

ABSTRAK

PENGUNAAN LOGO STASIUN TELEVISI SWASTA OLEH KREATOR KONTEN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK

Oleh

Sakha Nurlaili Ahmada

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek merupakan suatu produk hukum yang hadir untuk mengatasi berbagai permasalahan tentang merek yang merupakan bagian dari HKI. Permasalahan merek yang digunakan pada penelitian ini ialah penggunaan logo stasiun televisi swasta indosiar pada video parodi jasa keliling tanpa adanya izin untuk menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pendaftaran logo stasiun televisi swasta dan proses perizinan penggunaan logo stasiun televisi swasta oleh kreator konten serta menganalisis upaya hukum secara preventif dan represif pada penggunaan logo stasiun televisi swasta oleh kreator konten.

Jenis Penelitian dalam skripsi ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan masalah yang digunakan pendekatan undang-undang dan pendekatan kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah metode studi kepustakaan serta metode pengolahan data meliputi pemeriksaan data, klasifikasi data, penyusunan data serta analisis data secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan prinsip konstitutif yang dianut di Indonesia proses pendaftaran merek ini harus dilakukan supaya stasiun televisi swasta mendapatkan hak atas logonya dan untuk menggunakan logo stasiun televisi swasta yang telah terdaftar di DJKI dapat melalui lisensi antara stasiun televisi swasta selaku pemegang hak dengan kreator konten. Untuk mencegah terjadinya sengketa merek turut diantisipasi pemerintah dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek, namun apabila terdapat penggunaan logo stasiun televisi terdaftar tanpa izin, stasiun televisi swasta dapat memprosesnya melalui upaya hukum represif baik secara perdata maupun pidana.

Kata Kunci: Logo, Stasiun Televisi Swasta, Kreator Konten, Merek

ABSTRACT

USE OF PRIVATE TELEVISION STATION LOGOS BY CONTENT CREATOR BASED ON LAW NUMBER 20 OF 2016 CONCERNING TRADEMARKS

By

Sakha Nurlaili Ahmada

Law number 20 of 2016 concerning trademarks is is a legal product that exists to address various problems regarding trademarks that are part of IPR. The trademark problem used in this study is the use of the logo of the private television station Indosiar in a parody video of mobile services without permission to use it. This study aims to analyze the process of registering the logo of a private television station and the licensing process for the use of the logo of a private television station by content creators as well as analyzing preventive and repressive legal efforts on the use of the logo of a private television station by content creators.

The type of research uses normative legal research with a descriptive research type. The problem approach used is the statutory approach and case approach. The data collection method employed is a literature study, while the data processing method includes data examination, data classification, data compilation, and qualitative data analysis.

The results of the study show that based on the constitutive principles adopted in Indonesia, this trademark registration process must be carried out so that private television stations obtain rights to their logos and to use the logos of private television stations that have been registered with the DJKI can be through a license between the private television station as the rights holder and the content creator. To prevent trademark disputes, the government also anticipated this by issuing Law Number 20 of 2016 concerning trademarks, but if there is use of a registered television station logo without permission, private television stations can process it through repressive legal efforts, both civil and criminal.

Keywords: Logo, Private Television Stasion, Content Creator, Trademarks