Migraine Jerman benar-benar melakukan plagiat logo Meta Facebook, karena letak penempatan desainnya yang sudah peneliti buat dalam grid sama persis, yang membedakan hanyalah perbedaan font pada tulisan “SENSE” nya dengan “META” dan M-sense terdapat simbol (-) di tengah – tengah perantara logogram dan logotype. Selain itu, terdapat perbedaan warna yaitu pada logo Meta Facebook biru gelap, dengan font type berwarna hitam, sedangkan pada logo perusahaan M-sense Migraine memiliki hijau gelap bercampur dengan hijau muda. Maka berdasarkan pembahasan dan bukti-bukti kuat yang peneliti lakukan diatas, kasus plagiarisme logo M-Sense Jerman kepada Logo Meta Facebook memang mutlak atau bisa dikatakan melakukan plagiarisme sebagai berikut :

- Aspek yang di jiplak ialah plagiarisme ide
- Proporsi yang di jiplak plagiat sedang yaitu sebesar 60%
- Pola plagiarisme yaitu plagiarisme mozaik
- Aspek kesengajaan yaitu plagiarisme yang disengaja.

**Tindak Lanjut Meta Facebook dan Perusahaan Kesehatan Digital M-Sense Migraine Jerman.**

Meskipun dengan melihat kesamaan logo merek Meta dan M-sense menurut hukum di Indonesia, maka akan mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG). Merek merupakan tanda pembeda barang dan/atau jasa dalam kegiatan perdagangan yang dapat berbentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna (dalam bentuk dua atau tiga dimensi), suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau tiga unsur tersebut (Pasal 1 angka 1 UU MIG). Agar mendapat perlindungan, terdapat prinsip first to file dalam perlindungan merek. Artinya, merek harus didaftarkan terlebih dahulu untuk dapat dilindungi dan pemilik merek mendapat hak atas merek (Pasal 3 UU MIG). Dengan adanya

prinsip first to file ini, dapat melindungi pemilik merek dari pihak-pihak lain yang ingin menggunakan merek serupa. Hal ini juga ramai diperbincangkan oleh netizen, di berbagai platform seperti Twitter, Reddit, hingga LinkedIn. Sampai saat ini pihak Facebook belum menanggapi atau memberi pernyataan terkait hal ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penulisan ini, dapat disimpulkan bahwa dengan perkembangan pada teknologi informasi dan komunikasi sangat membantu dalam mencari data yang dibutuhkan. Karena semua dapat terhubung secara global. Pada sisi lain, perkembangan teknologi informasi tersebut memberikan dampak negatif pula bagi penggunaannya. Terlebih dalam bidang desain grafis. Para desainer dapat dengan mudah untuk mencari gambar yang sangat memungkinkan terjadinya kasus-kasus plagiat. Hal inilah yang terjadi pada perusahaan asal Jerman, yakni M-Sense Migraine yang melakukan plagiat terhadap logo yang dimiliki oleh Meta dalam aplikasi Facebook.inc. Dari sisi desain didapatkan bahwa pihak perusahaan M-sense Migraine melakukan tipe plagiat total yang meliputi sisi bentuk logo hingga ke penempatan layout.

Oleh sebab itu, sebagai desainer sebaiknya melihat karya milik orang lain hanya sebatas untuk menambah ide saja, dalam proses pembuatan desainnya lebih baik gunakan imajinasi atau ide sendiri yang berbeda. Kemudian, penting dilakukan bagi pihak mana pun untuk mendaftarkan hak cipta terdapat desainnya sehingga mendapatkan perlindungan hukum apabila terjadi kasus plagiarism atau plagiat.

## REFERENSI

- Azzahra , Annisaa. 2021. *Logo Meta Mirip dengan M-sense? Awas! Merek Serupa Bisa Dibatalan!*. Smartlegal.id.
- Budi, Henry Soelistyo. 2011. *Plagiarisme: Pelanggaran Hak Cipta dan Etika*. Yogyakarta: Kanisius.
- Edo Galasro Limbong , Siti Amalia , Ibnu Fadhila. 2020. *ANALISIS PLAGIARISME LOGO OLEH INKOM TEHSNAB*. Universitas Indraprasta PGRI Jakarta.
- Ibrahim, Rezandi Fahri. 2021. *Logo Meta Buatan Facebook Mirip dengan Logo Perusahaan Kesehatan Digital ini, Apakah Plagiat*. Teras Gorontalo.com.
- Kusumah, Fabian Pratama Kusumah. 2021. *Logo Meta Buatan Facebook Ternyata Plagiasi M-Sense?*. Teknologi.id.
- Ledewyk Sagala, Andreas. 2013. *"Tinjauan histori logo PT. Telkom Indonesia Tbk."* Sarjana Tugas Akhir, Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia.
- Riyanto, Galuh Putri. 2021. *Makna dan Asal-usul Logo Meta, Perusahaan Induk Baru Facebook*. Tekno.Kompas.com.
- Saripudin Irpan, Maheni DK Tiyas, dan Agnes NB Dwi. *BENTUK-BENTUK PLAGIARISME DALAM PEMBUATAN GAMBAR GESTALT*. Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.
- Siti Faridah, S.H. 2021. *Dugaan Plagiat Logo Baru Meta: Berikut Penjelasan Hak Cipta Logo dalam Perspektif Hukum Indonesia*. heylawedu.id.
- Syafnidawaty. 2020. *Penelitian Kualitatif*. Universitas Raharja.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.