

**PERLINDUNGAN HUKUM PEMILIK MEREK TERKENAL ATAS
PENGUNAAN PRODUK SECARA ONLINE DITINJAU DARI
UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN
INDIKASI GEOGRAFIS**

Nama: Steven Rafael

Jurusan/Program Studi: Hukum/Ilmu Hukum

Pembimbing: 1. Dr.Yoan Nursari Simanjuntak, S.H.,M.Hum.
2. Dr.Elly Hernawati, S.H.,M.Hum.

Abstrak

pada era modern saat ini, memerlukan suatu peraturan yang terkait dengan kekayaan intelektual. kekayaan intelektual tidak lepas dari suatu merek. Pengaturan tentang merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang selanjutnya disingkat (UU Merek dan Indikasi Geografis) yaitu: "Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Pada penulisan ini membahas perlindungan hukum terhadap pemilik merek terkenal apabila pihak secara online tersebut melakukan pelanggaran merek yaitu persamaan pada pokoknya dengan logo merek terkenal. Penulisan skripsi ini menggunakan metode yuridis normatif yaitu menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa M.id yang merupakan pihak secara online melanggar dalam UU Merek dan Indikasi Geografis dan pemilik merek terkenal dapat mengajukan gugatan perbuatan melanggar hukum yang diatur dalam KUH Perdata

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terkenal, Pihak Secara Online*

Abstract

In today's modern era, it requires a regulation related to intellectual property. intellectual property can not be separated from a trademark. The regulation of trademarks is regulated in Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications here in after abbreviated (Trademark Law and Geographical Indications, namely: "Trademark is a sign that can be displayed graphically in the form of images, logos, names, words, letters, numbers, color arrangements, in the form of 2 (two) dimensions and / or three dimensions, sound, holograms or a combination of 2 (two) or more of these elements to distinguish goods and / or services produced by persons or legal entities in the activities of trade in goods and / or services. This paper discusses the legal protection of well-known trademark owners if the online party commits trademark infringement, namely similarities in essence with well-known trademark logos. The writing of this thesis uses a normative juridical method that uses a statutory approach and conceptual approach. The results of this study explain that M.id which is an online party violates the Trademark Law and Geographical Indications and the owner of a well-known trademark can file a lawsuit for unlawful acts regulated in the Civil Code.

Keywords: *Legal Protection of Famous Trademark Owners, Online Parties*