

## Pelindungan Hukum Nama Panggung *Public Figure* atas Tindakan *Passing Off* Merek

Yoga Permana

Universitas Padjadjaran

[yoga21001@mail.unpad.ac.id](mailto:yoga21001@mail.unpad.ac.id)

**Abstract.** In the industrial world, a public figure who uses a stage name without giving it legal protection will be prone to causing problems such as being used for personal gain. For example, someone uses the stage name of a public figure to trick consumers so that many of them use the product, even though the product used does not belong to the public figure. The research was conducted using a normative juridical approach using secondary data. Data collection techniques were carried out using literature studies which were analyzed qualitatively. The results obtained from this research are that stage names can be compared to the names of famous people as stated in Article 21 paragraph (2) letter a of Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. This article provides legal protection for public figures' stage names from passing off actions carried out by irresponsible people. This article not only prohibits the use of the name of a famous person, but if it is similar, if there are elements that stand out between the trademark and the name of a famous person without the consent of the party concerned, the registration of the trademark must be rejected. There are several legal steps that can be taken by a public figure who feels aggrieved by someone's passing off his/her stage name, such as filing an objection, canceling the brand, suing for compensation, and criminal charges.

**Keywords:** Trademark, Stage Name, Passing Off, Public Figure

**Abstrak.** Dalam dunia industri, seorang *public figure* yang menggunakan nama panggung tanpa memberikannya sebuah perlindungan hukum akan rawan menimbulkan permasalahan seperti dimanfaatkan untuk mencari keuntungan pribadi. Misalnya, seseorang memanfaatkan nama panggung *public figure* untuk mengelabui konsumen sehingga banyak dari mereka menggunakan produk tersebut, padahal produk yang digunakan tersebut bukan milik *public figure* itu. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan menggunakan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan studi kepustakaan yang dianalisis dengan secara kualitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah nama panggung dapat dipersamakan dengan nama orang terkenal sebagaimana Pasal 21 ayat (2) huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pasal tersebut telah memberikan perlindungan hukum bagi nama panggung public figure dari tindakan passing off yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Pasal itu bukan hanya memberikan larangan penggunaan nama orang terkenal, tetapi menyerupainya saja dengan ditemukan adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek dengan nama orang terkenal tanpa ada persetujuan dari pihak yang bersangkutan, maka merek tersebut mesti ditolak pendaftarannya. Terdapat beberapa langkah hukum yang dapat dilakukan oleh seorang *public figure* yang merasa dirugikan atas tindakan *passing off* yang dilakukan oleh seseorang terhadap nama panggungnya, seperti pengajuan keberatan, pembatalan merek, gugatan ganti rugi, dan pidana.

**Kata Kunci:** Merek, Nama Panggung, *Passing Off*, *Public Figure*

Submitted: 30 Mei 2024 | Reviewed: 20 Juni 2024 | Revised: 21 Juni 2024 | Accepted: 22 Juni 2024

## PENDAHULUAN

Menurut Cambridge Dictionary nama panggung (*stage name*) ialah “*the name, different from his or her real name, that an actor or performer is publicly known by*”. Penggunaan nama panggung bagi seorang *public figure* bukan hal yang asing di dunia hiburan. Contohnya adalah Bruno Mars yang memiliki nama asli Peter Gene Hernandez. Tujuan para *public figure* menggunakan nama panggung adalah agar dapat mendongkrak popularitasnya. Hal ini karena nama panggung, terlebih yang unik dan menarik, akan secara otomatis meningkatkan daya ingat masyarakat terhadap *public figure* tersebut sebagaimana dengan karakter yang ia citrakan.

Namun, tidak banyak orang sadar bahwa penggunaan nama panggung memerlukan perlindungan hukum. Buktinya, masih banyak ditemukan para *public figure* yang belum mendaftarkan nama panggungnya sebagai sebuah merek. Padahal, dalam dunia industri hal ini akan rawan menimbulkan permasalahan. William Posser mengungkapkan terdapat 4 jenis penyerangan terhadap *public figure*, yaitu sebagai berikut;<sup>1</sup>

1. Gangguan ketenteraman;
2. Pembocoran rahasia terhadap fakta yang memalukan di muka umum;
3. Upaya menempatkan seseorang pada posisi yang salah;
4. Penggunaan nama seseorang untuk keuntungan pihak lain.

Salah satu permasalahan yang akan timbul adalah pemanfaatan nama panggung *public figure* untuk mencari keuntungan pribadi. Tidak jarang, para pelaku usaha mencari jalan pintas dengan menggunakan nama panggung *public figure* tanpa izin dan mengambil manfaat nilai ekonomis dari nama panggung *public figure* tersebut untuk kepentingan pribadi. Pelaku memanfaatkan nama besar *public figure* untuk mengelabui konsumen sehingga banyak dari mereka menggunakan produk tersebut, padahal produk yang

---

<sup>1</sup> Alya, “Pelindungan Hak Publisitas (*Right of Publicity*) Selebritis dalam Media Internet”, Tesis, Pascasarjana Ilmu Hukum Universitas Indonesia, 2007, hlm 28

digunakan tersebut bukan milik *public figure* itu.<sup>2</sup> Tindakan seperti itu dikenal dengan istilah *passing off* atau tindakan penboncengan merek.

Copinger mengutip pendapat dari Lord Diplock memberikan 5 (lima) karakteristik tindakan *passing off*, yaitu:<sup>3</sup>

1. *A misrepresentation*, yaitu kondisi dimana merek telah menyesatkan publik dengan cara merusak reputasi dari merek tersebut;
2. *Made by a trader in the course of trade*, yaitu produksi merek dilakukan baik orang perorangan atau sebuah badan hukum yang memiliki kegiatan dalam melakukan perdagangan barang dan/atau jasa;
3. *To prospective consumers of goods or services supplied by it*, yaitu kondisi dimana konsumen tertipu karena mereka percaya bahwa layanan atau produk yang diperdagangkan merupakan merek terdaftar yang ia ingin gunakan;
4. *Which is calculated to harm the business goodwill of the other trader (in the sense that this is a reasonably foreseeable consequence)*, yaitu kondisi konsumen mungkin kehilangan kepercayaan pada merek tertentu dan enggan untuk membelinya lagi di masa depan;
5. *Which causes actual damage to a business or goodwill or trade by whom the action is brought or, in a quia timet action, will probably do so*, yaitu kondisi dimana pemilik merek terdaftar menderita kerugian. Kerugian dapat berupa rusaknya reputasi, menurunnya konsumen, dan pendapatan.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Vika Husnul Khotimah dan Rani Apriani, "Faktor-Faktor Penyebab Pelanggaran Hak Merek Berupa Pemboncengan Reputasi (*Passing Off*) Merek Terkenal Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis", *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol 8, No 20, (2022): 410, <https://doi.org/10.5281/zenodo.7243144>

<sup>3</sup> Sri Ahyani. Pelindungan Hukum Terhadap Merek atas Action For Passing Off (Legal Protection of Marks to Action for Passing Off), *Jurnal Wawasan Yuridika*. Vol 27 No, 02. 2012: 545

<sup>4</sup> Nurhayati, dkk, "*Passing Off* Sebagai Salah Satu Indikator Tindakan Persaingan Curang di Bidang Merek (*Unfair Competition*)", *Ekoman: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, Vol 2, No 1, (2024): 42, <https://doi.org/10.61930/ekoman.v2i1.65>

*Passing off* lebih dikenal pada sistem hukum *common law* karena negara *common law* menghargai perlindungan hukum terhadap suatu produk yang telah memiliki reputasi.<sup>5</sup> Walaupun reputasi adalah sesuatu hal yang tidak berwujud, tetapi hal itu harus dipandang sebagai sebuah aset yang berharga oleh karena itu harus diberikan perlindungan. Pelindungan diberikan oleh negara sebagai upaya untuk menjaga reputasi aset bisnis yang telah dibangun sejak dulu dengan biaya yang sangat besar.<sup>6</sup> Bahkan, pada sistem negara *common law* pelindungan tersebut dikenal melalui mekanisme *the action for passing off* yaitu gugatan yang dilayangkan oleh pihak yang merasa dirugikan atas tindakan *passing off*.<sup>7</sup>

*Passing off* ini tentunya merugikan bagi *public figure* yang diboncengi nama panggunanya. Penggunaan nama panggunanya tanpa izin hanya akan membahayakan reputasinya karena masyarakat akan menganggap produk yang ditawarkan merupakan miliknya, sedangkan ia tidak menjamin kualitas produk tersebut. Hal ini pernah terjadi pada *public figure* terkenal dari Amerika Serikat yaitu Madonna. Namanya digunakan oleh seseorang menjadi sebuah web yang berisi konten porno dengan domain "Madonna.com".<sup>8</sup> Selain mencemarkan nama baiknya, penggunaan domain tersebut merupakan pelanggaran merek karena nama "Madonna" telah didaftarkan merek di Amerika Serikat dengan register No. 1,473,554 and 1,463,601 sejak tahun 1979. Akhirnya, Madonna mengajukan gugatan atas tindakan *passing off* tersebut. Madonna

---

<sup>5</sup> Olivia Laksmono dan Christine S. T. Kansil, "Pelindungan Hukum Merek Terkenal Puma Terhadap Pemboncengan Reputasi (*Passing Off*) Oleh Merek Puma dan Dikaitkan Dengan Penerapan Asas Itikad Baik", *Jurnal Hukum Adigama*, Volume 3 No. 2, (2020): 467, <https://doi.org/10.24912/adigama.v3i2.10576>

<sup>6</sup> Sri Ahyani. *Op.Cit.*, hlm 540

<sup>7</sup> Djumhana dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003): 540

<sup>8</sup> Fatin Fidia Notarisya, "Pelindungan Terhadap Nama Panggung Figur Publik (*Public Figures Stage Name*) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis", Skripsi, Universitas Padjadjaran, 2023, hlm 3

memenangkan gugatan tersebut berdasarkan pada putusan panel *World Intellectual Property Organization's (WIPO) Mediation dan Arbitration Centre*.<sup>9</sup>

Atas dasar uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagaimana pelindungan hukum terhadap nama panggung *public figure* atas tindakan *passing off* merek?
2. Bagaimana langkah hukum yang dapat dilakukan oleh pemilik nama panggung atas tindakan *passing off* merek?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memakai pendekatan yuridis normatif dengan melakukan analisis isu hukum dalam kedudukannya sebagai norma. Fokus pada penelitian ini menitikberatkan pada prinsip, asas hukum, aturan hukum, ataupun doktrin hukum dalam mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi. Penelitian dilakukan dengan memakai kumpulan data sekunder dengan merujuk pada bahan-bahan hukum primer dan bahan-bahan hukum sekunder. Teknik analisis pengolahan data yang dipakai pada penelitian ini adalah yuridis kualitatif. Setelah data disusun, peneliti melakukan pembahasan terhadap permasalahan yang diambil dengan mengacu pada landasan yuridis yang telah ada. Lalu setelah itu, peneliti mendapatkan kesimpulan terhadap pemecahan atas suatu permasalahan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Pelindungan Hukum Nama Panggung *Public Figure* atas Tindakan *Passing Off* Merek**

Hak kekayaan intelektual merupakan sebuah *exclusive right* yang diberikan negara atas hasil karya yang lahir dari daya pikir manusia.<sup>10</sup> Daya pikir tersebut dianggap *exclusive* setelah diwujudkan dalam bentuk yang nyata oleh seseorang yang mempunyai keahlian

---

<sup>9</sup> WIPO Arbitration and Mediation Center, Administrative Panel Decision, Madonna Ciccone, p/k/a Madonna v. Dan Parisi and "Madonna.com", Case No. D2000-0847 (<https://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2000/d2000-0847.html>)

<sup>10</sup> Sudaryat, dkk, *Hukum Kekayaan Intelektual*, Global Sinergi Indonesia, 2019): 7

khusus.<sup>11</sup> Perwujudan daya pikir dalam bentuk yang nyata tersebut harus diberikan perlindungan secara formal karena selain sebagai bentuk proteksi, tetapi juga sebagai perlindungan terhadap pemilik untuk penggunaan oleh pihak lain secara moral ataupun ekonomi.<sup>12</sup> Mengingat, hal ini penting untuk memberikan posisi yang kuat pada pemilik apabila terjadi sebuah sengketa. Berdasarkan pada pemikiran tersebut maka penting untuk memberikan perlindungan secara yuridis bagi hak kekayaan intelektual di Indonesia.

Salah satu hak kekayaan intelektual yang lahir dari daya pikir manusia adalah hak merek. Merek dapat diibaratkan sebagai identitas visual yang membedakan produk atau jasa satu dengan lainnya. Keunikan dan daya pembedanya inilah yang menjadi kunci utama agar produknya dapat dengan mudah dikenali oleh konsumen. Bukan hanya pengakuan, hak merek harus diberikan perlindungan hukum agar pemiliknya dapat memanfaatkan secara ekonomis atas karya yang dihasilkannya.<sup>13</sup> Kehadiran perlindungan merek menjadi faktor penting untuk menciptakan sistem perdagangan yang *fair*. Namun, dalam perdagangan akan selalu saja ada tindakan meraih keuntungan dengan jalan pintas yang melanggar hukum dan etika bisnis.<sup>14</sup>

Di Indonesia, perlindungan merek akan diperoleh oleh seseorang apabila telah melakukan pendaftaran (*first to file*). Melalui sistem ini, pihak yang diberikan hak atas sebuah merek adalah pihak yang telah terlebih dahulu melakukan pendaftaran merek. Dengan begitu, pendaftaran merupakan hal yang mutlak dilakukan untuk mendapatkan perlindungan hukum sebagaimana diatur pada Pasal 3 UU MIG. Walau pendaftaran merupakan hal yang penting, tetapi asas *first to file* tidak berlaku absolut pula karena sebuah merek terdaftar masih dapat ditentang dengan melakukan pembatalan merek

---

<sup>11</sup> Darwance, dkk "Dasar-Dasar Pemikiran Pelindungan Hak Kekayaan Intelektual", *Progresif: Jurnal Hukum*, Vol 15, No 2, 2020: 200, <https://doi.org/10.33019/progresif.v15i2.1998>

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> Agnes Vira Ardian, "Prospek perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Kesenian Tradisional di Indonesia", Tesis: Program Magister Ilmu Hukum, Program Pascasarjana, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2008), hlm. 30

<sup>14</sup> Sonny Keraf, *Etika Bisnis – Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur* (Yogyakarta: Kanisius, 1998) hlm. 69

apabila terbukti sebuah merek itu adalah merek yang seharusnya tidak dapat didaftar atau harus ditolak.<sup>15</sup> Salah satunya terdapat pada Pasal 20 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) menyatakan bahwa terdapat beberapa kondisi dimana sebuah merek mesti ditolak pendaftaran, yaitu sebagai berikut:

“Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak; ....., permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik.”

Dalam UU MIG, tidak ada pengertian khusus mengenai nama orang terkenal. Namun, nama orang terkenal dapat diartikan sebagai sebuah identitas yang melekat pada seseorang yang telah mencapai ketenaran dan pengakuan di masyarakat dalam berbagai bidang, seperti hiburan, politik, olahraga, teknologi, dan lain sebagainya. Ketenaran *public figure* melalui nama panggungnya dapat menghasilkan keuntungan, bahkan menjadi alat strategi *branding* sesuai dengan karakter yang ia citrakan. Ketenaran nama panggung yang ia miliki memiliki resiko salah satunya adalah penggunaan merek dengan melakukan pemboncengan terhadap nama panggung *public figure*. Atas dasar itulah, negara harus memberikan pelindungan hukum bagi nama panggung *public figure*.

Nama panggung dapat dipersamakan dengan nama orang terkenal sebagaimana Pasal 21 ayat (2) huruf a UU MIG. Pasal tersebut menyebutkan bahwa permohonan merek mesti ditolak apabila dalam merek tersebut mempunyai persamaan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal. Ketentuan ini merupakan ketentuan yang bersifat relatif karena dapat dikecualikan apabila penggunaan nama orang terkenal tersebut telah mendapatkan izin tertulis dari pihak bersangkutan. Pasal itu bukan hanya memberikan larangan penggunaan nama orang terkenal, tetapi menyerupainya saja yaitu dengan ditemukan terdapat unsur-unsur yang menonjol antara merek dengan

---

<sup>15</sup> Bima Adimanggala dan Tatty Aryani Ramli, “Penggunaan Nama Orang Terkenal sebagai Merek Ditinjau dari UU Merek dan Prinsip *Droit De Suite* terhadap Putusan Hakim”, *Prosiding Ilmu Hukum*, Vol 7, No 2, 2021: 689

nama orang terkenal sudah dapat dipastikan merek tersebut mesti ditolak pendaftarannya apabila tanpa ada persetujuan pihak bersangkutan. Menyerupai, dalam konteks ini, mengacu pada adanya kemiripan yang signifikan, baik dalam bentuk visual, penulisan, penempatan, bunyi ucapan, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.<sup>16</sup>

Pasal 21 Ayat (2) huruf a UU MIG telah memberikan perlindungan bagi nama panggung *public figure* dari tindakan *passing off*. Hal tersebut merupakan syarat relatif dalam melakukan pendaftaran merek, tandanya hal tersebut dapat dikesampingkan apabila telah terdapat persetujuan dari *public figure* bersangkutan. Pemenuhan syarat pendaftaran merek akan diperiksa melalui pemeriksaan substantif merek oleh ahli pemeriksaan merek sebagaimana Pasal 23 UU MIG.

Penggunaan nama panggung *public figure* telah mendapatkan perlindungan hukum secara otomatis tanpa perlu melakukan pendaftaran. Namun, apabila nama panggung tersebut digunakan oleh pemiliknya untuk membuka sebuah usaha, maka perlindungan pelindungannya berubah menjadi perlindungan merek dan diberikan pada saat dirinya melakukan pendaftaran. Hal ini untuk memberikan kepastian hukum atas merek yang dirinya gunakan sesuai dengan klasifikasi jenis mereknya.

Dalam konteks hukum perdata, penggunaan nama orang terkenal sebagai hak merek merupakan benda bergerak tidak berwujud. Oleh karena itu, hak kebendaan (*droit de suite*) melekat pada benda tersebut yang berarti hak ini akan terus mengikuti benda tersebut ke mana pun benda itu dipindahkan atau berpindah tangan.<sup>17</sup> Dalam hal ini, nama orang terkenal yang semua adalah hak perorangan akan berubah menjadi hak kebendaan dalam bentuk hak merek. Nama panggung akan menjadi aset yang tak ternilai dan dapat mendatangkan keuntungan bagi pemiliknya. Pemiliknya memiliki hak eksklusif untuk mengeksploitasi komersial atas namanya untuk memperoleh keuntungan pribadi.

---

<sup>16</sup> Bima Adimanggala dan Tatty Aryani Ramli, *Op.Cit.*, hlm 589

<sup>17</sup> Bima Adimanggala dan Tatty Aryani Ramli, *Op.Cit.*, hlm 690

## Langkah Hukum yang dapat Dilakukan oleh Pemilik Nama Panggung atas Tindakan *Passing Off* Merek

Langkah hukum berguna bagi korban untuk mendapatkan hak-haknya. Hal tersebut juga berlaku bagi *public figure* yang merasa dirugikan atas tindakan *passing off* terhadap nama panggungnya. Langkah hukum yang dapat dilakukan oleh *public figure* sebagaimana diatur dalam UU MIG adalah sebagai berikut;

### 1. Keberatan

Apabila merek yang melakukan tindakan *passing off* tersebut masih dalam proses pengumuman permohonan merek, *public figure* memiliki hak untuk mengajukan keberatan kepada Menteri Hukum dan HAM secara tertulis atas permohonan merek yang diajukan pihak lain yang menggunakan nama panggungnya sebagaimana diatur dalam Pasal 16 UU MIG. Pasal tersebut memberikan ruang seluas-luasnya bagi pihak manapun selain pemohon dan kuasanya yang merasa keberatan atas permohonan merek tersebut. Keberatan tersebut dapat diajukan kepada Menteri Hukum dan HAM dengan melampirkan alasan dan bukti yang kuat dari tindakan *passing off* nama panggung *public figure* bersangkutan. Pengajuan keberatan akan dikenai biaya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia sebagaimana Pasal 5 Ayat (2) Peraturan Menteri Hukum dan HAM No 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.

Apabila terdapat pihak yang mengajukan keberatan, nantinya salinan surat keberatan terhadap permohonan merek tersebut harus dikirimkan kepada pemohon merek atau kuasanya selambat-lambatnya 14 hari sejak keberatan disampaikan. Keberatan yang telah diajukan akan dipertimbangkan dalam pemeriksaan substantif oleh ahli pemeriksa merek dengan jangka waktu selambat-lambatnya 150 hari kerja. Atas hal tersebut, ahli pemeriksa merek akan memeriksa tindakan *passing off* tersebut dengan menjadikan Pasal 21 ayat (2) huruf a UU MIG

sebagai batu uji pemeriksaannya. Apabila dalam proses pemeriksaan substantif ahli pemeriksa merek beranggapan bahwa permohonan tersebut melanggar Pasal 21 ayat (2) huruf a UU MIG dan harus ditolak, maka Menteri Hukum dan HAM akan memberikan informasi atas hal tersebut pada pemohon atau kuasanya disertai dengan alasan-alasannya.

## 2. Pembatalan

Apabila merek yang melakukan tindakan *passing off* tersebut sudah didaftarkan dan telah mendapatkan sertifikat merek, maka *public figure* tersebut dapat mengajukan pembatalan merek dengan mengajukannya kepada Pengadilan Niaga sebagaimana Pasal 76 Ayat (1) UU MIG. Pihak manapun memiliki wewenang untuk mengajukan gugatan pembatalan selama ia adalah pihak yang memiliki berkepentingan. Apabila nama pangguna *public figure* tersebut tidak terdaftar maka ia harus terlebih dahulu mengajukan permohonan kepada Menteri Hukum dan HAM. Merek akan diperiksa dengan menjadikan Pasal 21 Ayat (2) huruf a UU MIG sebagai batu uji pemeriksaannya. Pembatalan merek sendiri memiliki jangka waktu paling lama 5 tahun terhitung sejak tanggal pendaftaran merek sebagaimana Pasal 77 ayat (1) UU MIG. Namun, pembatalan merek itu akan dapat dilakukan tanpa batas waktu jika ditemukan terdapat unsur iktikad tidak baik. Apabila putusan pembatalan merek dirasa belum memberikan keadilan bagi salah satu pihak, maka pihak tersebut dalam mengajukan upaya hukum kasasi ke Mahkamah Agung.

## 3. Gugatan Ganti Rugi

Apabila nama pangguna *public figure* tersebut telah didaftarkan menjadi sebuah merek, maka ia memiliki hak untuk mengajukan gugatan ganti rugi sebagaimana Pasal 83 Ayat (1) huruf a UU MIG. Ganti rugi merupakan upaya untuk mengembalikan keadaan pada kondisi semula akibat perbuatan melawan hukum. Hal ini dilakukan dengan membebankan tanggung jawab kepada pihak yang telah

melakukan kesalahan.<sup>18</sup> Pasal 1246 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menjelaskan bahwa ganti rugi sendiri terdiri dari elemen yaitu kerugian yang senyatanya dialami dan keuntungan yang semestinya didapatkan. Untuk mewujudkan itu, berdasarkan *Article 41* TRIPs Agreement maka perlu upaya penegakan hukum dengan menyediakan *effective measurement*.

Pasal 85 Ayat (1) UU MIG menegaskan bahwa Pengadilan Niaga yang menjadi wilayah hukum tempat tinggal tergugat (*actor sequitor forum rei*) dijadikan sebagai tempat untuk menyelesaikan perkara pelanggaran merek. Namun, terdapat beberapa pengecualian di mana gugatan terhadap tergugat di luar negeri dapat diajukan di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. Pada tanggal gugatan diajukan, panitera akan mendaftarkan gugatan lalu selambat-lambatnya 2 hari sejak gugatan didaftarkan akan menyampaikannya pada ketua Pengadilan Niaga. Setelah menerima gugatan, ketua Pengadilan Niaga akan mempelajari perkara tersebut untuk memahami duduk perkaranya kemudian menetapkan hari sidang selambat-lambatnya 3 hari terhitung sejak tanggal gugatan disampaikan.

Sidang pemeriksaan harus diselesaikan paling lama 90 hari dan dapat diperpanjang paling lama 30 hari atas persetujuan Ketua Mahkamah Agung. Untuk mencegah kerugian lebih besar, *public figure* memiliki hak untuk mengajukan permohonan penghentian kegiatan produksi, peredaran, dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan merek tersebut secara tanpa hak sebagaimana Pasal 84 ayat (1) UU MIG. Apabila putusan gugatan ganti rugi merek dirasa belum memberikan keadilan bagi salah satu pihak, maka pihak tersebut dalam mengajukan upaya hukum kasasi ke Mahkamah Agung.

#### 4. Pidana

Apabila nama panggung *public figure* telah didaftarkan menjadi sebuah merek, maka ia memiliki hak untuk melaporkan pelanggaran merek melalui mekanisme

---

<sup>18</sup> Yolanda Bella, "Ganti Rugi Atas Penggunaan Merek yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya", *Loeus: Jurnal Konsep Ilmu Hukum*, Vol 3, No 3, 2023: 137, <https://doi.org/10.56128/jkih.v3i3.295>

pidana sebagaimana Pasal 100 Ayat (1) dan (2) UU MIG. Pasal 100 Ayat (1) UU MIG berbunyi sebagai berikut;

“Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain ....., dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”

Sedangkan, Pasal 100 Ayat (2) UU MIG berbunyi sebagai berikut;

“Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain ....., dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”

Tindakan *passing off* nama panggung *public figure* akan memenuhi unsur pasal itu karena nama panggung telah berubah menjadi sebuah merek terdaftar. Oleh karenanya, *public figure* itu memiliki hak untuk melakukan laporan ke kepolisian atau Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) lingkungan Kementerian Hukum dan HAM. Pelaksanaan sistem peradilan pidana harus dilakukan dalam mengungkap pelanggaran merek.<sup>19</sup> Penyelesaian perkara merek akan menggunakan Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHAP) sebagai hukum formil dan ketentuan khusus tentang penyidikan menggunakan UU MIG sebagai ketentuan khusus (*lex specialis*).<sup>20</sup>

## PENUTUP

Penggunaan nama panggung *public figure* telah mendapatkan perlindungan hukum secara otomatis tanpa perlu melakukan pendaftaran. Nama panggung dapat dipersamakan dengan nama orang terkenal sebagaimana Pasal 21 ayat (2) huruf a UU MIG. Pasal itu bukan hanya memberikan larangan penggunaan nama orang terkenal,

<sup>19</sup> Yahya Harahap, *Pembahasan Permasalahan dan Penerapan KUHAP Penyidikan dan Penuntutan*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), hlm:90

<sup>20</sup> Esti Aryani, “Pelanggaran Hak Atas Merek dan Mekanisme Penyelesaiannya di Indonesia”, *Jurnal Wacana Hukum*, Vol 10, No 1, 2011: 124, <https://doi.org/10.33061/wh.v10i1.269>

tetapi menyerupainya saja dengan ditemukan adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek dengan nama orang terkenal sudah dapat dipastikan merek tersebut mesti ditolak pendaftarannya apabila tanpa ada persetujuan pihak bersangkutan. *Public Figure* yang merasakan dirugikan atas tindakan *passing off* merek terhadap nama panggungnya ini dapat melakukan langkah hukum. Langkah-langkah hukum yang dapat dilakukan oleh *public figure* tersebut, seperti mengajukan keberatan, pembatalan merek, gugatan ganti rugi, dan pidana.

## DAFTAR PUSTAKA

### Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Peraturan Menteri Hukum dan HAM No 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek

### Buku

Djumhana dan Djubaedillah. *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori, dan Prakteknnya di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.

Harahap, Yahya. *Pembahasan Permasalahan dan Penerapan KUHAP Penyidikan dan Penuntutan*", Jakarta; Sinar Grafika, 202.

Keraf, Sonny. *Etika Bisnis – Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur Cetakan ke-9*. Yogyakarta: Kanisius, 1998.

Sudaryat, dkk. *Hukum Kekayaan Intelektual*. Bandung: Global Sinergi Indonesia, 2019.

Notarisya, Fatin Fidia. (2023) *Pelindungan Terhadap Nama Panggung Figur Publik (Public Figures Stage Name) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*", Skripsi: Universitas Padjadjaran.

### Jurnal

Adimanggala, Bima dan Ramli, Tatty Aryani. (2021) "Penggunaan Nama Orang Terkenal sebagai Merek Ditinjau dari UU Merek dan Prinsip *Droit De Suite* terhadap Putusan Hakim", *Prosiding Ilmu Hukum*, Vol 7, No 2 (2021): 689.

- Ahyani, Sri. "pelindungan Hukum Terhadap Merek atas *Action For Passing Off (Legal Protection of Marks to Action for Passing Off)*". *Jurnal Wawasan Hukum*, Vol 27, No, 02 (2012): 545.
- Aryani, Esti. "Pelanggaran Hak Atas Merek dan Mekanisme Penyelesaiannya di Indonesia", *Jurnal Wacana Hukum*, Vol 10, No 1 (2011): 124.
- Bella, Yolanda. "Ganti Rugi Atas Penggunaan Merek yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya", *Loeus: Jurnal Konsep Ilmu Hukum*, Vol 3, No 3 (2023): 137.
- Darwance, dkk. "Dasar-Dasar Pemikiran Pelindungan Hak Kekayaan Intelektual", *Progresif: Jurnal Hukum*, Vol 15, No 2 (2020): 200.
- Khotimah, Vika Husnul dan Apriani, Rani. "Faktor-Faktor Penyebab Pelanggaran Hak Merek Berupa Pemboncengan Reputasi (*Passing Off*) Merek Terkenal Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis", *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol 8, No 20 (2022): 410.
- Laksmono, Olivia dan Kansil, Christine S. T. "Pelindungan Hukum Merek Terkenal Puma Terhadap Pemboncengan Reputasi (*Passing Off*) Oleh Merek Puma dan Dikaitkan Dengan Penerapan Asas Itikad Baik", *Jurnal Hukum Adigama*, Volume 3 No. 2 (2020): 467.
- Nurhayati, dkk. "*Passing Off* Sebagai Salah Satu Indikator Tindakan Persaingan Curang di Bidang Merek (*Unfair Competition*)", *Ekoman: Jurnal Ekonomi Bisnis, dan Manajemen*, Vol 2, No 1 (2024); 42.

### **Skripsi atau Tesis**

- Alya. (2007). *pelindungan Hak Publisitas (Right of Publicity) Selebritis dalam Media Internet*, Tesis: Pascasarjana Ilmu Hukum Universitas Indonesia.
- Ardian, Agnes Vira. (2008). *Prospek pelindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Kesenian Tradisional di Indonesia*, Tesis: Program Magister Ilmu Hukum, Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro, Semarang.