



PERSONA SELEBRITI: HAK PERUNDANGAN DI MALAYSIA

CELEBRITY PERSONA: LEGAL RIGHTS IN MALAYSIA

Nor Azlina Mohd Noor^{1*}, Ahmad Shamsul Abd Aziz², Mazita Mohamed³

¹ School of Law, UUM COLGIS, Universiti Utara Malaysia, Malaysia
Email: norazlyna@uum.edu.my

² School of Law, UUM COLGIS, Universiti Utara Malaysia, Malaysia
Email: sham@uum.edu.my

³ School of Law, UUM COLGIS, Universiti Utara Malaysia, Malaysia
Email: mazita@uum.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:

Received date: 02.06.2020

Revised date: 12.06.2020

Accepted date: 14.06.2020

Published date: 15.06.2020

To cite this document:

Mohd Noor, N. A., Abd. Aziz, A. S., & Mohamed, M. (2020). Personal Selebriti: Hak Perundangan di Malaysia. *International Journal of Law, Government and Communication*, 5 (19), 145-155.

DOI: 10.35631/IJLGC.5190011.

Abstrak:

Seorang selebriti mempunyai persona yang tersendiri dan ia merupakan hak yang perlu diindungi oleh undang-undang. Status seorang selebriti itu pula boleh diperolehi dalam beberapa keadaan seperti menerusi kelahiran atau keturunan serta menerusi skil atau pekerjaan yang dimiliki. Hak selebriti merupakan suatu hak yang istimewa dan unik. Ini kerana, hak ini seolah-olah berbentuk harta dan dimiliki oleh selebriti tersebut. Perkataan selebriti seringkali dikaitkan dengan kemahsyuran, duit, kuasa, publisiti, ekstravaganza, pencapaian, peminat, kebudayaan dan kadang-kadang terkenal dengan skandal bahkan dengan sesuatu yang memalukan. Hak selebriti boleh terdiri daripada tiga hak utama iaitu hak personaliti, hak privasi dan hak publisiti. Di era media sosial, hampir semua orang boleh menjadi selebriti. Justeru, masyarakat tidak berhak untuk menggunakan suatu hak selebriti dengan sewenang-wenangnya. Oleh itu, perlindungan undang-undang kepada selebriti adalah sangat penting untuk dibincangkan. Di Malaysia, tiada statut khusus mengenai hak selebriti sebagaimana yang terdapat di negara luar seperti Amerika Syarikat. Isu yang perlu diambil perhatian adalah dalam ketiadaan undang-undang spesifik, bagaimana hak selebriti ini dilindungi oleh undang-undang di Malaysia. Oleh itu, artikel ini membincangkan tentang hak selebriti dan undang-undang berkaitan di Malaysia khususnya di bawah perundangan harta intelek. Artikel ini menggunakan kaedah penyelidikan undang-undang secara penyelidikan perpustakaan. Artikel ini merumuskan bahawa walaupun Malaysia tidak mempunyai sebarang peruntukan undang-undang khusus untuk hak selebriti, pelanggaran terhadap hak selebriti ini boleh diambil tindakan melalui peruntukan dalam beberapa undang-undang seperti undang-undang harta intelek menerusi beberapa peruntukan berkaitan hak cipta dan cap dagangan dapat memelihara hak selebriti ini. Selain itu, dengan kemunculan media sosial, hak selebriti juga dilindungi oleh undang-undang seperti Akta Komunikasi dan Multimedia

1998. Undang-undang berkaitan privasi seperti undang-undang Tort serta Akta Perlindungan Data Peribadi 2010 juga boleh digunakan dalam menjaga hak selebriti ini.

Kata Kunci:

Selebriti, Harta Intelek, Hak Cipta, Undang-Undang, Malaysia

Abstract:

A celebrity has its own persona and has a right that can be protected by the law. The status of a celebrity can be obtained in certain circumstances such as through birth or descent as well as through skills or occupation. Celebrity rights are special and unique rights. This is because the right seems to be the property and belongs to the celebrity. The words celebrity is often associated with fame, money, power, publicity, extravaganza, achievements, fandom, culture, and is sometimes matters relating to scandal or even for something shameful. Accordingly, the public has no right to arbitrarily use the celebrity's right. Celebrity rights can be made up of three main rights which are personality, privacy, and publicity rights. In the age of social media, almost everyone can be a celebrity. Therefore, legal protection for celebrities is very important to be discussed. In Malaysia, there is no specific legislation regarding celebrity rights such as those found in other countries such as the United States. An issue that needs to be taken into account is in the absence of the specific law, how do the rights of these celebrities are legally protected in Malaysia. Therefore, this article discusses celebrity rights and related laws in Malaysia, especially under intellectual property law. This article applied the method of legal research through library research. This article concludes that while Malaysia does not have any specific legal provisions for celebrity rights, the infringement of celebrity rights can be catered upon through a variety of relevant laws such as intellectual property law like several provisions relating to copyright and trademark protection. In addition, with the advent of social media, celebrity rights are also protected by laws such as the Communications and Multimedia Act 1998. Privacy-related laws such as the Tort law and the Personal Data Protection Act 2010 can also be used to protect these celebrity rights.

Keywords:

Celebrity, Intellectual Property, Copyright, Law, Malaysia

Pengenalan

Seorang selebriti mempunyai persona yang tersendiri. Persona tersebut seperti nama gah selebriti merupakan hak bagi dirinya. Justeru, masyarakat tidak berhak untuk mengguna pakai suatu hak selebriti dengan sewenang-wenangnya. Status seorang selebriti itu pula boleh diperolehi dalam beberapa keadaan. Ia boleh wujud menerusi kelahiran atau keturunan serta menerusi skil atau pekerjaan yang dimiliki (Budhiraja, 2011).

Secara umumnya, perkataan selebriti berasal daripada perkataan Latin iaitu “celebitas” yang membawa maksud terkenal serta “celebre” yang bererti menjadi kekerapan (Boorstin, 2012). Oleh yang demikian, perkataan selebriti ini merujuk kepada seorang yang diketahui kerana terkenalnya atau “known-ness”, kerap disebut-sebut dan mempunyai nama yang tidak perlu diperkenalkan lagi (Majic, O’Neill & Bernhard, 2020). Menurut Blumell dan Hellmueller (2019), perkataan selebriti itu pula seringkali dikaitkan dengan kemahsyuran, duit, kuasa,

publisiti, ekstravaganza, pencapaian, peminat, kebudayaan dan kadang-kadang terkenal dengan skandal bahkan dengan sesuatu yang memalukan.

Ahmad dan Swain (2011) pula menyatakan bahawa seorang selebriti boleh terdiri daripada pelakon, penulis, ahli politik, peragawan, ahli sukan, pemuzik, penyanyi, personaliti televisyen, eksekutif perniagaan atau sesejapa sahaja yang boleh menarik perhatian awam. Dalam kes Martin Luther King Jr Center for Social Change lwn. American Heritage Products Inc. 694 F 2d. 674 (11th Cir 1983), mahkamah mencadangkan bahawa pelaksanaan “ujian eksplotasi komersial langsung atas identiti” digunakan dalam menentukan maksud selebriti. Menerusi ujian ini, ukuran terkenalnya seseorang itu amat penting bagi mencapai maksud tujuan tersebut. Jika identiti seseorang telah dieksplotasi secara komersial, maka seseorang itu termasuk dalam tafsiran seorang selebriti. Oleh yang demikian, berdasarkan ujian ini, seseorang yang dieksplotasi secara komersil kerana kemahsyurannya, maka ia memenuhi maksud seorang selebriti.

Di era media sosial, hampir semua orang boleh menjadi selebriti (Majic, O’Neill & Bernhard, 2020). Pendedahan di media sosial menyebabkan seseorang akan mempunyai ramai pengikut dan diiktiraf sebagai seorang selebriti (Drake & Miah, 2010). Media sosial juga telah membuka ruang interaksi dua hala di antara selebriti dan peminat. Perkara ini boleh mendorong seseorang peminat untuk lebih obses dengan para selebriti dan kehidupan mereka (Zsila et.al, 2020). Media baharu yang berteraskan Internet ini mengurangkan halangan untuk menjadi terkenal (Mullins, 2012). Penggunaan Twitter oleh selebriti antara lainnya adalah untuk memperkenalkan produk miliknya, produk pihak lain atau mendapatkan sokongan terhadap aktiviti-aktiviti daripada peminatnya (Das, Goard & Murray, 2017). Tafsiran mengenai seorang selebriti di media sosial mungkin boleh dinilai menerusi jumlah pengikutnya. Di laman media sosial Twitter dan Instagram misalannya, suatu tanda biru (bluetick) serta tanda *verified* akan diberikan kepada akaun pengguna setelah mencapai jumlah pengikut yang ditetapkan. Dengan wujudnya media sosial ini juga, maka lahirlah jolokan nama seperti Instafamous untuk seseorang yang terkenal atau seorang selebriti di laman media sosial Instagram. Sungguhpun dilabel dengan gelaran selebriti segera, sekiranya seseorang itu memenuhi tafsiran seorang selebriti seperti namanya mahsyur dan tidak perlu diperkenalkan, maka tidak syak lagi, dia adalah merupakan seorang selebriti

Penulisan artikel ini adalah bertujuan untuk mengenal pasti undang-undang tersedia di Malaysia dalam melindungi hak selebriti. Sungguhpun tiada undang-undang khusus bagi para selebriti di Malaysia, terdapat beberapa undang-undang berkaitan yang boleh digunakan oleh golongan ini dalam menjaga hak mereka di sisi undang-undang.

Hak Selebriti

Hak selebriti merupakan suatu hak yang agak luar biasa dan unik. Ini kerana, hak ini seolah-olah berbentuk harta dan dimiliki oleh selebriti tersebut (Pareek & Majundar, 2006). “Harta” yang dimaksudkan di sini adalah seperti nama selebriti itu sendiri serta perkara-perkara yang berkaitan dengannya seperti foto selebriti tersebut. Masalah penyalahgunaan suatu nama dan foto seorang selebriti tanpa izin untuk kepentingan komersial bukanlah suatu perkara yang baharu, malah ia berlaku di seluruh dunia sejak sekian lama. Justeru, undang-undang amat diperlukan bagi menguatkuasakan tindakan terhadap pesalah yang melanggar suatu hak selebriti (Abd Aziz, Mohamed & Mohd Noor, 2019).

Hak selebriti boleh terdiri daripada tiga hak utama iaitu hak personaliti, hak privasi dan hak publisiti (Ahmad & Swain, 2011; Pareek & Majumdar, 2006). Bagi hak yang pertama iaitu

hak personaliti, ia merujuk kepada hak asasi seseorang individu, antaranya adalah seperti hak untuk hidup, reputasi, maruah serta identiti dan ini termasuk nama dan imej (Black, 2011). Hak asasi atau disebut juga sebagai kebebasan asasi diberikan kepada semua warganegara Malaysia, antaranya seperti hak terhadap kebebasan diri dan hak terhadap harta sebagaimana yang diperuntukkan dalam Perkara 5 sehingga Perkara 13 Perlembagaan Persekutuan (Faruqi, 2019). Menurut Datta (2010) harta individu merupakan perlanjutan daripada suatu hak personaliti. Demikian juga halnya dengan sumbangan individu kepada masyarakat, ia juga merupakan hak personaliti. Dalam kes Tolley lwn. Fry (1931) 1 AC 333, Mahkamah memutuskan bahawa tindakan pihak defendant yang menggunakan sekeping foto pemain amatir golf terkenal dalam sebuah pengiklanan merupakan suatu pelanggaran terhadap hak seorang selebriti.

Nordhaus (1999) pula menerangkan mengenai hak privasi di dalam hak selebiti. Ia merupakan hak untuk melindungi pencerobohan ke atas gambaran tidak benar dan pengeksploitasi nama baik serta reputasi. Dalam kes Douglas lwn. Hello No 1 [2001] 2 WLR 992, foto perkahwinan Micheal Douglas dan Catherine Zeta-Jones tersebar dan disiarkan di majalah milik defendant. Pasangan pengantin ini merupakan bintang filem terkenal di Hollywood. Plaintiff menuntut di bawah pelanggaran kerahsiaan (breach of confidence), pencerobohan privasi, pelanggaran data dan dengan niat untuk membawa kerosakan. Walau bagaimanapun, mahkamah dalam kes ini menolak tuntutan berkaitan pencerobohan terhadap privasi. Ini kerana, pasangan selebriti ini tidak seharusnya mengharapkan wujudnya privasi pada suatu majlis yang dihadiri oleh 250 orang tetamu.

Hak yang terakhir di bawah hak selebriti adalah hak publisiti. Greenberg dan Lowitz (2012) menyatakan bahawa hak publisiti adalah bertunjangkan kepada undang-undang Tort dan terbahagi kepada empat keadaan. Keadaan-keadaan tersebut adalah (i) perlindungan terhadap pencerobohan hal-ehwal persendirian, (ii) mengelak kepada pendedahan fakta peribadi seseorang yang memalukan, (iii) perlindungan terhadap suatu publisiti yang tidak benar pada pandangan masyarakat dan (iv) remedи untuk menyalahguna nama seseorang atau keserupaan untuk tujuan komersil (Abd Aziz, Mohamed & Mohd Noor, 2019). Dalam kes Vanna White lwn. Samsung Electronics America, et al 971 F.2d 1395 (9th Cir.1992), pengiklanan oleh syarikat Samsung memperlihatkan sebuah robot dengan rupa dan gaya seperti plaintiff, bergambar di sebelah papan tanda permainan rancangan Wheel of Fortune (plaintif merupakan pengacara bersama rancangan tersebut di televisyen). Perbuatan tersebut diputuskan oleh Mahkamah sebagai melanggar hak publisiti plaintiff. Westfall dan Landau (2006) telah meluaskan pemakaian hak publisiti sebagai hak kepada harta (termasuk harta intelek). Perluasan pemakaian hak selebriti ini kepada hak harta adalah dengan merujuk kepada nama selebriti dan apa-apa yang berkaitan dengannya merupakan hak harta intelek dan pengekspoitasian tanpa kebenaran merupakan pelanggaran terhadap undang-undang. Justeru, ini dengan jelas memberikan kebenaran kepada seorang selebriti untuk mewariskan haknya kepada ahli waris selepas kematian. Dengan ini, ia menunjukkan bahawa hak publisiti adalah dilindungi bukan sahaja semasa hidup bahkan berterusan selepas kematian.

Hak Selebriti Dan Undang-Undang Berkaitan Di Malaysia

Di Malaysia, tiada statut khusus mengenai hak selebriti sebagaimana yang terdapat di negara luar seperti Amerika Syarikat (Esther, 2015). Di California, Amerika Syarikat, undang-undang khusus untuk menguatkuasakan hak selebriti dapat dilihat menerusi *California Civil Code section 3344* dan *California Civil Code 3344.1*. Menerusi *California Civil Code section 3344* atau dikenali juga sebagai *California Celebrity Rights Act 1985* memperuntukkan undang-undang berkaitan hak selebriti yang masih hidup. Manakala

menerusi *California Civil Code 3344.1* atau dikenali juga sebagai *Astaire Celebrity Image Protection Right 1985* memperuntukkan perlindungan hak selebriti selepas kematiannya. Kewujudan perundangan *California Civil Code 3344.1* ini adalah rentetan daripada kes *Lugosi lwn. Universal Pictures* 603 P.2d 425 (Cal 1979), di mana mahkamah memutuskan bahawa tiada perlindungan yang boleh diberikan dalam perkara hak selebriti yang telah meninggal dunia dan tiada tuntutan boleh dikemukakan terhadap atau oleh para waris. Justeru, bagi negara-negara yang tiada undang-undang khusus mengenai hak selebriti seperti Malaysia, undang-undang lain yang berkaitan perlu dirujuk.

Undang-undang Harta Intelek

Perlindungan hak selebriti di bawah perundangan harta intelek adalah amat signifikan (Lunia & Upadhyay, 2015). Greenberg dan Lowitz (2012) menyatakan bahawa, dalam membincangkan mengenai tindakan di bawah undang-undang harta intelek yang berkaitan dengan hak selebriti, undang-undang hak cipta dan undang-undang cap dagangan adalah yang paling relevan. Ini kerana, undang-undang hak cipta melindungi hasil karya seseorang selebriti manakala undang-undang cap dagangan pula dapat melindungi nama komersial seorang selebriti sekiranya ia didaftarkan menerusi sesuatu produk.

Undang-undang Hak Cipta

Di Malaysia, undang-undang hak cipta ditadbir di bawah Akta Hak Cipta 1987 (Peng, 2020). Hak selebriti yang boleh dilindungi di bawah akta ini termasuklah hak pelaku dan hak imej.

Hak Pelaku

Maksud pelaku menurut seksyen 3 Akta Hak Cipta 1987 adalah terdiri daripada seorang pelakon, penyanyi, pemuzik, penari atau mana-mana orang yang berlakon, menyanyi, menyampaikan, mendeklamasi, memainkan, menginterpretasi atau selainnya membuat suatu persembahan. Ahmad & Swain (2011) berpandangan bahawa undang-undang hak cipta pada dasarnya memberikan tafsiran hanya untuk seorang pelaku tetapi tidak kepada maksud selebriti. Walau bagaimanapun, sebahagian daripada para selebriti dapat memenuhi maksud pelaku di bawah Akta ini. Ini kerana para selebriti berkemungkinan terdiri daripada pelakon, penyanyi, pemuzik dan penari sebagaimana maksud pelaku menurut undang-undang. Kelayakan bagi perlindungan untuk pelaku termaktub di bawah seksyen 10A Akta Hak Cipta 1987. Pelaku perlulah terdiri daripada:

- (a) warganegara atau pemastautin tetap Malaysia; atau
- (b) bukan warganegara atau pemastautin tetap Malaysia tetapi persembahannya:
 - (i) diadakan di Malaysia;
 - (ii) telah digabungkan dalam rakaman bunyi yang dilindungi di bawah Akta ini; atau
 - (iii) belum lagi ditetapkan dalam rakaman bunyi tetapi termasuk dalam suatu siaran yang layak untuk dilindungi di bawah Akta ini.

Manakala hak eksklusif untuk seorang pelaku pula dinyatakan di bawah seksyen 16A (1) Akta Hak Cipta 1987 ke atas perkara-perkara berikut:

- (a) menyampaikan kepada orang awam sesuatu persembahan, kecuali jika persembahan yang digunakan dalam penyampaian kepada orang awam itu sendiri ialah suatu persembahan;
- (b) menetapkan bagi sesuatu persembahan yang belum ditetapkan;
- (c) mengeluarkan semula penetapan suatu persembahan;

- (d) mengedar kepada orang awam buat pertama kali suatu penetapan sesuatu persembahan, atau salinannya, melalui jualan atau pindah hakmilik pemunyaan lain; dan
- (e) memberi sewa komersial kepada orang awam penetapan sesuatu persembahan, atau salinannya, tanpa mengira pemunyaan salinan yang disewa.

Jangkamasa perlindungan undang-undang terhadap hak pelaku menurut seksyen 23A Akta Hak Cipta 1987 adalah selama lima puluh tahun daripada persembahan seorang pelaku itu. Menerusi peruntukan ini, seorang selebriti yang memenuhi maksud seorang pelaku dapat menguatkuasakan hak-haknya seperti mana yang termaktub di bawah Akta Hak Cipta 1987.

Hak Imej

Menurut Hassim (2018) hak imej merupakan suatu hak yang berhak untuk mendapat perlindungan undang-undang. Di bawah undang-undang hak cipta, perlindungan yang paling sesuai adalah menerusi karya fotograf. Menurut seksyen 3 Akta Hak Cipta 1987, fotograf bermaksud suatu perekodan cahaya atau sinaran lain pada apa-apa bahantara yang padanya suatu *imej* dihasilkan atau yang daripadanya suatu *imej* boleh dengan apa-apa cara dihasilkan. Karya fotograf termasuk di bawah karya seni yang merupakan salah satu jenis karya yang dilindungi di bawah seksyen 7 Akta Hak Cipta 1987. Manakala jangkamasa perlindungan bagi suatu karya fotograf pula adalah sepanjang hayat jurufoto serta ditambah lima puluh tahun selepas kematiannya. Peruntukan ini termaktub di bawah seksyen 17(1) Akta Hak Cipta 1987.

Dalam keadaan penggunaan foto selebriti tanpa kebenaran dan tindakan ingin diambil di bawah undang-undang hak cipta, perlulah dipastikan bahawa selebriti tersebut merupakan pemilik atau pemunya terhadap foto tersebut. Menjadi pragawan atau pragawati dalam sebuah foto tidak menjadikan seorang selebriti memiliki hak cipta ke atasnya. Pemunya hak cipta mempunyai hak eksklusif terhadap karya fotograf sebagaimana yang diperuntukkan di bawah seksyen 13(1) Akta Hak Cipta 1987. Peruntukan ini membenarkan pemunya untuk mengeluarkan semula dalam apa-apa bentuk bahan, menyampaikan kepada orang awam, pertunjukan, tayangan atau permainan kepada awam, mengedarkan salinan kepada orang awam melalui penjualan atau pemindahan pemunyaan secara lain dan menyewakan secara komersial kepada orang awam.

Terdapat beberapa kes yang dilaporkan oleh akhbar-akhbar tempatan berkaitan penggunaan foto selebriti tempatan tanpa kebenaran. Penggunaan foto adalah bertujuan untuk mempromosikan peniagaan. Kes-kes ini termasuklah selebriti Eja, Zahnita Wilson, Tony Eusoff dan Diana Johor di mana foto-foto mereka telah digunakan tanpa kebenaran oleh syarikat Gulatis Exclusive Sdn Bhd (The Borneo Post, 21 Januari 2010) dan foto selebriti Wardina yang digunakan tanpa izin oleh syarikat pemborong Mydin Mohamed Holdings Berhad (The Star, 18 Mac 2006).

Selain daripada hak pelaku dan hak imej, isu berkaitan hak selebriti dan hak cipta di era teknologi maklumat adalah mengenai perkongsian kisah dalam talian mengenai para selebriti sebagai aktiviti peminat di laman media sosial. Menurut Lantagne (2016), penulisan kisah para selebriti ini jika bukan diambil dari mana-mana penerbitan, bukanlah suatu pelanggaran terhadap hak cipta. Suatu penulisan jika memenuhi syarat-syarat hak cipta, layak untuk mendapat perlindungan undang-undang di Malaysia. Syarat-syarat ini termasuklah karya haruslah bersifat asli, karya direkodkan dalam bentuk bahan, karya tersebut merupakan karya

yang dikategorikan untuk mendapat perlindungan di bawah Akta Hak Cipta 1987 dan memenuhi kelayakan yang ditetapkan (Abdul Shukor et.al, 2020).

Undang-undang Cap Dagangan

Cap dagangan di Malaysia ditadbir di bawah Akta Cap Dagangan 2019. Sebelum tergubalnya Akta ini, beberapa pindaan peruntukan terhadap perlindungan cap dagangan di buat menerusi Akta Cap Dagangan 1976 (Shanmuganathan, 2020). Dengan wujudnya Akta Cap Dagangan 2019, ianya telah memansuhkan Akta Cap Dagangan 1976. Permasalahan dalam hak selebriti adalah berkait rapat dengan penyalahgunaan nama, rupa atau penampilan atau lain-lain ciri-ciri unik seorang selebriti yang boleh dikenal pasti untuk suatu tujuan perniagaan (Greenberg & Lowitz, 2012). Secara umumnya, nama orang perseorangan boleh didaftarkan sebagai cap dagangan kerana ia termasuk di bawah apa-apa tanda yang boleh didaftarkan menurut seksyen 2 Akta Cap Dagangan 2019. Namun, pendaftaran nama tersebut haruslah pada suatu barang atau perkhidmatan.

Menurut seksyen 53 Akta Cap Dagangan 2019, semua prosiding di sisi undang-undang berkenaan dengan sesuatu cap dagangan yang didaftarkan dalam Daftar adalah sah selepas lima tahun melainkan ianya diperolehi melalui frod, menyalahi peruntukan-peruntukan tertentu di bawah Akta ini dan cap dagangan itu tidak distinktif. Bagi suatu cap dagangan yang tidak berdaftar, peruntukan di bawah seksyen 159 Akta Cap Dagangan 2019 dinyatakan dan tindakan di bawah undang-undang common law menerusi tort pengelirupaan (passing off) boleh diambil. Di Malaysia, terdapat kes yang dilaporkan di media-media massa mengenai seorang selebriti yang namanya disalah gunakan. Nama selebriti Hafiz Hamidun telah digunakan oleh gedung pakaian terkemuka Kamdar terhadap salah satu produknya tanpa kebenaran (Mynewshub, 6 Mac 2017). Keputusan kes ini yang dibuat oleh Mahkamah Tinggi Kuala Lumpur akhirnya berpihak kepada selebriti tersebut kerana nama “Hafiz Hamidun” itu sendiri telah didaftarkan sebagai cap dagangan bagi produk baju keluaran syarikatnya (Othman, 2018). Kes ini dibicarakan menggunakan Akta Cap Dagangan 1976. Menerusi Akta Cap Dagangan 1976, bagi pendaftaran muktamad di bawah seksyen 37, tempoh jangka masa maksimum selama tujuh tahun diperlukan bagi semua prosing dari tarikh pendaftaran asal di dalam Daftar untuk mengesahkan semua perkara berkaitan pendaftaran. Walau bagaimanapun, di bawah seksyen 53 Akta Cap Dagangan 2019, tempoh tersebut telah dipendekkan menjadi lima tahun sahaja.

Selain itu, nama selebriti juga seringkali digunakan untuk pendaftaran nama domain bagi suatu alamat protokol Uniform Resource Locator (URL). Adakalanya pihak yang tidak bertanggungjawab dengan sengaja menggunakan nama selebriti untuk pendaftaran nama domain agar masyarakat akan mengunjungi laman sesawang tersebut. Aktiviti ini disebut sebagai setinggan siber (cybersquatting). Menurut Ezer (2000), undang-undang cap dagangan hanya mempunyai hak terhadap nama-nama yang didaftarkan sahaja dalam sebarang isu pertikaian melibatkan nama domain. Justeru, hak publisitilah yang membenarkan selebriti untuk mengawal eksplotasi komersil terhadap nama mereka.

Undang-undang Siber

Dunia teknologi maklumat seringkali terdedah dengan kepelbagaiannya berita palsu hingga adakalanya membawa kepada fitnah. Oleh yang demikian, mana-mana pihak yang membuat berita tidak benar serta menyebarkan gambar-gambar selebriti dengan menggunakan kaedah tindihan atau *superimpose* dan didedahkan di pelbagai platform media sosial adalah merupakan suatu kesalahan. Di bawah seksyen 233(1) Akta Komunikasi dan Multimedia 1998, ia memperuntukkan suatu kesalahan bagi seseorang yang menggunakan mana-mana

kemudahan rangkaian atau perkhidmatan rangkaian atau perkhidmatan aplikasi secara sedar dengan membuat, mewujudkan atau meminta-minta serta memulakan penghantaran, apa-apa komen, permintaan, cadangan atau komunikasi lain yang lucah, sumbang, palsu, mengancam atau jelik sifatnya dengan niat untuk menyakitkan hati, menganiayai, mengugut atau mengganggu orang lain. Hukuman bagi kesalahan ini termaktub di bawah seksyen 233(3) Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 yang memperuntukkan denda tidak melebihi lima puluh ribu ringgit atau dipenjarakan selama tempoh tidak melebihi satu tahun atau kedua-duanya dan hendaklah juga boleh didenda selanjutnya satu ribu ringgit bagi setiap hari kesalahan itu diteruskan selepas pensabitan.

Kewujudan saluran media sosial turut mempengaruhi kaedah dan rentak suatu penyebaran maklumat. Penyebaran menerusi Internet adalah sangat cepat dan meluas. Secara tidak langsung, ia menjadikan komuniti masyarakat global menjadi lebih kecil. Justeru, seorang individu sukar untuk mengasingkan diri dari orang lain atau persekitarannya, apatah lagi bagi seorang selebriti (Abd Aziz, Mohamed & Mohd Noor, 2019). Kemudahan dan kepentasan komunikasi global menerusi Internet menyebabkan hak selebriti lebih terdedah untuk dicerobohi (Pareek & Majumdar, 2006). Undang-undang siber menerusi peruntukan yang dibincangkan di bawah Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 ini dilihat dapat melindungi seorang selebriti daripada pendedahan di Internet akan perkara-perkara yang lucah dan tidak benar yang berkemungkinan dilakukan oleh pembenci (haters) selebriti tersebut.

Undang-undang Privasi

Hak berkaitan privasi tidak diperuntukkan secara nyata di bawah Perlembagaan Persekutuan. Namun, menerusi kes Sivarasa Rasiah lwn. Badan Peguam Malaysia & Anor [2010] 3 CLJ 507, Mahkamah memutuskan bahawa perlindungan perlembagaan mengenai privasi adalah termasuk di bawah Perkara 5 berkaitan dengan kebebasan diri. Isu terhadap pencerobohan terhadap privasi menerusi keputusan kes mahkamah di Malaysia boleh dilihat dalam dua keadaan (Foong, 2011). Pertamanya, ia bukanlah suatu tindakan yang boleh diambil semata-mata di bawah undang-undang tort dan keduanya, pencerobohan terhadap privasi merupakan suatu kesalahan di Malaysia. Perlindungan privasi turut termaktub di bawah Akta Perlindungan Data Peribadi 2010 (Abd Aziz, Mohamed & Mohd Noor, 2019). Pemakaian Akta ini menurut seksyen 2 adalah untuk (a) mana-mana orang yang memproses; dan (b) mana-mana orang yang mempunyai kawalan terhadap atau membenarkan pemprosesan, apa-apa data peribadi berkenaan dengan transaksi komersial. Dalam membincangkan mengenai hak selebriti, sekiranya mana-mana pihak mendedahkan maklumat seorang selebriti tanpa kebenaran, ia adalah merupakan suatu kesalahan. Data-data seorang selebriti yang disimpan oleh sebuah syarikat berkaitan utiliti misalannya, didedahkan dengan sengaja oleh pihak yang tidak bertanggungjawab adalah merupakan suatu kesalahan di bawah seksyen 8 Akta ini.

Lee (1988) menyatakan bahawa tiada golongan individu yang mengalami kehilangan hak peribadi yang lebih buruk berbanding dengan golongan selebriti. Dalam kes O'Brian lwn. Pabst Sales Co. 124 F.2d 167 (5th Cir. 1941) Mahkamah enggan menguatkuasakan hak selebriti khususnya di bawah hak privasi atas alasan bahawa sifat selebriti itu sendiri yang aktif mengejar keuntungan menerusi kemahsyuran. Dalam kes ini, foto seorang pemain bola sepak telah digunakan tanpa kebenaran. Foto tersebut diletakkan dalam kalendar sebagai mempromosi sebuah syarikat minuman keras. Pihak defendant didapati tidak bersalah dalam kes ini disebabkan tuntutan terhadap pencerobohan hak privasi oleh plaintiff tidak diterima pakai.

Menceroboh privasi seorang selebriti juga adakalanya hingga membawa kepada perbuatan fitnah. Fitnah di Malaysia terdiri daripada fitnah jenayah yang diperuntukkan di bawah seksyen 500 Kanun Keseksaan atau fitnah sivil di bawah Akta Fitnah 1957. Dengan kewujudan media sosial, perbuatan fitnah terhadap selebriti juga berleluasa. Mahkamah Tinggi Kuala Lumpur pernah mengarahkan pihak defendant untuk membayar denda sebanyak RM400,000.00 kepada selebriti Maria Farida selaku plaintiff dalam kes saman itu. Defendant yang merupakan ahli perniagaan kosmetik serta anaknya telah menfitnah plaintiff menerusi laman media sosial Instagram milik mereka. Dalam penghakiman bagi kes tersebut, Pesuruhjaya Mahkamah Tinggi mengambil kira kesan fitnah terhadap selebriti tersebut yang merupakan seorang pelakon popular (Mstar, 5 Mac 2018).

Kesimpulan

Malaysia tidak mempunyai sebarang peruntukan undang-undang khusus untuk hak selebriti. Walau bagaimanapun, pencerobohan terhadap hak selebriti ini boleh diambil tindakan melalui beberapa undang-undang yang berkaitan. Undang-undang harta intelek menerusi beberapa peruntukan berkaitan hak cipta dan cap dagangan dapat memelihara hak selebriti ini. Selain itu, dengan kemunculan media sosial, hak selebriti juga dilindungi oleh undang-undang seperti Akta Komunikasi dan Multimedia 1998. Undang-undang berkaitan privasi seperti undang-undang Tort serta Akta Perlindungan Data Peribadi 2010 juga boleh digunakan dalam menjaga hak selebriti ini.

Penghargaan

Penulis ingin merakamkan ucapan terima kasih kepada Universiti Utara Malaysia atas pembiayaan artikel ini melalui geran penjanaan penyelidikan bertajuk “Perlindungan Hak Selebriti di Malaysia Menurut Perspektif Undang-undang Harta Intelek” (Kod s/o 13935).

Rujukan

- Abd Aziz, A.S., Mohamed, M. dan Mohd Noor, N.A, (2019). “Hak Selebriti di Era Digital: Penguatkuasaan di bawah Undang-undang Malaysia.” *Prosiding Seminar Teknologi Multimedia dan Komunikasi*, Universiti Utara Malaysia: 106-111.
- Abdul Shukor, S. et.al. (2020). “*Communications and Media Law in Malaysia*”. Negeri Sembilan: USIM Malaysia.
- Ahmad, T dan Swain, S.R. (2011). ” Celebrity Rights: Protection under IP Laws.” *Journal of Intellectual Property Rights* 16 :7 – 16.
- Blumell, L.E. dan Hellmueller, L. (2019). “Celebrity Coverage,” dalam *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, penyunting Vos, T.P & Hanusch, F, 1-7, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Boorstin, D. J. (2012). “*The Image: A Guide to Pseudo Events in America.*” Edisi ke-50, New York: Vintage Books
- Budhiraja, G. (2011).” Publicity Rights of Celebrities: An Analysis Under the Intellectual Property Regime” *NALSAR Student Law Review* 85: 85-108.
- Das, S., Goard, J. dan Murray, D. (2017). “How Celebrities Feed Tweeple with Personal and Promotional Tweets: Celebrity Twitter Use and Audience Engagement.” *SM Society* ’17, Toronto, Canada.
- Drake, P dan Miah, A. (2010). “The Cultural Politics of Celebrity.” *Cultural Politics* 6 (1): 49–64.
- Esther, H. (2015).” Right of Publicity Protection in Malaysia.” *Legal Network Series* (A) xxxix: 1 – 10.

- Ezer, D.J. (2000). "Celebrity Names as Websites Addresses: Extending the Domain of Publicity Rights to the Internet," *The University of Chicago Law Review* 67, no. 4:1291-1315.
- Faruqi, S.S. (2019). "Our Constitution." Petaling Jaya, Malaysia: Sweet & Maxwell Asia.
- Foong, C.L (2011). "Right to Privacy in Malaysia: Do We Have It?" capaian Mei 15, 2020, <http://www.loyarburok.com/2011/02/21/right-to-privacy-in-malaysia-do-we-have-it/>
- Greenberg, H.M. dan Lovitz, M.L. (2012). "Right of Publicity and the Intersection of Copyright and Trademark Law." Publications. Paper 484, capaian Mei 14, 2020, <http://digitalcommons.law.ggu.edu/pubs/484>
- Hassim, J.Z (2018). "Sports Law in Malaysia: Governance and Legal Issues." Petaling Jaya, Malaysia: Sweet & Maxwell Asia.
- Lantagne, S.M. (2016). "When Real People Become Fictional: the Collision of Trademark, Copyright and Publicity Rights in Online Stories about Celebrities." *Journal of Law, Technology and the Internet* 7: 39-78.
- Lee, B. L. (1998)." Privacy rights of entertainers and other celebrities: A need for change." *U. Miami Ent. & Sports L. Review*: 95 -115.
- Lunia, A dan Upadyay, I. (2015)." Protecting Celebrity Rights under Intellectual Property." *International Journal of Legal Developments and Allied*, Issues 1 vol.4: 148-163.
- Majic, S., O'Neill, D. dan Bernhard, M. (2020). "Celebrity and Politics." Perspectives on Politics 8, no.1: 1-8.
- Mstar. (Mac 5, 2018). "Pelakon Maria Farida Peroleh Ganti Rugi RM400,000 Kes Saman." Capaian Mei 20, 2020, <https://www.mstar.com.my/spotlight/hiburan/2018/03/05/maria-farida-menang-saman>
- Mullick, S dan Narnaulia, S. (2008)." Protecting Celebrity Rights through Intellectual Property Conceptions." *NUJS Law Review* 1: 615-635.
- Mullins, M. (2020). "New Fame in a New Ballgame: Right of Publicity in the Era of Instant Celebrity." *Indiana Law Review* 45: 869-895.
- Mynewshub. (Mac 6, 2017)." Salah guna namanya, Hafiz Hamdun saman Kamdar?" capaian Mei 21, 2020, <http://www.mynewshub.cc/utama-sensasi/hafiz-hamidun-saman-kamdar-kerana-salah-guna-namanya/>
- Nordhaus, J. E. (1999)." Celebrities' Rights to Privacy: How Far Should the Papparazi be Allowed to go." *The Review of Litigation* 18: 85-315.
- Othman, K. (Mei, 2017)." Hafiz Hamidun saman syarikat tekstil bukan nak jadi kaya." Mstar, capaian Mei 21, 2020, <http://www.mstar.com.my/hiburan/berita-hiburan/2018/05/17/hafiz-menang/>
- Pareek, A. dan Majumdar, A. (2006)." Protection of Celebrity Rights: The Problems and the Solutions." *Journal of intellectual Property Rights* 11:415-423.
- Peng, S.C. (2020). "Digital Copyright Law of Malaysia" Petaling Jaya: Sweet & Maxwell Asia.
- Shanmuganathan, I. (2020). "Trademarks Act 2019." Petaling Jaya: Sweet & Maxwell Asia.
- The Borneo Post. (Januari 21, 2010)." Tony Eusoff, Diana Johor saman Gulatis guna gambar mereka tanpa kebenaran." 2010, capaian Mei 20, 2020, <http://www.theborneopost.com/2010/01/21/tony-eusoff-diana-johor-saman-gulatis-guna-gambar-mereka-tanpa-kebenaran/>
- The Star. (Mac 18, 2006). " Wardina sues Mydin." capaian Mei 20, 2020, <http://www.thestar.com.my/news/nation/2006/03/18/wardina-sues-mydin/>
- Westfall, D dan Landau D. (2006)." Publicity Rights as Property Rights." *Cardozo Arts & Ent. Law Journal*: 71-123.
- Zsila, Á. et.al. (2020). "A New Avenue to Reach Out for the Stars: The Association of Celebrity Worship with Problematic and Non-Problematic Social Media Use."

Psychology of Popular Media, capaian Mei 31,
<http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000275>