

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, sering dijumpai penggunaan nama orang sebagai merek. seperti halnya penggunaan nama Jessica, ayam goreng Suharti, dan spa Martha Tilaar. Perlindungan nama orang terkenal diatur dalam Pasal 20 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam pasal tersebut terdapat kekaburan hukum mengenai kriteria nama orang terkenal.

Jenis penelitian skripsi ini adalah jenis penelitian hukum normatif yaitu suatu proses untuk menemukan aturan hukum, maupun doktrin hukum untuk menemukan kriteria nama orang terkenal, dengan menggunakan metode pendekatan perundang-undangan yang terkait dengan nama orang terkenal dan Metode pendekatan konseptual yang berkaitan dengan pengaturan nama orang terkenal dalam konsep hak atas merek.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan peraturan yang terkait, belum menjelaskan tentang kriteria nama orang terkenal. Sedangkan dalam undang-undang Amerika Serikat dan Singapura adanya kriteria nama orang terkenal secara garis besar memperhatikan apakah orang tersebut masih hidup atau sudah meninggal dan memperhatikan hubungan antara profesi dan barang.

Kata Kunci : Merek, nama orang terkenal, dan perlindungan merek.

ABSTRACT

In the current era of globalization, often the use of the name of a person as a brand. As well as the use of Jessica's name, Suharti's fried chicken, and Martha Tilaar's spa. The protection of names of famous persons is regulated in Article 20 Paragraph 3 Number 20 Year 2016 Act on Marks and Geographical Indications. In the article there is a vagueness about the criteria of the name of a famous person.

The type of this essay research is a type of normative legal research that is a process to find the rule of law, as well as legal doctrine to find the criteria of a famous person's name, using the approach of legislation related to the name of a famous person and conceptual approach related to the setting of the person's name Famous in the concept of rights to the brand

Number 20 Year 2016 Act on Trademarks and Geographical Indications and related regulations, has not yet elucidated the criteria of famous persons names. Whereas in the laws of the United States and Singapore the criterion of the name of a famous person outlines whether the person is alive or dead and pay attention to the relationship between the profession and the goods.

Keywords: Brand, name of famous person, and brand protection.