

Analisis Permasalahan Hukum Perlindungan Position Mark Sebagai Merek = Analysis of the Legal Problems of Position Mark Protection as Trademark

Farah Widyanti Worowirasmi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513518&lokasi=lokal>

Abstrak

Merek merupakan salah satu elemen yang penting di dalam dunia Perdagangan, keberadaan merek ditujukan sebagai suatu identitas dari pelaku usaha tertentu. Keberadaan Merek terus berkembang seiring dengan perkembangan industri, dimana merek tidak hanya terdiri dari Merek yang bersifat Konvensional, namun juga terdapat Merek Non-Konvensional. Salah satu jenis Merek Non-Konvensional yaitu Position Mark (Merek Posisi). Position Mark telah mendapatkan perlindungan di ranah Internasional. Akan tetapi, tidak semua negara melindungi position mark sebagai Merek, dimana Indonesia merupakan salah satu negara yang tidak melindungi position mark sebagai Merek. Sebagai pembandingan, pada skripsi ini akan dibahas mengenai Perlindungan position mark di beberapa negara seperti Uni Eropa, Jepang, dan Korea. Selain itu, skripsi ini juga membahas mengenai permasalahan atau kendala di dalam melindungi position mark sebagai merek, seperti ketiadaan daya pembeda, anggapan position mark sebagai dekorasi semata, definisi yang masih rancu, dan permasalahan di dalam Undang-Undang Merek Indonesia, serta urgensi perlindungannya di Indonesia. Metode yang digunakan di dalam Skripsi ini adalah Yuridis-Normatif yang didukung dengan bahan-bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, serta menggunakan pendekatan konseptual dan komparatif terhadap hukum merek yang berlaku di negara lain

.....Trademark is one of the most important elements in the world of Commerce. The existence of a Trademark is intended as an identity of a certain Business Actor. The existence of Trademark continues to grow along with the development of Industry. Hence, nowadays, Trademark does not only consist of the Conventional one, yet there are also the Non-Conventional ones. One of the types of Non-Conventional Trademarks is Position Mark. Position Mark has received protection in the International scope. However, not all countries protect position mark as a Trademark, where Indonesia is one of the countries that does not protect position mark as a Trademark. As a comparison, this thesis will discuss the protection regarding position mark in several countries, such as The European Union, Japan, and Korea. In addition, this thesis will also discuss the problems regarding position mark protection as a Trademark, such as the lack of distinction, the perception of position mark as mere decoration, ambiguous definitions, and problems in the Indonesian Trademark Law, as well as the urgency of its protection, especially in Indonesia. The method in writing this thesis is juridical-normative research that also been supported by primary, secondary, and tertiary legal materials. This thesis also

uses a conceptual and comparative approach to trademark law in other countries