LAPORAN RENCANA AKSI (*ACTION PLAN*)
PELATIHAN TEKNIS DASAR PEMERIKSAAN MEREK
TAHUN 2026

OPTIMALISASI EDUKASI MEREK MELALUI KONTEN MEDIA SOSIAL

KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN HUKUM KALIMANTAN TENGAH

Disusun oleh:

NAMA	**:**	**RIKI FAUZI**
NIP	**:**	**199012272025061002**
JABATAN	**:**	**ANALIS KEKAYAAN INTELKTUAL AHLI PERTAMA**
SATUAN KERJA	**:**	**KANTOR WILAYAH KALIMANTAN TENGAH**
NO. ABSEN	**:**	**39**

BALAI PELATIHAN HUKUM SEMARANG KEMENTERIAN HUKUM REPUBLIK INDONESIA
2026

Form *Action Plan* / Rencana Aksi
Pelatihan Teknis Dasar Pemeriksaan Merek
Tahun 2026

Nama Peserta : **RIKI FAUZI**

Topik / Substansi : **Pemeriksaan Merek**

Lokasi Aksi : **Kantor Wilayah Kementerian HukuKalimantan Tengah**

Judul Aksi : ***Optimalisasi Edukasi Merek melalui Konten Media Sosial Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Tengah***

A. Latar Belakang

Merek merupakan salah satu bentuk Kekayaan Intelektual yang memiliki fungsi strategis sebagai identitas pembeda barang dan/atau jasa dalam kegiatan perdagangan. Selain memberikan perlindungan hukum kepada pemiliknya, merek juga memiliki nilai ekonomi yang mampu meningkatkan daya saing usaha dan memperkuat kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, perlindungan merek menjadi salah satu instrumen penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan Kekayaan Intelektual, jumlah permohonan pendaftaran merek terus mengalami peningkatan. Namun demikian, masih banyak masyarakat yang belum memahami ketentuan dasar pendaftaran merek, klasifikasi merek, alasan penolakan merek, serta pentingnya melakukan penelusuran merek sebelum mengajukan permohonan. Kondisi tersebut menyebabkan masih ditemukannya permohonan merek yang berpotensi ditolak karena memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar, tidak memiliki daya pembeda, atau tidak memenuhi ketentuan substantif lainnya.

Di Provinsi Kalimantan Tengah, upaya peningkatan kesadaran masyarakat mengenai merek telah dilakukan melalui berbagai kegiatan diseminasi, sosialisasi, konsultasi teknis, dan pendampingan pendaftaran merek. Akan tetapi, jangkauan kegiatan tatap muka masih terbatas oleh waktu, lokasi, serta jumlah peserta yang dapat mengikuti kegiatan tersebut. Sementara itu, penggunaan media sosial oleh masyarakat terus meningkat dan menjadi salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Tengah untuk melakukan transformasi pola edukasi merek melalui media sosial yang lebih informatif, menarik, dan mudah dipahami. Konten digital yang disampaikan secara konsisten dapat menjadi sarana edukasi yang efektif dalam meningkatkan literasi merek masyarakat serta mendukung peningkatan kualitas permohonan merek.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu inovasi yang mampu memperluas jangkauan edukasi merek kepada masyarakat melalui pemanfaatan media sosial secara optimal. Inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai merek, mendorong peningkatan kualitas permohonan merek, serta mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi pelayanan Kekayaan Intelektual di Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Tengah.

B. Identifikasi Isu Masalah dan Kebutuhan

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap pelaksanaan layanan Kekayaan Intelektual dan kegiatan edukasi merek yang telah dilakukan, terdapat beberapa isu strategis yang memerlukan perhatian, yaitu:

1. Rendahnya Literasi Masyarakat Mengenai Merek

Sebagian masyarakat masih memahami merek hanya sebagai nama usaha tanpa mengetahui fungsi hukum, manfaat ekonomi, maupun ketentuan perlindungan merek. Apabila kondisi ini terus berlanjut, masyarakat berpotensi kehilangan kesempatan memperoleh perlindungan hukum atas mereknya dan mengalami sengketa dengan pihak lain.

2. Masih Tingginya Permohonan Merek yang Berpotensi Ditolak

Banyak pemohon belum memahami ketentuan pemeriksaan merek sehingga masih ditemukan pengajuan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya atau tidak memiliki daya pembeda**.** Apabila tidak dilakukan edukasi yang memadai, potensi penolakan merek akan tetap tinggi dan berdampak pada menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan merek.

3. Belum Optimalnya Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi Merek

Media sosial Kanwil Kementerian Hukum Kalimantan Tengah telah aktif digunakan, namun sebagian besar konten masih berfokus pada publikasi kegiatan dan belum secara konsisten menyampaikan edukasi substantif mengenai merek.

4. Belum Tersedianya Kalender Konten Edukasi Merek yang Berkelanjutan

Penyampaian informasi merek masih bersifat insidental dan belum didukung perencanaan konten yang sistematis.

5. Minimnya Konten Edukatif yang Mengangkat Studi Kasus Merek

Masyarakat cenderung lebih mudah memahami materi melalui contoh kasus nyata, namun konten edukatif yang mengangkat studi kasus pemeriksaan dan penolakan merek masih sangat terbatas.

Analisis Isu

1. Analisis Isu dengan Metode APKL

Dari berbagai isu yang ada, dilakukan penapisan untuk memilih core issue sebagai fokus rancangan aktualisasi dengan metode Aktual-Problematik-Kekhalayakan-keLayakan (APKL). Aktual artinya isu tersebut benar-benar terjadi dan sedang hangat dibicarakan dalam masyarakat. Kekhalayakan artinya Isu tersebut menyangkut hajat hidup orang banyak. Problematik artinya Isu tersebut memiliki dimensi masalah yang kompleks, sehingga perlu dicarikan segera solusinya secara komperehensif, dan Kelayakan artinya Isu tersebut masuk akal, realistis, relevan, dan dapat dimunculkan inisiatif pemecahan masalahnya.

Tabel A.1 Analisa Isu dengan Metode APKL

No.	Isu	A	P	K	L	Total	Prioritas
1	Rendahnya literasi masyarakat mengenai merek	5	5	5	5	20	I
2	Masih tingginya potensi penolakan merek	5	5	4	5	19	II
3	Belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi merek	4	4	5	5	18	III
4	Belum tersedianya kalender konten edukasi merek	4	4	4	4	16	IV
5	Minimnya konten studi kasus merek	4	4	4	4	16	V

2. Analisa Isu dengan Metode USG

3 (tiga) isu dengan prioritas tertinggi tersebut di atas kemudian dilakukan analisis lagi untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh, diperlukan analisis lanjutan terhadap tiga isu dengan skor tertinggi menggunakan metode **Urgency, Seriousness, Growth (USG).**

a. **Urgency** menilai tingkat keterdesakan isu untuk segera dibahas, dianalisis, dan

ditindaklanjuti;

b. **Seriousness** mengukur tingkat keseriusan isu dilihat dari dampak atau konsekuensi yang dapat ditimbulkan;
c. **Growth** menilai potensi perkembangan atau memburuknya isu apabila tidak segera ditangani.

Tabel A.2 Analisa Isu dengan Metode USG

No.	Isu	U	S	G	Jumlah	Prioritas
1	Rendahnya literasi masyarakat mengenai merek	5	5	5	15	I
2	Masih tingginya potensi penolakan merek	5	4	5	14	II
3	Belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi merek	4	4	5	13	III

Berdasarkan hasil analisis metode USG, isu **"Rendahnya Literasi Masyarakat Mengenai Merek"** ditetapkan sebagai isu prioritas (*Core Issue)* karena memiliki tingkat urgensi, keseriusan, dan perkembangan dampak yang paling tinggi, Karena merupakan akar permasalahan yang memengaruhi berbagai aspek pelayanan merek di Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Tengah.

C. Terobosan Inovasi dan Gagasan Inovasi

Berdasarkan *core issue* yang telah ditetapkan, diperlukan suatu upaya yang mampu meningkatkan literasi masyarakat mengenai merek secara efektif, berkelanjutan, dan menjangkau masyarakat secara luas. Salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan tersebut adalah media sosial yang saat ini menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat.

Oleh karena itu, penulis mengusulkan inovasi berupa "**Optimalisasi Edukasi Merek melalui Konten Media Sosial Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Tengah**." Inovasi ini merupakan upaya meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai merek melalui penyampaian informasi yang edukatif, menarik, dan mudah dipahami melalui media sosial resmi Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Tengah.

Program ini berfokus pada penyediaan konten edukasi yang membahas berbagai aspek merek, mulai dari pentingnya perlindungan merek, manfaat pendaftaran merek,

proses pendaftaran, pemeriksaan merek, hingga informasi lain yang berkaitan dengan Kekayaan Intelektual. Konten akan dikemas dalam berbagai format digital agar lebih mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat.

Sebagai bentuk implementasi inovasi tersebut, akan dilaksanakan Program "**1 Menit Paham Merek",** yaitu program edukasi digital yang menyajikan informasi singkat, padat, dan mudah dipahami mengenai merek serta Kekayaan Intelektual. Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi masyarakat sekaligus memperluas jangkauan edukasi melalui pemanfaatan media sosial secara optimal.

Melalui Program **"1 Menit Paham Merek",** diharapkan masyarakat dapat memperoleh informasi yang mudah diakses, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan mereka. Program ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan merek, mengurangi potensi kesalahan dalam pengajuan permohonan merek, serta mendukung peningkatan kualitas layanan Kekayaan Intelektual di Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Tengah.

Dengan demikian, edukasi merek tidak hanya dilakukan melalui kegiatan tatap muka, tetapi juga dapat dilaksanakan secara berkelanjutan melalui media digital yang lebih efektif, efisien, dan mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas.

D. Tahapan Kegiatan dan Hasil Capaian

Tahapan kegiatan dan hasil capaian yang akan dilaksanakan sebagai berikut:

No	Nama Kegiatan	Output Kegiatan	Output Proses	Output Produk	Waktu
1	Identifikasi kebutuhan edukasi merek masyarakat	Data kebutuhan informasi masyarakat	Pengumpulan data, diskusi internal, dan identifikasi kebutuhan konten	Dokumen Identifikasi Kebutuhan Edukasi Merek	Juni (minggu akhir bulan)
2	Penyusunan konsep program edukasi merek	Konsep program dan tema konten edukasi	Dokumen Konsep Program Edukasi Merek	Dokumen Konsep Program Edukasi Merek	Juli (minggu ke-1)
3	Penyusunan kalender konten	Jadwal publikasi konten edukasi	Penentuan topik, waktu publikasi, dan pembagian tugas	Editorial Calendar Edukasi Merek	Juli (minggu ke-2)
4	Penyusunan materi edukasi merek	Materi edukasi yang sesuai	Pengumpulan referensi, penyusunan narasi dan	Bank Materi Edukasi Merek	Juli (minggu ke-3)

		ketentuan merek	materi		
5	Pembuatan desain dan template konten	Desain visual dan format konten edukasi	Pembuatan infografis, template reels, dan desain publikasi	Template Konten Edukasi Merek	Juli - Desember
6	Produksi konten edukasi merek	Video, reels, infografis, dan konten interaktif	Proses pembuatan dan penyuntingan konten	Paket Konten Edukasi Merek Siap Publikasi	Juli - Desember
7	Publikasi pada medias sosial	Konten edukasi terpublikasi pada media sosial Kanwil	Penjadwalan dan unggahan konten secara berkala	Konten Edukasi pada Instagram, TikTok	Juli - Desember
8	Monitoring dan evaluasi pelaksanaan program	Data statistik dan capaian program	Analisis insight media sosial dan evaluasi efektivitas konten	Laporan Monitoring dan Evaluasi Program	Desember

E. Pemanfaatan Sumber Daya

Pelaksanaan kegiatan didukung oleh pemanfaatan sumber daya yang tersedia guna menunjang tercapainya tujuan program.

Sumber Daya	Uraian Pemanfaatan
SDM	Kepala Divisi Pelayanan Hukum sebagai pembina dan pemberi arahan; Kepala Bidang Pelayanan Kekayaan Intelektual sebagai koordinator kegiatan; Analis Kekayaan Intelektual sebagai penyusun materi edukasi dan narasumber; Pranata Humas dan Pengelola Media Sosial sebagai pelaksana produksi, publikasi, dan pengelolaan konten media sosial
Stakeholder	Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual sebagai pembina teknis; Dinas Koperasi dan UKM sebagai mitra penyebarluasan informasi kepada pelaku UMKM; Perguruan Tinggi dan Sentra KI sebagai mitra edukasi; Komunitas UMKM, pelaku usaha, serta masyarakat sebagai sasaran program edukasi.

Regulasi	Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; Peraturan Menteri Hukum yang mengatur pelayanan Kekayaan Intelektual; ketentuan internal Kementerian Hukum terkait pengelolaan media sosial dan publikasi informasi kepada masyarakat.
Sarana dan Prasarana	Laptop atau komputer, smartphone, kamera, jaringan internet, aplikasi desain grafis (Canva atau sejenisnya), aplikasi pengolah video, serta akun media sosial resmi Kanwil Kementerian Hukum Kalimantan Tengah sebagai media publikasi dan edukasi.
Lingkungan Kerja	Dukungan pimpinan terhadap inovasi pelayanan publik, ketersediaan media sosial resmi Kanwil yang aktif, budaya kerja kolaboratif antarpegawai, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi dan edukasi mengenai merek menjadi faktor pendukung keberhasilan program.

Melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia secara optimal, program edukasi merek melalui media sosial diharapkan dapat dilaksanakan secara efektif, berkelanjutan, dan mampu menjangkau masyarakat yang lebih luas sehingga mendukung peningkatan kesadaran hukum masyarakat di bidang merek dan Kekayaan Intelektual.

F. MITIGASI RISIKO DAN IDENTIFIKASI KENDALA

Dalam pelaksanaan program Optimalisasi Edukasi Merek melalui Konten Media Sosial Kanwil Kementerian Hukum Kalimantan Tengah, terdapat beberapa potensi risiko dan kendala yang dapat memengaruhi pencapaian target kegiatan. Oleh karena itu, diperlukan langkah mitigasi yang tepat untuk mengantisipasi hambatan serta memastikan program dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Adapun identifikasi risiko dan upaya mitigasi yang direncanakan adalah sebagai berikut:

No	Risiko / Kendala	Dampak	Level	Mitigas
1	Keterbatasan waktu dalam pembuatan konten	Konten tidak dipublikasikan secara konsisten	**Sedang**	Menyusun kalender konten dan menjadwalkan produksi konten secara berkala
2	Keterbatasan SDM pengelola media sosial	Pelaksanaan program kurang optimal	**Sedang**	Berkoordinasi dengan pengelola media sosial dan membagi tugas secara jelas
3	Rendahnya interaksi atau	Informasi tidak tersampaikan secara	**Tinggi**	Membuat konten yang menarik, sederhana, dan

	jangkauan konten	maksimal kepada masyarakat		mengikuti tren media sosial
4	Keterbatasan data atau materi edukasi yang aktual	Konten kurang variatif dan informatif	**Rendah**	Menggunakan referensi dari DJKI dan peraturan terkait merek
5	Keterbatasan data atau materi edukasi yang aktual	Terhambatnya proses publikasi konten	**Rendah**	Menyiapkan jadwal publikasi alternatif dan melakukan unggahan pada waktu yang berbeda
6	Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap materi yang disampaikan	Tujuan edukasi tidak tercapai secara optimal	**Sedang**	Menggunakan bahasa sederhana, infografis, dan video singkat yang mudah dipahami
7	Perubahan kebijakan atau prioritas organisasi	Pelaksanaan program tertunda	**Rendah**	Menyesuaikan pelaksanaan kegiatan dengan kebijakan yang berlaku dan melakukan koordinasi dengan pimpinan

G. Strategi Pengembangan Kompetensi untuk Perubahan

Pelaksanaan program ini juga menjadi sarana pengembangan kompetensi pegawai dalam bidang pemeriksaan merek, komunikasi publik, dan literasi digital guna mendukung peningkatan kualitas layanan Kekayaan Intelektual. Adapun strategi pengembangan kompetensi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

No	Kompetensi yang Dikembangkan	Target Peserta	Strategi Pengembangan	Indikator Keberhasilan
1	Pemeriksaan Merek	Analis Kekayaan Intelektual	Implementasi hasil Pelatihan Dasar Pemeriksaan Merek dalam penyusunan materi edukasi	Tersusunnya konten edukasi merek
2	Komunikasi Publik	Analis KI dan Pengelola Media Sosial	Pembuatan konten informatif dan edukatif	Meningkatnya pemahaman masyarakat
3	Literasi Digital	Analis KI dan Pengelola Media Sosial kepada	Optimalisasi media sosial sebagai media edukasi	Konten dipublikasikan secara berkala

		masyarakat		
4	Pelayanan Publik	Analis Kekayaan Intelektual	Interaksi dan pemberian informasi kepada masyarakat melalui media sosial	Meningkatnya keterlibatan masyarakat
5	Kolaborasi	Tim Pelayanan KI dan Stakeholder	Koordinasi dan sinergi pelaksanaan program	Terjalinnya dukungan stakeholder

H. Penutup

Rencana aksi **"Optimalisasi Edukasi Merek melalui Konten Media Sosial Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Tengah"** merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai merek melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi yang efektif, inovatif, dan mudah diakses. Program ini diharapkan dapat menjawab permasalahan rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya perlindungan merek, manfaat pendaftaran merek, serta ketentuan yang perlu diperhatikan dalam proses pendaftaran merek.

Melalui pelaksanaan Program **"1 Menit Paham Merek"**, informasi mengenai merek dapat disampaikan secara lebih luas dan berkelanjutan melalui berbagai bentuk konten digital yang menarik dan mudah dipahami. Selain meningkatkan kesadaran hukum masyarakat di bidang Kekayaan Intelektual, program ini juga diharapkan dapat mendorong peningkatan kualitas permohonan merek serta meminimalisir potensi penolakan permohonan akibat kurangnya pemahaman terhadap ketentuan yang berlaku.

Pelaksanaan rencana aksi ini juga merupakan bentuk implementasi hasil Pelatihan Teknis Dasar Pemeriksaan Merek yang telah diikuti oleh peserta. Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan diharapkan dapat diterapkan secara nyata dalam pelaksanaan tugas dan fungsi pelayanan Kekayaan Intelektual, khususnya dalam kegiatan edukasi dan diseminasi informasi kepada masyarakat.

Keberhasilan program ini memerlukan dukungan dan kerja sama dari seluruh pihak, baik pimpinan, jajaran pelayanan Kekayaan Intelektual, pengelola media sosial, maupun para pemangku kepentingan terkait. Dengan sinergi yang baik, program ini diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dan memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat.

Demikian laporan rencana aksi ini disusun sebagai bentuk komitmen dalam meningkatkan kualitas pelayanan Kekayaan Intelektual melalui inovasi edukasi berbasis

digital. Besar harapan agar rencana aksi ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan merek di Provinsi Kalimantan Tengah.

Palangka Raya, 22 Juni 2026

Peserta Pelatihan,



(RIKI FAUZI)

NIP. 199012272025061002