

ABSTRAK
PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PRODUK YANG BERKARAKTER
WELL-KNOWN TRADEMARK TERHADAP DAMPAK PROMOSI (Studi
Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA)

Promosi produk dapat berakibat suatu merek menjadi merek generik karena telah menjadi istilah umum sehingga hilang perlindungan hukumnya. Namun pada kenyataannya merek-merek generik di Indonesia masih tetap digunakan sebagai merek sehingga tidak sesuai dengan ketentuan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek.

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu pertama bagaimana dampak promosi terhadap keberlangsungan produk yang berkarakter *well-known trademark* (merek dagang terkenal). Kedua bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA dalam rangka mencegah agar tidak menjadi merek generik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis dampak promosi terhadap keberlangsungan produk yang berkarakter *well-known trademark* serta untuk mengkaji dan menganalisis upaya perlindungan hukum terhadap produk AMDK merek AQUA dalam rangka mencegah agar tidak menjadi merek generik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan yuridis empiris berdasarkan data primer berupa wawancara dengan para pihak yang berkaitan secara langsung dengan masalah yang diteliti agar mendapatkan informasi yang jelas sesuai keadaan di lapangan dan data sekunder, kemudian disajikan dalam bentuk tesis.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan, yaitu pertama bahwa dengan dipromosikannya suatu produk tidak hanya membuat mereknya tergolong menjadi merek terkenal tetapi juga berdampak negatif yaitu merek dapat hilang perlindungan hukumnya serta masyarakat tidak lagi melihat pada merek ketika membeli AMDK. Kedua, ketentuan hukum positif mengenai perlindungan hukum terhadap merek terkenal khususnya mengenai merek dagang terkenal yang dihapus karena telah berubah menjadi generik belum terakomodir.

Saran dari penelitian ini adalah agar pemilik merek AMDK khususnya AQUA dalam mempromosikan produknya harus memberikan pedoman yang menyarankan bagaimana masyarakat menggunakan merek tersebut seperti mengajak masyarakat untuk menyebut AQUA adalah "air mineral AQUA". Selain itu sebaiknya Pemerintah membuat ketentuan baku mengenai kriteria merek terdaftar yang dapat dihapuskan karena telah menjadi merek generik.

Kata kunci : *perlindungan hukum, merek dagang terkenal, dampak promosi, AQUA*

ABSTRACT
LAW PROTECTION FOR WELL-KNOWN TRADEMARK CHARACTER
PRODUCTS TOWARDS PROMOTION EFFECTS (A Study to Packaged
Drinking Water under the Brand of AQUA)

Products promotion can result a brand into a generic for it has become a general reference thus it has lost its law protection. Nevertheless, in reality, generic brands in Indonesia are still in use as a brand so that it is not in line with Article 5 Acts No. 15 Year 2001 about Brands.

This study investigates the following, first is how promotion effects towards the sustainability of a product characterized as well-known trademark are. Secondly, what law protection efforts towards Packaged Drinking Water under the brand of AQUA are in order to prevent it from becoming generic mark. The study is aimed at identifying and analyzing promotion effects towards the sustainability of products characterized as well-known trademark as well as identifying and analyzing law protection efforts of Packaged Drinking Water AQUA to prevent from becoming generic product.

This study employed empirical-juridical approach based on primary data in the form of interview to related parties to the problems to gain clear information based on the condition appeared along with secondary data, then presented into a thesis.

It can be concluded that, first by promoting a product, not only it affects a brand to become well-known by people but also will raise negative effect as losing its law protection and people will not care more about the brand when they buy Packaged Drinking Water. Secondly, the provision of positive law related to law protection towards well-known products, especially towards well-known brands, which are removed for it has changed into generic products, are not yet accommodated.

The study suggests that the owner of Packaged Drinking Water, especially AQUA brand, in promoting their products to give guidance telling how people should use the brand such as by persuading people to say AQUA as “AQUA Mineral Water.” Besides, the government should create standard regulation about registered brand criteria that can be removed for it has changed into generic brand.

Keywords : law protection, well-known trademarks, promotion effects, AQUA