

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hal-hal yang sebagaimana telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya terkait dengan permasalahan yang diangkat oleh penulis dalam penelitian ini terkait dengan penggunaan nama terkenal sebagai merek, maka penulis dapat menarik kesimpulan antara lain:

1. Nama seseorang termasuk dalam privasi seseorang sehingga tidak boleh digunakan oleh orang lain tanpa izin. Lebih lanjut nama seseorang terkenal dilindungi oleh Hak Publisitas yang melekat pada diri orang tersebut karena memiliki potensi ekonomi pada identitas dirinya sehingga berpotensi digunakan oleh orang lain yang tidak berhak untuk keuntungan komersil. Oleh karena itu seorang publik figur memiliki hak untuk memberi izin dan melarang orang lain menggunakan identitas dirinya untuk kepentingan komersil. Hak publisitas diakui dalam Pasal 21 Ayat 2 Huruf A UU MIG bahwa nama terkenal seseorang Merupakan suatu hak yang diakui dan dapat dipergunakan oleh orang lain atas izin tertulis pemilik hak tersebut.
2. Tidak ada kriteria nama terkenal di Indonesia menyebabkan tidak adanya kepastian hukum yang terjadi dalam menentukan nama terkenal tersebut mengenai siapa yang berhak mendapatkan perlindungan dan siapa yang tidak berhak mendapatkan perlindungan. Penentuan mengenai nama terkenal seseorang sebagai merek menitikberatkan pada unsur subjektivitas pemeriksa merek berdasarkan pengetahuannya. Berbeda dengan perlindungan merek terkenal yang memiliki kriteria dalam menentukan sebuah merek terkenal sehingga bersifat objektif dan memiliki kepastian hukum.
3. Tidak ada kepastian hukum tentang siapa yang harus dilindungi menimbulkan kasus sengketa Merek “BENSU” dimana terdaftarnya merek “BENSU”

dianggap melanggar hak atas nama terkenal milik Ruben Onsu atau singkatannya Bensu yang digunakan oleh orang lain sebagai sebuah merek. Penggunaan tersebut mengakibatkan Ruben Onsu tidak dapat mendaftarkan merek atas namanya karena memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek “BENSU” yang sudah terdaftar sebelumnya. Dengan terdaptarnya merek “BENSU” maka nama Ruben Onsu atau Bensu tidak termasuk nama terkenal yang dilindungi UU MIG. Untuk mendapatkan pengakuan sebagai nama terkenal Ruben Onsu harus membuktikanya di pengadilan dan meyakinkan hakim untuk memutuskan bahwa nama Bensu merupakan nama orang terkenal dan membatalkan merek “BENSU” karena melanggar Pasal 21 Ayat 2 Huruf A UU MIG pada saat pendaftaran.

5.2 SARAN

Berdasarkan dari permasalahan yang diangkat oleh penulis dalam penelitian ini, maka penulis memiliki beberapa saran yang berkaitan dengan permasalahan-permasalahan tersebut, yaitu:

1. Nama terkenal seseorang merupakan hak kebendaan tidak berwujud yang melekat pada diri seseorang dan memiliki nilai ekonomi karena popularitas yang dimilikinya. Seharusnya ada ketentuan lebih lanjut mengenai kriteria nama terkenal yang dilindungi sebagai penghargaan terhadap potensi ekonomi yang dimiliki oleh pemilik nama terkenal tersebut. Ketentuan lebih lanjut tersebut harus memuat mengenai siapa yang berhak mendapatkan perlindungan tersebut dan yang tidak berhak mendapatkan perlindungan tersebut untuk menghindari pemberian hak atas nama orang terkenal milik seseorang kepada orang lain dimana pemilik nama terkenal tersebut tidak tergolong sebagai nama terkenal dan tidak dilindungi oleh UU MIG.
2. Walaupun pada praktiknya penentuan nama terkenal seseorang tidak menjadi kendala pemeriksa merek namun alangkah baiknya dalam menentukan nama

seseorang merupakan nama terkenal atau bukan didasari oleh ketentuan tertulis agar menjamin kepastian hukum dalam pemberian perlindungan tersebut dengan tidak hanya menitikberatkan pada unsur subjektivitas pemeriksa merek demi mengapresiasi usaha yang dilakukan oleh para publik figur dalam upaya mendapatkan popularitas pada dirinya sehingga mendapatkan hak untuk dilindungi dari penggunaan namanya sebagai merek oleh pihak lain yang tidak berhak.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Achmad Zen Umar Purba, Hak Kekayaan Intelektual Pasca Trips, PT Alumni, Bandung, 2011

Alan F. Westin, Privacy and Freedom, Ig Publishing London, 1967

Donald M. Gillmor, Mass Communication: Cases And Comments, Nova Science Publisher Inc, 1990

Ferdinand David Schoeman, Privacy and Social Freedom, Cambridge University Pers, New York 1992

Johnny Ibrahim, Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif, Bayumedia Publishing, Malang, 2006

Julius Rizaldi, Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang, PT Alumni, Bandung, 2009

Mahadi, Hak Milik Dalam Sistem Hukum Perdata Nasional, BPHN, Jakarta, 1981

Muhammad Djumhana, Perkembangan Doktrin dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000

Ok Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual, PT Rajawali Pers, Jakarta, 2015

Rachmadi Usman, Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual, Bandung, PT Alumni, 2006

R. Soebekti dan R.Tjitrosudibio, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pradnya Paramita, Jakarta, 1986

Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata, Pembaharuan Hukum Merek Indonesia Cet. I, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997

Suyud Margono dan Amir Angkasa, Komesialisasi Aset Interlektual Aspek Hukum
Bisnis, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2002

Tim Lindsey, Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar, PT Alumni, Bandung, 2011

World Intellectual Property Organization, Membuat Sebuah Merek no.1, Kamar
Dagang dan Industri Indonesia, Jakarta, 2008

JURNAL

Brajendu Bhaskar, Trademark Dilution Doctrine, The Scenario Post TDRA 2005,
NJUS L. Rev, Oct-December, 2008

Hayley Stallard & Jonathan Schlegelmilch, Publicity Rights in The U.K. and The
U.S.A.: It Is Time for The United Kingdom to Follow America's Lead, Gonzaga
Law Review Online, 2016

Inge Dwisvimiar, Pengaturan Doktri Dilusi Merek Sebagai Upaya Perlindungan
Hukum Merek Terkenal di Indonesia, MIMBAR HUKUM Vol.28, Nomor 2,
2016

Lynne Weathered, Trade Marking Celebrity Image: The Impact of Distinctiveness and
Use as a Trade Mark, Bond University Law School, 2001

Pamela Samuelson, Privacy As Intellectual Property, Stanford Law Review, 2000

Stacey L. Dogan, What Is Dilution Anyway?, Michigan Law Review First Impressions
Vol.105, 2006

Stacey L. Dogan & Mark A. Lengley, What the Right of Publicity Can Learn from
Trademark Law, 58 Stan L. REV.1161, 2006

WEBSITE

<https://corporate.findlaw.com/litigation-disputes/right-of-publicity.html>, Diakses tanggal 14 Oktober 2019, pada pukul 20:54 WIB

<https://definitions.uslegal.com/r/right-of-publicity/>, Diakses pada tanggal 17 Oktober 2019 pada pukul 18:30 WIB.

<https://nasional.kontan.co.id/news/ruben-onsu-gugat-merek-bensu-milik-pengusaha-kedai-bengkel-susu-jessy-handalim>, Diakses 16 Oktober 2019, pada pukul 20:11 WIB.

<https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/is-it-trademark-infringement>, Diakses tanggal 15 Oktober 2019, pada pukul 14:12 WIB

