



SALAM

Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i

P-ISSN: 2356-1459. E-ISSN: 2654-9050

Vol. 9 No. 1 (2022), pp.153-160

DOI: 10.15408/sjsbs.v9i1.24660

<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/salam/index>



Perlindungan Hukum Terhadap Pemakaian Nama Orang Terkenal Menurut UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*

Eni Jaya,¹ Endang Suprpti,² Arihta Esther Tarigan,³ Jum Anggriani⁴

Universitas Tama Jagakarsa, Universitas Pancasila, Jakarta



[10.15408/sjsbs.v9i1.24660](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v9i1.24660)

Abstract

Case of trademark disputes using famous people's names often occurs at this time. The purpose of this research is to examine the legal protection of "famous person's name" on use mark in terms Law Number 20 of 2016 (UUIG) and to analyze judicial views regarding the use of the famous name as a mark. The method used in this research is juridical normative. The result showed that UUIG does not explicitly state "famous person's name" however if a famous person's name is linked to a famous mark in explanation of article 21 Section (1) point b of UUIG, then can formulate: first, general public knowledge of a famous person, the second reputation earned because of the popularity of achievement; third, evidence of fame through various mass media and online coverage. Fourth, Commercial Court can order an independent institution to conduct a survey regarding a person's name fame. The result of this research is implementing regulations of UUIG should provide clarity and legal protection regarding "famous person's name" to be used as benchmarks for whether is accepted or rejected during the substantive examination.

Keywords: Mark; Dispute; Famous Name

Abstrak

Sengketa merek menggunakan nama orang terkenal sering terjadi pada saat sekarang ini, Tujuan penelitian ini adalah mengkaji perlindungan hukum atas "nama orang terkenal pada penggunaan mereka ditinjau dari UU No.20 Tahun 2016 (UUIG). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Penelitian menunjukkan bahwa UUIG tidak menyatakan secara eksplisit "nama orang terkenal" namun jika nama orang terkenal dikaitkan dengan merek terkenal ada penjelasan pasal 21 ayat (1) huruf b UUIG, maka dapat di rumuskan; pertama, kurangnya pengetahuan umum masyarakat luas terhadap orang terkenal; kedua, reputasi yang diperoleh karena popularitas atau prestasi; ketiga, bukti keterkenalan melalui pemberitaan berbagai media massa dan online dan yang terakhir, pengadilan niaga dapat memerintahkan lembaga mandiri untuk melakukan survei mengenai keterkenalan nama orang tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah hendaknya peraturan pelaksanaan UUIG memberikan kejelasan dan perlindungan hukum mengenai nama orang terkenal untuk menjadi tolok ukur merek tersebut diterima atau ditolak saat pemeriksaan.

Kata Kunci: Merek; Sengketa; Nama Terkenal

* Received: Dec 23, 2021, Revision: January 25, 2022, Published: February 1, 2022.

¹ **Eni Jaya** adalah dosen Universitas Tama Jagakarsa, Jakarta.

² **Endang Suprpti** adalah dosen Universitas Tama Jagakarsa, Jakarta.

³ **Arihta Esther Tarigan** adalah dosen Universitas Tama Jagakarsa, Jakarta.

⁴ **Jum Anggriani** adalah dosen Universitas Pancasila, Jakarta

A. PENDAHULUAN

Dinamika hukum sekarang ini mengalami perubahan yang signifikan, seperti dalam hal persaingan usaha sangat ketat sehingga membuat pelaku usaha harus terus berinovasi untuk membuat daya tarik para konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan, berbagai cara dan usaha dilakukan para pelaku usaha untuk membuat produk mereka agar tetap diminati meskipun banyak persaingan sangat baik di dalam maupun di luar negeri. Segala upaya dan usaha dilakukan oleh para pelaku usaha, selain inovasi dan ide-ide kreatif salah satunya adalah membangun *image* yang baik di dalam suatu produk oleh karena itu para pelaku usaha memikirkan pentingnya peran merek untuk barang dan jasa yang diperdagangkan. Mereka yang mempunyai *image* yang baik merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen untuk membeli ataupun menggunakan suatu produk. Merek merupakan bagian terpenting dalam industri perdagangan atau jasa, dengan adanya merek merupakan tanda atau jaminan mutu dari suatu produk sehingga membuat daya tarik konsumen membeli dengan mereka yang sudah percaya, hampir semua produk yang kita pakai atau barang dalam bentuk jasa selalu ada tanda yang melekat dimana merek merupakan sebagai tanda yang membedakan produk yang satu dengan produk yang lain, baik yang berbentuk barang maupun jasa, Dengan begitu, merek sangat berperan penting dalam perilaku masyarakat ini.⁵ Pelaku usaha menyadari akan pentingnya arti sebuah merek atau *branding* suatu barang atau jasa untuk membuat daya tarik bagi konsumen namun kenyataan yang sering terjadi kurangnya pemahaman tentang pentingnya mendaftarkan suatu merek yang gunanya untuk kepentingan perlindungan hukum dari merek tersebut sehingga tidak diklaim oleh pihak lain.

Menurut Fitzgerald yang mengutip istilah perlindungan hukum dari Salmon bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan membatasi berbagai kepentingan dilain pihak.⁶ Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.⁷ Teori ini dipakai untuk meninjau perlindungan hukum nama orang terkenal terhadap penggunaan mereka bila ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016. Perlindungan hukum terhadap merek sangat diperlukan, sehingga tidak terjadi adanya pelanggaran merek, salah satunya penggunaan nama orang terkenal yang di daftarkan sebagai merek dagang ataupun jasa. Peranan merek menjadi sangat penting dalam menjaga persaingan yang sehat, sehingga pemerintah langkah-langkah pengaturan mengenai merek untuk memberikan perlindungan hukum bagi pengguna merek. Berdasarkan uraian

⁵Agung Indriyanto. 2017, *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal.1

⁶ Satjipto Raharjo, 2000. *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra aditya Bakti, hal. 53

⁷ *Ibid*, hal. 53

permasalahan di atas, penulis tertarik untuk menulis penelitian “Perlindungan Hukum Terhadap Pemakaian Nama Orang Terkenal Menurut Uu No.20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.”

Kerangka teori dalam penelitian ini penulis memaparkan berbagai definisi merek, diantaranya adalah :

- a. Merek adalah suatu benda yang dapat di ekspresikan atau diperkenalkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata huruf, angka dan susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram atau kombinasi dari dua atau lebih terhadap unsur tersebut.
- b. Pendaftaran Merek. Undang-undang No.20 Tahun 2016 Pasal 21 ayat 2 (huruf a) menyatakan bahwa pendaftaran merek tidak boleh merupakan atau menyerupai nama, atau singkatan nama orang terkenal, foto atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang pemilik merek.
- c. Perlindungan Merek. Perlindungan merek akan diberikan kepada pemilik merek setelah pemilik merek melakukan pendaftaran merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Adapun penulisan artikel ini, penulis fokuskan pada dua pertanyaan, yaitu: Pertama Bagaimana Problematika Perlindungan Hukum terhadap Pemakaian Nama orang Terkenal menurut Hukum Positif? Kedua, Bagaimana kekuatan hukum terhadap pemakaian nama orang terkenal dalam Merek?

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, sifat penelitian yuridis normatif. Menurut Peter Mahmud menjelaskan bahwa penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi⁸ dalam penelitian ini, akan menggunakan dua pendekatan: Pendekatan konsep (*conseptual approach*) Pendekatan konseptual dilakukan dimana peneliti tidak beranjak dari aturan hukum yang ada. Dalam penelitian ini, maka peneliti akan menggali konsep pemakaian nama orang terkenal dalam penggunaan merek Meskipun tidak secara eksplisit, konsep hukum dapat juga diketemukan di dalam undang-undang. Jadi konsep-konsep hukum tersebut akan dijadikan peneliti sebagai pijakan dalam membangun pendapat hukum dalam memecahkan isu penelitian. Pendekatan kasus (*CaseApproach*), Dalam menggunakan pendekatan kasus, yang perlu dipahami adalah *ratio decidendi*, yaitu alasan-alasan hukum yang digunakan oleh hakim.

C. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

⁸Peter Mahmud Marzuki.2011. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hal.25.

1. Pengertian Merek dalam Perspektif Undang-undang

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis pasal 1 ayat (1) menyatakan bahwa Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna dalam bentuk 2 (dua) dimensi atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan.

Harsono Adisumarto menyatakan Merek adalah tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, seperti pada pemilikan ternak dengan memberi cap pada punggung sapi yang kemudian dilepaskan ditempat penggembalaan bersama yang luas sebagai tanda pengenal untuk menunjukkan bahwa hewan yang bersangkutan adalah milik orang tertentu⁹ Melalui merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindak merek merupakan bagian dari Hak kekayaan intelektual yang merupakan hak kebendaan, Hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak, sedangkan merek sebagai benda imaterial hanya dapat memberikan kepuasan atau Prestige pada pembeli saja.¹⁰

Pada hakikatnya Hak Kekayaan Intelektual pada merupakan suatu hak dengan karakteristik khusus karena hak kekayaan intelektual diberikan oleh Negara berdasarkan ketentuan Undang-undang, memberikan hak khusus tersebut yang disebut hak eksklusif Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka pada intinya merek merupakan tanda yang sengaja dibuat untuk kepentingan perdagangan, sebagai tanda pengenal produk yang berfungsi untuk membedakan produk yang satu dengan lainnya. Di dalam hal ini tentunya merek juga harus memiliki daya pembeda, yaitu memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan lain yang sejenis, yang dapat diperdagangkan baik oleh perseorangan, maupun oleh sekelompok orang atau hukum tertentu.

2. Perlindungan Hukum nama orang terkenal pada penggunaan merek menurut UU No.20 Tahun 2016

Fitzgerald mengutip istilah perlindungan hukum dari Salmon bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan membatasi berbagai kepentingan di lain pihak.¹¹ Dalam rangka perlindungan hukum, Pasal 21 ayat (2) huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan perlindungan terhadap orang terkenal dengan pembatasan yaitu menolak permohonan pendaftaran Merek jika Merek tersebut merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama

⁹ Harsono Adisumarto, 1990. *Hak Milik Perindustrian*, Jakarta: Akademika Pressindo, hal. 44

¹⁰ OK. Saidin, 2013, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Penerbit Rajawali Press, hal 330.

¹¹ Satjipto Raharjo. *Op.cit*, hal.53.

badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis .

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan batasan terhadap berbagai kepentingan di lain pihak bahwa kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak, pihak manapun tidak boleh mendaftarkan Merek yang merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain. Namun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis tidak menyatakan secara spesifik kriteria nama atau singkatan nama orang terkenal, sehingga untuk menentukan keterkenalan nama orang dapat dikaitkan dengan merek terkenal yang diatur pasal 21 ayat (1) huruf b dan c Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 yang menyatakan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya, yaitu: a). Merek terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa tidak sejenis; b). Merek terkenal dari pihak lain untuk barang atau jasa sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu.

Berdasarkan penjelasan pasal tersebut, bahwa Merek dikategorikan sebagai merek terkenal adalah pengetahuan umum masyarakat di bidang usaha bersangkutan, reputasi merek dan bukti pendaftaran di berbagai Negara di dunia, sedangkan nama orang terkenal jika dikaitkan dengan merek terkenal penulis merumuskan, pengetahuan umum masyarakat luas terhadap orang terkenal yang bersangkutan, kemudian reputasi orang terkenal tersebut diperoleh karena popularitas atau prestasi.

Nama orang terkenal adalah nama diri dari Popular di berbagai kalangan seperti selebriti, olahragawan, ilmuwan, negarawan, dan orang terkaya, serta lain-lain. Dalam hal ini reputasi merupakan hasil penilaian masyarakat terhadap orang terkenal tersebut. Nama orang terkenal mengandung makna tertentu tentang reputasi pribadi orang terkenal tersebut. Oleh sebab itu, prinsip-prinsip hukum kebendaan harus pula ditelaah mengingat nama orang terkenal yang semula termasuk dalam hak-hak perorangan, telah berkembang menjadi hak kebendaan dengan praktik penggunaan nama orang terkenal tersebut sebagai nama merek Hal ini menyebabkan penggunaan tersebut mencakup pula aspek hukum bisnis, karena dalam perkembangannya nama orang terkenal tersebut telah menjelma menjadi aset bisnis dalam perdagangan.¹²

Reputasi nama orang terkenal yang semula merupakan hak perorangan menjadi hak kebendaan dengan bentuk merek, terkait merek seringkali terjadi *passing off* terhadap reputasi orang terkenal. Berdasarkan ketentuan *passing off* dalam hukum merek di Amerika Dan Inggris nama orang terkenal harus dapat dibedakan sebagai sumber atau asal barang tertentu¹³ selain itu kita kata istilah *goodwill* sering digunakan bersamaan dengan kata reputasi yaitu sebagai sesuatu yang melekat dalam merek dan selain itu kata *goodwill* sering juga diartikan itikad baik. *Goodwill* menurut MacNaghten merupakan suatu kebaikan yang bermanfaat dan bersifat menguntungkan dari nama baik, reputasi dan keterkaitannya dalam usaha bisnis, *Goodwill* adalah daya kekuatan

¹²Muhamad Amirulloh. Juli, 2016. Prinsip-Prinsip Hukum Terkait Perlindungan Nama Orang Terkenal Sebagai Nama Domain Di Indonesia. *Sosiohumaniora*, Volume 18, Nomor 2, hal 155

¹³*Ibid*, hal 155.

yang atraktif yang timbul dari kekuatan usaha¹⁴.

Reputasi merupakan pengakuan hasil aktivitas daya intelektual manusia, oleh karena itu di Negara-negara dengan sistem *common law*, Hukum memberikan perlindungan kepada pemilik yang berhak atas segala sesuatu yang melekat di dalamnya reputasi atau *goodwill* terhadap pihak yang memanfaatkan reputasinya¹⁵. Reputasi pada dasarnya dapat dilihat sebagai tolok ukur keterkenalan dari orang tersebut oleh sebab itu perlindungan reputasi terhadap orang terkenal dari pihak yang beritikad baik adalah hal yang sangat penting dalam dunia bisnis atau perdagangan.

Untuk membuktikan keterkenalan orang terkenal bisa di dapat melalui media massa ataupun internet, pembuktian secara mudah bisa didapat melalui mesin pencarian *Google* dengan mengetik nama atau singkatan nama, maka akan mudah menemukan berbagai pemberitaan mengenai diri orang terkenal tersebut, selain itu pengadilan niaga dapat memerintahkan lembaga yang bersifat mandiri untuk melakukan survei guna memperoleh kesimpulan mengenai terkenal atau tidaknya orang tersebut, hal ini dilakukan sebagai penguat bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam sengketa merek terkait penggunaan merek yang merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal. Dengan melakukan upaya tersebut sehingga bisa menghindari terjadinya penggunaan merek terhadap nama orang terkenal.

2. Kekuatan Hukum Terhadap Pemakaian Nama Orang Terkenal Dalam Merek

Sudikno Mertokusumo memberikan gambaran terhadap pengertian Perlindungan hukum, yaitu segala upaya yang dilakukan untuk menjamin adanya kepastian hukum yang didasarkan pada keseluruhan peraturan atau kaidah-kaidah yang ada dalam suatu kehidupan bersama¹⁶. Dalam hal merek, keseluruhan peraturan itu dapat dilihat baik dari Undang-Undang maupun Ratifikasi Konvensi Internasional.

Berdasarkan uraian tersebut, maka perlindungan hak atas kekayaan intelektual khususnya terhadap Merek yang sudah terdaftar bersifat preventif dan represif.

1. Perlindungan secara preventif dititikberatkan pada upaya untuk mencegah agar merek yang sudah terdaftar tidak dapat dipakai oleh orang lain secara salah. Upaya itu dapat berupa: a). Penolakan pendaftaran merek; b). Pembatalan merek terdaftar yang melanggar hak merek orang lain. Akibat kesalahan pendaftaran yang dilakukan, suatu merek yang seharusnya tidak dapat didaftar tetapi akhirnya didaftar dalam Daftar Umum Merek (DUM) yang mengesahkan merek tersebut. Padahal merek tersebut jelas-jelas melanggar merek orang lain, karena

¹⁴Aurora Quintina, Syafaruddin, & Elvi Zahara. 2009. Pemboncengan Reputasi (PassingOff) Terhadap Pemilik Merek Terdaftar Di Indonesia Ditinjau Dari Segi Perlindungan Hukum. *Mercatoria*, Volume 2, Nomor 1, hal 13.

¹⁵Rahmi Jened, 2000, *Implikasi Persetujuan TRIPs Bagi Perlindungan Merek di Indonesia*, Surabaya: Yuridika, hal 14.

¹⁶ Sudikno Mertokusumo: *Mengenal Hukum*, Yogyakarta, Liberty, 2005, hal 15

berbagai hal antara lain mirip atau sama dengan merek lain yang telah terdaftar sebelumnya. (Pasal 76 sampai dengan Pasal 79 UU No. 20 Tahun 2016)

2. Perlindungan secara Represif dititikberatkan pada pemberian hukuman kepada barang siapa yang telah melakukan kejahatan dan pelanggaran merek sebagaimana diatur dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 103 UU No. 20 Tahun 2016.

Perkembangan ilmu dan teknologi saat ini banyak sekali figur-figur yang mendadak terkenal dengan berbagai macam alasan atau sebab. Seseorang tiba-tiba menjadi terkenal karena keahliannya dalam bidang seni musik atau seni yang lain, kepaiawaian dalam berbisnis, berprestasi dalam bidang tertentu dan banyak lagi sebab-sebab orang menjadi terkenal. Setelah mengetahui tentang keterkenalan seseorang tersebut hendaknya tidak lagi menggunakan nama orang terkenal tersebut sebagai merek. Dibutuhkan kesadaran hukum dalam masyarakat bahwa sudah saatnya merek sebagai hasil karya cipta manusia mendapat perhatian bukan hanya oleh si orang yang terkenal mengingat merek menggunakan nama orang terkenal akan mendongkrak serta bisa menjadi ladang bisnis yang bisa berakibat suatu sengketa bagi kedua belah pihak. Sebaliknya orang terkenal tersebut hendaknya melindungi diri terhadap kemungkinan digunakannya oleh pihak lain apalagi dalam dunia bisnis nama sangat menentukan kelangsungan bisnis sebagai contoh saat ini banyak sekali artis terkenal menggunakan nama nya sebagai merek. Agar memiliki kekuatan hukum, terhadap *public figure* yang namanya sudah terkenal dan ingin dijadikan merek dagang maka harus cepat mendaftarkan merek tersebut karena ada kemungkinan didaftarkan terlebih dahulu oleh pihak lain, meskipun pihak tersebut beritikad baik dan tidak bermaksud membonceng reputasi nama *publicfigure* tersebut.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan , maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis tidak menyatakan kriteria “nama atau singkatan nama orang terkenal”. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis hanya memberikan penunjuk merek terkenal nama orang terkenal jika dikaitkan dengan merek terkenal yang dijelaskan pada Penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf b Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, maka dapat penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Hendaknya Pengetahuan umum masyarakat dari reputasi mengenai orang terkenal yang diperoleh karena popularitas atau prestasi yang dilakukan oleh orang tersebut yang diketahui adalah sebagai bukti keterkenalan orang terkenal tersebut melalui pemberitaan berbagai media massa dan *online* . Jika ketiga hal tersebut belum dianggap cukup, Pengadilan Niaga dapat memerintahkan lembaga yang bersifat mandiri untuk melakukan survei guna memperoleh kesimpulan mengenai terkenal atau tidaknya orang tersebut.

2. Agar memiliki kekuatan hukum, terhadap *public figure* yang namanya sudah terkenal dan ingin dijadikan merek dagang maka harus cepat mendaftarkan merek tersebut karena ada kemungkinan didaftarkan terlebih dahulu oleh pihak lain, meskipun pihak tersebut beritikad baik dan tidak bermaksud membonceng reputasi nama *publicfigure* tersebut.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hendaknya pemerintah memberikan penjelasan lebih luas lagi di dalam peraturan pelaksana Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan kejelasan mengenai nama orang terkenal terhadap penggunaan merek serta arahan dan persepsi yang sama pada saat pemeriksaan substantif menjadi tolok ukur merek tersebut diterima atau ditolak.
2. Perlunya Peningkatan pengetahuan umum kepada masyarakat terhadap definisi orang terkenal sehingga masyarakat mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum menggunakan merek tersebut.

REFERENSI:

- Amirulloh, Muhamad. (2016) *Prinsip-Prinsip Hukum Terkait Perlindungan Nama Orang Terkenal Sebagai Nama Domain Indonesia*. Sosiohumaniora, Volume 18, Nomor 2.
- Aurora Quintina, Syafaruddin, & Elvi Zahara (2009). *Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Terhadap Pemilik Merek Di Indonesia Ditinjau Dari Segi Perlindungan Hukum*. Mercatoria, Volume 2, Nomor 1
- H. OK. Saidin. (2013). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Penerbit Rajawali Press.
- Harsono Adisumarto, (1990) *Hak Milik Perindustrian*, Jakarta: Akademika Pressindo.
- Indriyanto, Agung; dan Irnie Mela Yusnita, (2017). *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Jakarta: PT Raja grafindo.
- Jened, Rahmi. (2000) *Implikasi Persetujuan TRIPs Bagi Perlindungan Merek di Indonesia*, Surabaya: Yuridika
- Maggalatung, A.S.; Aji, A.M.; Yunus, N.R. *How The Law Works*, Jakarta: Jurisprudence Institute, 2014.
- Marzuki, Peter Mahmud. (2011). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Mertokusumo, Sudikno. (2005) *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta, Liberty.
- Mukri, S.G.; Aji, A.M.; Yunus, N.R. (2016). "Implementation of Religious Education in the Constitution of the Republic of Indonesia," *Salam: Sosial dan Budaya Syar-i*, Volume 3 No. 3.
- Mukri, S.G.; Aji, A.M.; Yunus, N.R. (2017). *Relation of Religion, Economy, and Constitution In The Structure of State Life*, *STAATSRECHT: Indonesian Constitutional Law Journal*, Volume 1, No. 1.
- Raharjo, Satjipto. (2000). *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra aditya Bakti.
- Yunus, N.R.; Anggraeni, RR Dewi.; Rezki, Annissa. (2019). "The Application of Legal Policy Theory and its relationship with Rechtsidee Theory to realize Welfare State," *'Adalah*, Volume 3, No. 1.