

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

## **KRITERIA TANDA *PUBLIC DOMAIN* YANG DIGUNAKAN SEBAGAI MEREK**

**Arthur Novy Tuwaidan**  
[aterini18@gmail.com](mailto:aterini18@gmail.com)

### ***ABSTRACT***

*This study examines the Criteria for Signs of Public Domain Used as a Brand. This research is legal research by using a method that is in accordance with the scientific characteristics of Law (jurisprudence), namely normative legal research. Concluded also some signs of criteria in the Public Domain Trademark law, namely: Public Domain because it is over the protection period, the Public Domain for distinguishing the substantive requirements are not met. (Article 20 letter (f) UU No. 16/2016 on Trademarks and Geographical Indications), Public Domain because it includes the area of public property, Public Domain because it does not open rivalry, Public Domain because it includes Public Knowledge. Public Domain since its birth, Public Domain because of government policy, Public Domain because something that can be enjoyed by everyone at any time, Public Domain because it is a public good, and Public Domain because there is no scarcity and is available to all.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini meneliti Kriteria Tanda *Public Domain* Yang Digunakan Sebagai Merek. Penelitian ini adalah Penelitian Hukum (*legal research*) dengan menggunakan metode yang sesuai dengan karakteristik keilmuan dari Ilmu Hukum (*jurisprudence*) yaitu penelitian hukum normatif. Disimpulkan juga beberapa kriteria tanda *Public Domain* dalam hukum Merek yaitu: *Public Domain* karena sudah berakhir jangka waktu perlindungannya, *Public Domain* karena persyaratan substantifnya daya pembeda tidak dipenuhi. (Pasal 20 huruf (f) UU No. 16/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis), *Public Domain* karena termasuk area *public property*, *Public Domain* karena tidak membuka rivalitas, *Public Domain* karena termasuk *Public Knowledge*. *Public Domain* sejak kelahirannya, *Public Domain* karena kebijakan pemerintah, *Public Domain* karena sesuatu yang dapat dinikmati oleh setiap orang setiap waktu, *Public Domain* karena merupakan barang umum, dan *Public Domain* karena tidak ada kelangkaan dan tersedia untuk semua.

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & Keadilan**

## 1. PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual (HKI)<sup>1</sup> sebagai terjemahan dari *Intellectual Property Rights* merupakan bagian penting dalam perjanjian perdagangan dalam lingkup regional maupun internasional. Indonesia telah meratifikasi persetujuan Putaran Uruguay dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 (UU No. 7/1994) tentang Pengesahan Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement On Establishing The World Trade Organization*), (Lembaran Negara Republik Indonesia No. 57 Tahun 1994, Tambahan Lembaran Republik Indonesia Nomor 3564 Tahun 1994). (LNRI 1994 No.57, TLNRI No. 3564).

Merek sesuai ketentuan umum UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dalam Pasal 1 Ayat (1) disebutkan:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

Dari pengertian Merek berdasarkan UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis diatas, terlihat ada perluasan tipe Merek dibandingkan dengan Undang-Undang Merek yang lama UU No. 15/2001 tentang Merek. Perluasan tipe Merek dalam UU yang baru selain Merek Konvensional juga ada Merek Non Tradisional dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut.

Perundang-undangan tentang Merek dimulai dari *Statute of Parma* yang sudah memfungsikan Merek sebagai pembeda untuk produk berupa pisau, pedang, atau barang dari produk tembaga lainnya.<sup>2</sup> Merek digunakan sebagai tanda pembeda antara produk

---

1 Berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Perundang-undangan RI No.03.PR.07 Tahun 2000 dan Persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara No. 24/M/PAN/1/2000 istilah yang dibakukan adalah Hak Kekayaan Intelektual, tanpa “atas” telah resmi dipakai.

2 Rahmi Jened, *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif*, Airlangga University Press, Surabaya, 2007, (selanjutnya disebut Rahmi Jened I) h. 159.

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & Keadilan**

yang dihasilkan oleh seseorang atau badan hukum dengan produk yang dihasilkan oleh pihak lain. Kebutuhan untuk menunjukkan identifikasi sumber asal barang lebih dirasakan lagi manfaat pemberian Merek pada barang saat manusia mulai mengenal perdagangan.<sup>3</sup>

Merek (*trademark*) sebagai hak atas kekayaan intelektual pada dasarnya adalah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa (*an indication of origin*)<sup>4</sup> dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain. Merek merupakan ujung tombak perdagangan barang dan jasa. Melalui Merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas (*a guarantee of quality*) barang dan atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan (*konkurensi*) yang tidak jujur dari pengusaha lain yang beritikad buruk yang bermaksud membonceng reputasinya.<sup>5</sup> Merek sebagai sarana pemasaran dan periklanan (*a marketing and advertising device*) memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang dihasilkan pengusaha.<sup>6</sup>

Merek merupakan monopoli yang sah secara hukum (*legalized monopoly*)<sup>7</sup> namun seringkali ada tanda yang tidak seharusnya dimonopoli misalnya tanda yang terkait dengan milik umum (*public domain*). Banyak sekali penyalahgunaan tanda yang bersifat kata dan/atau tanda yang telah umum dikenal masyarakat dan telah menjadi milik umum (*Public Domain*). Seharusnya tanda tersebut bukan hak individu dan seharusnya tidak untuk monopoli individu.

Sangatlah penting untuk menentukan arti dan ruang lingkup *Public Domain*, dengan mengklasifikasikan apa yang tidak dilindungi oleh Hak Kekayaan Intelektual khususnya Hukum Merek. Tyler T. Ochoa mengatakan bahwa "*The Public Domain is something that we enjoy every day without thinking about it*,"<sup>8</sup> dimana *Public Domain* atau

---

3 Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum*, Citra Aditya Bandung, 1996, h. 48.

4 Rahmi Jened, *Hukum Merek, Trademark Law, Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015, (selanjutnya disebut Rahmi Jened II), h. 3

5 *Ibid*

6 *Ibid*

7 Rahmi Jened, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan*, RajaGrafindo Rajawali Press, Jakarta, 2013, (Selanjutnya disebut Rahmi Jened III), h. 206

8 Tyler T. Ochoa, *Origins and Meanings of the Public Domain*, Santa Clara Law Digital Commons, Santa Clara University School Of Law, h. 215

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

domain publik adalah sesuatu yang bisa kita nikmati atau menggunakannya kapan saja tanpa kita sadari.

Ada banyak contoh tanda yang merupakan *public domain*, antara lain: Merek berupa tanda Tengkorak di atas dua tulang yang bersilang, yang secara umum diketahui sebagai tanda bahaya, tanda produk daur ulang, tanda produk *Fragile* (mudah pecah), tanda Lalu Lintas (*Traffic Light*), tanda farmasi.<sup>9</sup> Tanda-tanda tersebut merupakan tanda milik umum yang terdiri dari tanda atau indikasi yang menunjukkan kelaziman atau kebiasaan terkait dengan bahasa yang dikenali secara nasional atau internasional, digunakan dalam praktek perdagangan yang jujur. Tanda seperti itu adalah tanda yang bersifat umum dan telah menjadi milik umum (*public domain*).<sup>10</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas, maka peneliti akan meneliti bagaimana kriteria tanda *Public Domain* yang digunakan sebagai merek.

## **2. METODE PENELITIAN**

Tipe penelitian ini adalah Penelitian Hukum (*legal research*) dengan menggunakan metode yang sesuai dengan karakteristik keilmuan dari Ilmu Hukum (*jurisprudence*) yaitu penelitian hukum normatif. Sebagai penelitian hukum normatif, maka metode yang digunakan adalah metode penelitian hukum yang bertujuan untuk menemukan Kriteria *Public Domain* yang digunakan sebagai Merek, sehingga hasil yang akan dicapai kemudian adalah memberikan preskripsi mengenai apa yang seyogyanya atas isu yang diajukan.<sup>11</sup> Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menemukan Kriteria *Public Domain* yang digunakan sebagai merek. Penelitian ini adalah penelitian normatif, maka data yang diperoleh adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer; perundang-undangan, traktat juga bahan sekunder lainnya misalnya rancangan UU, Kamus (hukum) dan tulisan-tulisan lainnya.

---

9 Rahmi Jened II, *Op.Cit.*, h. 3

10 *Ibid.*

11 Peter Mahmud Marzuki, "Penelitian Hukum", *Yuridika*, Volume 16, No.2, (Peter Mahmud Marzuki I) Maret 2001, h 103

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & Keadilan**

### 3. PEMBAHASAN

Merek sesuai ketentuan umum UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dalam pasal 1 ayat 1 disebutkan:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

Dari pengertian Merek berdasarkan UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis diatas, terlihat ada perluasan tipe Merek dibandingkan dengan Undang-Undang Merek yang lama UU No. 15/2001 tentang Merek. Perluasan tipe Merek dalam UU yang baru selain Merek Konvensional juga ada Merek Non Tradisional dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut.

Dalam *Black's Law Dictionary* dikemukakan pengertian Merek sebagai berikut”

*“A word, phrase, logo, or other sensory symbol used by manufacturer or seller to distinguish its products or services from those of others. The main purpose of a trademark is to designate the source of goods or services. In effect, the trademark is the commercial substitute for one's signature. To receive federal protection, a trademark must be (1) distinctive rather than merely descriptive or generic; (2) affixed to a product that is actually sold in the marketplace; and (3) registered with the U.S. Patent and Trademark office.”<sup>12</sup>*

Merek selalu diidentikkan dengan identitas bagi suatu produk yang dihasilkan produsen, yang kemudian menjadi aset bagi produsen. Identitas sebuah produk juga menjelaskan kualitas suatu barang, hal tersebut juga menandakan barang tersebut memiliki ciri khas tersendiri. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Merek diberi pengertian: Merek adalah tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen dan sebagainya) pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal: cap (tanda) yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama dan sebagainya.

---

<sup>12</sup> Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary, Tenth Edition*, Thomson Reuters, 2014. h. 1721.

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & Keadilan**

UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 20 menentukan alasan absolut (*absolute ground*). Pasal 20 UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa:

Merek yang tidak dapat didaftar jika:

- a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa dimohonkan pendaftarannya;
- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. Tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Lebih lanjut Pasal 21 UU No. 20/2016 menetapkan persyaratan substantif yang merupakan alasan relatif (*relative ground*) ditolaknyapendaftaran Merek sebagai berikut:

- 1) Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
  - a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
  - b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
  - c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
  - d. Indikasi Geografis terdaftar.

- 2) Permohonan ditolak jika Merek tersebut:

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

- a. 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;
  - b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
  - c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- 3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan Permohonan Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 (UU No. 20/2016) Tentang Merek dan Indikasi Geografis, justru mengalami degradasi karena dipersempit lagi kata “telah menjadi milik umum” menjadi “merupakan milik umum dan/atau lambang milik umum”. Terdapat beberapa kriteria tanda *Public Domain* dalam hukum Merek yaitu: *Public Domain* karena persyaratan substantifnya daya pembeda tidak dipenuhi. (Pasal 20 huruf (f) UU No. 16/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis),

Salah satu aspek yang mengedepankan dalam pembenaran perlindungan HKI sebagai hak kepemilikan atas benda adalah melihat ekonomi dari HKI, dimana Merek merupakan salah satu bagian dari HKI tersebut. HKI sebagai barang milik pribadi (*private goods*) dan posisinya diantara barang milik umum (*public goods*).<sup>13</sup> HKI sebagai kekayaan yang tidak berwujud berbeda dengan kekayaan yang lazimnya (*normal property*), seperti tanah atau kekayaan berwujud lainnya. Pertama, HKI muncul paling tidak jika ada cukup barang dalam kondisi yang baik secara umum untuk semua orang. Kedua, hal tersebut

---

<sup>13</sup> Rahmi Jened, *Hukum Paten (Patent Law) dan Kebijakan Inovasi dalam Ekonomi Monopolistik*, Rajagrafindo, Rajawali Press, Jakarta, h. 44 (dummy book)

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

hanya untuk diterapkan sepanjang setiap orang dapat menggunakan barang tersebut yang berguna untuk kehidupan.<sup>14</sup> Pencipta, inventor, pendesain harus menciptakan sesuatu untuk kekayaan sosial yang mungkin dapat dituntut sebagai kesejahteraan melalui suatu institusi dari aturan yang memungkinkan orang lain untuk memperoleh kemanfaatan atas ciptaan, invensi dan desain. Pencipta, investor dan pendesain harus membuat sesuatu yang langkah, sesuatu yang membuat orang berkeinginan untuk menggunakannya lebih daripada sesuatu yang secara mudah bisa didapat. Oleh karena itu, dibutuhkan tindakan kreatif untuk dapat menciptakan kreasinya berbeda diantara produk yang umumnya ada dalam masyarakat.<sup>15</sup>

Dengan demikian, HKI timbul mengingat adanya kelangkaan (*scarcity*).<sup>16</sup> Dapat dikatakan pengetahuan berada dalam ranah milik umum (*public domain*) karena bersifat tidak terbatas dan tidak habis karena penggunaan. Penggunaan dikenal sebagai barang bebas, sangat sulit untuk menegcualikan orang lain untuk mengkonsumsi pengetahuan yang sama. Perolehan pengetahuan tidak menimbulkan pesaing. Sedangkan suatu kreasi intelektual manusia eksistensinya untuk setiap individu sangat terbatas dan ada persyaratan tertentu yang harus dipenuhi. Keberadaannya dapat mengecualikan pihak lain untuk menguasai hak yang sama perolehannya menimbulkan pesaing.

Apabila HKI tidak merupakan kekayaan pribadi artinya dianggap sebagai kekayaan umum dan atau barang umum, maka banyak orang yang akan mengambil manfaat dengan cara membonceng yang dibuat pencipta, inventor, atau pendesain tidak memperoleh kompensasi yang layak atas jeri payahnya dalam membuat kreasi intelektual berupa ciptaan, invensi dan desain. Untuk itu perlindungan HKI yang merupakan sistem kepemilikan merupakan penghargaan atas ekspresi kepribadian atau perangsang bagi pencipta, inventor atau pendesain atas pengorbanannya dalam menghasilkan kreasi intelektual yang memiliki implikasi finansial yang signifikan.

---

14 *Ibid.*

15 *Ibid.*

16 *Ibid.*

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

Sangatlah penting untuk menentukan arti dan ruang lingkup *Public Domain*, dengan mengklasifikasikan apa yang tidak dilindungi oleh Hak Kekayaan Intelektual khususnya Hukum Merek.

Dalam Black's Law Dictionary, *Public Domain* adalah:

*“The Universe of inventions and creative works that are not protected by intellectual property rights and are therefore available for anyone to use without charge. When copyright, trademark, patent, or trade-secret rights are lost or expire, the intellectual property they had protected becomes part of the public domain and can be appropriated by anyone without liability for infringement”.*

*“Public domain is the status of an invention, creative work, commercial symbol, or any other creation that is not protected by any form of intellectual property. Public domain is the rule; intellectual property is the exception”. (J.Thomas McCarty, McCarty on trademarks and unfair Competition. At 1-3 3d ed. 1996).<sup>17</sup>*

*Public Domain* dalam Black's Law Dictionary, mengartikan *Public Domain* sebagai penemuan dan karya kreatif yang tidak dilindungi oleh hak kekayaan intelektual dan karena itu tersedia bagi siapa saja untuk digunakan tanpa biaya. Ketika perlindungan hak cipta, merek dagang, paten, atau rahasia dagang hilang atau kedaluwarsa, kekayaan intelektual yang telah mereka lindungi menjadi bagian dari domain publik dan dapat diapresiasi oleh siapa pun secara bebas. Domain publik adalah status penemuan, karya kreatif, simbol komersial, atau kreasi lain yang tidak dilindungi oleh segala bentuk kekayaan intelektual. Domain publik adalah aturannya; kekayaan intelektual adalah pengecualian”.

*Public Domain* yang berarti objek tidak berada dalam kepemilikan individu, sehingga dapat digunakan oleh siapapun dan dapat dieksploitasi dan digunakan secara komersial oleh masyarakat secara bebas tanpa memerlukan ijin dari siapapun. Merek *public domain* sudah habis masa berlakunya dan tidak diperpanjang lagi, dan tidak ada lagi pemiliknya siapa saja (individu) bebas mengeksploitasi dan mengkomersialkan untuk kemanfaatan diri sendiri.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Bryan A. Garner, *Loc.cit*, h. 1424.

<sup>18</sup> Agus Sardjono, *Hak Kekayaan Intelektual dan Pengetahuan Tradisional*, Alumni, Bandung, 2006, h. 16.

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & Keadilan**

Selanjutnya dijelaskan bahwa *“The term “public domain” refers to creative materials that are not protected by intellectual property laws such as copyright, trademark, or patent laws. The public owns these works, not an individual author or artist. Anyone can use a public domain work without obtaining permission, but no one can ever own it”*.<sup>19</sup> Disini *Public Domain* diartikan istilah "domain publik" mengacu pada materi kreatif yang tidak dilindungi oleh hukum kekayaan intelektual seperti hak cipta, merek dagang, atau undang-undang paten. Publik memiliki karya-karya ini, bukan penulis atau seniman perorangan. Siapa pun dapat menggunakan karya domain publik tanpa mendapatkan izin, tetapi tidak seorang pun dapat memilikinya.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa Merek adalah sesuatu gambar atau nama yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk barang atau jasa perusahaan dipasaran. Pengusaha biasanya mencegah orang lain menggunakan Merek mereka karena dengan menggunakan Merek, para pedagang memperoleh reputasi baik dan kepercayaan dari para konsumen serta dapat membangun hubungan antara reputasi tersebut dengan Merek yang telah digunakan perusahaan secara regular.<sup>20</sup>

Sebuah Merek dapat disebut Merek bila memenuhi syarat mutlak berupa adanya daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*). Maksudnya tanda yang dipakai tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang/jasa yang diproduksi suatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Untuk mempunyai daya pembeda ini, maka Merek itu harus dapat memberikan penentuan atau *“individualisering”* pada barang atau jasa yang bersangkutan.<sup>21</sup>

OK. Saidin<sup>22</sup> juga memberi penjelasan mengenai *public domain* atau kepemilikan publik yakni:

“Tanda-tanda yang karena telah dikenal dan dipakai secara luas serta bebas dikalangan masyarakat tidak lagi cukup untuk dipakai sebagai tanda pengenal bagi keperluan pribadi dari orang-orang tertentu. Misalnya disimpulkan dalam kategori ini tanda lukisan mengenai “tengkorak manusia dengan dibawahnya ditaruh tulang

---

19 <https://fairuse.stanford.edu/overview/public-domain/welcome/> diakses 18 Juni 2018

20 Lindsey Tim, Et.al, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung, 2011, h.

131.

21 Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Op. Cit.* h. 131.

22 OK. Saidin, *Op.Cit.* h. 350.

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

bersilang”, yang secara umum dikenal dan juga dalam dunia internasional sebagai tanda bahaya racun. Kemudian tidak dapat dipakai misalnya Merek suatu lukisan tentang “tangan yang dikepal dan ibu jari keatas”, yang umum dikenal sebagai suatu tanda pujian atau “jempol”. Kemudian juga dapat dianggap senagai milik umum misalnya perkataan “Pancasila” dan sebagainya”.

Selanjutnya mengenai Merek yang mengandung unsur telah menjadi milik umum, yang mana bentuk Merek berupa tanda yang telah menjadi milik umum sehingga akan membingungkan masyarakat apabila tanda tersebut adalah Merek.<sup>23</sup> Richard Wincor dan Irving Mandel menyatakan bahwa “*The public domain is the People’s bailiwick. In it are those creations of the human intellect which are owned by nobody; they are the common property of the world and can be used or reproduced by all*”.<sup>24</sup> Jika diartikan secara bebas, domain publik adalah lingkungan pengetahuan rakyat, yang merupakan kreasi manusia yang tidak dimiliki oleh siapapun, dan dapat digunakan dan diproduksi oleh semua orang. *Public Domain* yang berarti objek tidak berada dalam kepemilikan individu, sehingga dapat dieksploitasi secara komersial oleh masyarakat secara bebas tanpa memerlukan izin dari siapapun, atau sudah habis masa berlakunya dan tidak diperpanjang lagi, siapa saja (individu) bebas mengeksploitasi dan mengkomersialkan untuk keuntungan diri sendiri.<sup>25</sup>

Kasus *Jagermeister vs Zwack’s*, yang dimenangkan oleh *Jagermeister* walaupun gambar salib merupakan tanda milik umum (*public domain*), namun karena dipadukan dengan kepala rusa dan lainnya, maka keterpaduannya menjadi daya pembeda. Merek semacam ini dikategorikan sebagai Merek yang kompleks yang merupakan kombinasi beberapa elemen yang walaupun secara sendiri-sendiri tidak memiliki daya pembeda, namun secara keseluruhan mungkin memiliki daya pembeda: “*Where trademark consist of combination of several elements which on their own would be devoid of distinctive character, the trademark taken as a whole may have distinctive characters*”.<sup>26</sup>

---

23 Gatot Supramono, *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*, Rineka Cipta, 2008, h. 21

24 Richard Wincor and Irving Mandell, *Copyright, Patents and Trademarks*, Oceana Publications, New York, 1980, h. 11

25 Agus Sardjono, *Loc.Cit.*

26 Rahmi Jened II, h. 102

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

Merek *Public Domain* memegang peranan penting untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat dan bukan merupakan hak individu. Hal ini sejalan dengan pendapat Martin Senftleben yang berpendapat bahwa:<sup>27</sup> *“legal status definition, typically, require public domain material to be unencumbered by intellectual property rights. They focus on material that is ineligible underlying for protection, or that no longer enjoys protection after the expiry the protection”*. Definisi berdasarkan status legalitasnya, memerlukan materi *public domain* tidak dibebani oleh hak kekayaan intelektual, hanya fokus pada materi yang tidak bisa dilindungi, atau tidak lagi menikmati perlindungan karena sudah kadaluarsa perlindungannya.

Lebih lanjut Martin Senftleben menyatakan bahwa:<sup>28</sup>

*In the trademark system, as in other fields of intellectual property, public domain material plays an important role. A reservoir of signs available for common use offers traders equal access to communication tools that can be used to inform consumers about product characteristics and compete for market shares. Freedom to use descriptive signs and generic indications ensures that merchants can easily convey information about their goods or services.*

Dalam sistem Merek sebagaimana bidang HKI yang lain, materi dari *public domain* memainkan peran yang penting. Suatu tanda yang dicadangkan yang tersedia untuk penggunaan orang banyak dengan akses yang sama untuk mengkomunikasikan sebagai alat komunikasi yang akan digunakan untuk meginformasikan tentang karakteristik dari produk dan melengkapi dalam pemasaran. Kebebasan untuk menggunakan tanda-tanda deskriptif dan indikasi generik memastikan bahwa pedagang dapat dengan mudah menyampaikan informasi tentang barang atau jasa mereka.

Menurut Rahmi Jened di Indonesia juga harus dicermati beberapa Merek yang menjadi *public domain* karena dilihat dari kelahirannya, contoh Merek IKAN untuk produk kecap seyogianya menjadi Merek *public domain* karena dari sejarahnya kecap

---

<sup>27</sup> Martin Senftleben, *Trademark Law and the Public Domain (May 1, 2013)*, *Acces To Information and Knowledge 21st Century Challenge in Intellectual Property and Knowledge Governance*, D. Beldiman, ed., Edward Elgar Publishing, (Martin Senftleben I) 2013.

<sup>28</sup> Martin Senftleben, *Public Domain Preservation In EU Trademark Law – A Model For Other Regions?*, *The Law Journal of the International Trademark Association*, Vol. 103 TMR, (Martin Senftleben II) 2013, h. 776.

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

dengan Merek IKAN yang berasal dari Tuban ternyata berasal dari satu kakek moyang yang berasal dari China Daratan, sehingga semua produsen kecap dari Tuban pada dasarnya merupakan anak, cucu dan cicit dari kakek yang bersangkutan. Dalam kasus lain Merek GUDANG untuk produk rokok seharusnya menjadi *public domain* karena pada tahun 1990-an pernah dilakukan penyuluhan oleh pemerintah agar semua industri rumah tangga atau industri kecil untuk mendaftarkan produk rokoknya dengan Merek GUDANG, sehingga sampai saat ini terdapat 47 Merek GUDANG dari berbagai produsen yang berbeda, seperti GUDANG MAS, GUDANG GALAU, GUDANG CENGKEH dan lain-lain.<sup>29</sup>

Merek *public domain* seharusnya tidak digunakan dan tidak dapat diterima pendaftarannya, meskipun telah dicoba untuk dibangun *secondary meaning*. Hal ini mengingat tidak adil untuk memberikan monopoli sesuatu yang menjadi milik umum (*public domain*) karena menyangkut hak masyarakat hak yang lebih luas.<sup>30</sup>

Menurut Agus Sardjono, *Public Domain* (milik publik) yang berarti objek tidak berada dalam kepemilikan individu, sehingga dapat digunakan oleh siapapun dan dapat dieksploitasi dan digunakan secara komersial oleh masyarakat secara bebas tanpa memerlukan ijin dari siapapun. Merek *public domain* sudah habis masa berlakunya dan tidak diperpanjang lagi, dan tidak ada lagi pemiliknya siapa saja (individu) bebas mengeksploitasi dan mengkomersialkan untuk kemanfaatan diri sendiri.<sup>31</sup> Hukum Merek tidak memberikan batasan yang pasti mana yang bersifat kepemilikan individu/privat dengan yang termasuk dengan yang termasuk kepemilikan publik (*public domain*).

Brewster Kneen<sup>32</sup> mengemukakan bahwa:

*“The pervasive culture of turning everything and anything into commodities that can be bought and sold is squeezing the space for common ownership. Exploitation for private gain has systematically diminished the commons and the public domain. This is happening not only in the case of tangible goods such as public*

---

29 Rahmi Jened II, *Op.Cit.*

30 *Ibid.*

31 Agus Sardjono, *Op.Cit.*, h. 16.

32 Brewster Kneen, *Redefining 'property': Private Property, the Commons, and the Public Domain*, <https://www.grain.org/article/entries/392-redefining-property-private-property-the-commons-and-the-public-domain>.

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

*services, utilities and public spaces like parks and highways, but also with the more intangible goods of ideas and information, now increasingly referred to as "intellectual property".*

Budaya yang meluas untuk mengubah segala sesuatu dan apapun menjadi komoditas yang dapat dibeli dan dijual memperkecil ruang untuk kepemilikan bersama. Eksploitasi untuk keuntungan pribadi secara sistematis telah mengurangi milik bersama dan domain publik. Hal ini terjadi tidak hanya dalam kasus barang nyata seperti layanan publik, sarana dan ruang publik seperti taman dan jalan raya, tetapi juga dengan barang-barang ide dan informasi yang lebih tidak berwujud, yang disebut sebagai "kekayaan intelektual".

Menurut Tyler T. Ochoa *The Public Domain is something that we enjoy every day without thinking about it.*<sup>33</sup> Ada banyak contoh tanda yang merupakan *public domain*, antara lain: Merek berupa tanda Tengkorak di atas dua tulang yang bersilang, yang secara umum diketahui sebagai tanda bahaya, tanda produk daur ulang, tanda produk *Fragile* (mudah pecah), tanda Lalu Lintas (*Traffic Light*), tanda farmasi.<sup>34</sup> Tanda-tanda tersebut merupakan tanda milik umum yang terdiri dari tanda atau indikasi yang menunjukkan kelaziman atau kebiasaan terkait dengan bahasa yang dikenali secara nasional atau internasional, digunakan dalam praktek perdagangan yang jujur. Tanda seperti itu adalah tanda yang bersifat umum dan telah menjadi milik umum (*public domain*).<sup>35</sup>

Selanjutnya Martin Senftleben berpendapat bahwa:<sup>36</sup>

*"for a sign to constitute trademark, it must be capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those or other undertakings. Sign do not fulfill this basic eligibility criterion, such as non distinctive, descriptive, and generic sign, remain outside the protection system and thus unencumbered by the trademark rights. They remain part of Public Domain.*

*However, a sign is not inherently distinctive may, acquire the capacity to distinguish goods or services. A non distinctive, descriptive, or generic sign may thus become a trademark and be remove from public domain the moment it acquires the necessary distinctiveness as a consequence of use in trade. Thus additional rule can be understood to make inroads into the public domain;*

---

33 Tyler T. Ochoa, *Loc.Cit.*

34 Rahmi Jened II, *Loc.Cit.*, h. 3

35 *Ibid.*

36 Martin Senftleben II, *Op.Cit*, h. 783

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

*trademark protection relating to signs that belonged to the public domain can result from marketing efforts that educate consumers to perceive a formerly non distinctive, descriptive, or generic sign as a reference to one particular commercial source."*

Menurut Martin Senftleben, untuk tanda yang merupakan merek dagang, harus dapat membedakan barang atau jasa dari yang melakukan dari mereka atau usaha lain. Tanda tidak memenuhi kriteria kelayakan dasar ini, seperti tanda yang tidak khas atau tidak memiliki daya pembeda, tanda yang bersifat deskriptif, dan tanda generik, tetap berada di luar sistem perlindungan dan dengan demikian tidak terbebani oleh hak merek dagang. Tanda seperti ini tetap menjadi bagian dari *Public Domain*.

Namun, suatu tanda tidak mungkin berbeda secara inheren, memperoleh kapasitas untuk membedakan barang atau jasa. Tanda yang tidak khas atau tidak memiliki daya pembeda, deskriptif, atau generik dapat menjadi merek dagang dan dihapus dari *Public Domain* begitu memperoleh kekhasan/daya pembeda yang diperlukan sebagai konsekuensi dari penggunaan dalam perdagangan. Dengan demikian aturan tambahan dapat dipahami untuk membuat terobosan ke dalam *Public Domain*; perlindungan merek dagang yang berkaitan dengan tanda-tanda milik *Public Domain* dapat dihasilkan dari upaya pemasaran yang mendidik konsumen untuk melihat tanda yang sebelumnya tidak khas/tidak memiliki daya pembeda, deskriptif, atau generik sebagai referensi untuk satu sumber komersial tertentu

Eliana Rocchi<sup>37</sup> mengemukakan juga bahwa *Public Domain*:

*"The expression "Public domain" is generally used with reference to the works that belong to everyone and are available for public use. The concept comes from copyright law. It identifies those creative works that are not protected by copyright and thus may be used freely by the public. In other words anyone can copy them or modify them or generally use them in any way they wish."*

Eliana menyatakan bahwa ungkapan "*Domain Publik*" umumnya digunakan dengan mengacu pada karya-karya milik semua orang dan tersedia untuk digunakan publik. Konsep ini berasal dari hukum hak cipta. Ini mengidentifikasi karya-karya kreatif

---

37 Eliana Rocchi, *Trademark Infringement versus Public Domain*, amdlawgroup.com, <http://www.amdlawgroup.com/trademark-infringement-versus-public-domain/>

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

yang tidak dilindungi oleh hak cipta dan dengan demikian dapat digunakan secara bebas oleh publik. Dengan kata lain, siapa pun dapat menyalin atau memodifikasinya atau secara umum menggunakannya dengan cara apa pun yang mereka inginkan.

Dalam peraturan perundang-undangan Pasal 20 UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, belum cukup menjawab kriteria telah menjadi milik umum atau *public domain*. Di Indonesia terdapat yurisprudensi dalam menentukan kriteria telah menjadi milik umum atau *Public Domain*, yaitu Putusan No. 958K/Pdt.Sus/2010 tertanggal 9 Februari 2012 dalam perkara pada tingkat kasasi antara Sis Continents Hotel. Inc, sebagai pemilik terdaftar “HOLIDAY INN” yang mengajukan pembatalan terhadap Merek “HOLIDAY RESORT LOMBOK” milik PT. Lombok Seaside Cottage.

Menurut putusan tersebut diatas, kata telah menjadi milik umum (*public domain*) adalah kata yang sudah dikenal luas oleh masyarakat meskipun kata tersebut berasal dari bahasa asing, kata tersebut sudah biasa disebutkan dalam pergaulan masyarakat dan sudah dikenal sebagai kata umum maka kata tersebut tidak boleh dimonopoli dan tidak dapat dijadikan Merek. Yang kedua adalah bahwa kata milik umum tersebut dikaitkan dengan kata lain maka dapat dijadikan sebagai Merek dengan demikian kata tersebut dapat didaftarkan kembali oleh pemohon lain. Hal ini dikarenakan apabila kata umum atau kata *public domain* ditambahkan dengan kata lain dan menimbulkan perbedaan pengertian dan orang lain dapat menggunakan kata tersebut menjadi Merek.

Suyud Margono mengemukakan pengertian Merek yang tidak dapat didaftarkan yang dimaksud “telah menjadi milik umum” atau *public domain*. Dalam Pasal 5 huruf c UU No. 15/2001 tentang Merek yang kini telah menjadi UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 20 huruf f “merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum”. Margono mencari kata telah menjadi milik umum pertama kali mengacu pada kamus kemudian apabila tidak terdapat didalam kamus, maka menggunakan kata yang biasa dipakai didalam perdagangan. Kata telah menjadi milik umum juga harus disamakan dengan kata umum (*generic name*) karena kata umum adalah kata-kata yang sudah biasa digunakan oleh masyarakat.<sup>38</sup>

---

38 Sujud Margono, *Hak Milik Industri; Pengaturan Praktik di Indonesia*, Ghalia, Bogor, 2011.

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & Keadilan**

*Public Domain* karena persyaratan substantifnya daya pembeda tidak dipenuhi, Merek (*trademark*) sebagai tanda dengan daya pembeda yang digunakan untuk perdagangan barang dan/atau jasa. Untuk itu Merek harus memiliki elemen:<sup>39</sup>

- 1). Tanda dengan daya pembeda.
- 2). Tanda tersebut harus digunakan.
- 3). Untuk perdagangan barang dan/atau jasa.

Maksudnya tanda yang dipakai (*sign*) tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya. Untuk mempunyai daya pembeda ini maka Merek harus memberikan penentuan atau *individualisering* pada barang atau jasa yang bersangkutan. Tanda yang sama sekali tidak dapat memiliki kemampuan pembeda (*in capable of becoming distinctive*), tidak dapat dilindungi meskipun telah digunakan dalam upayanya membangun *secondary meaning*. Hal ini mengingat tidak adil jika sesuatu yang menjadi *Public Domain* menjadi merek yang dimonopoli oleh suatu pihak saja.<sup>40</sup>

*Public Domain* karena sudah berakhir jangka waktu perlindungannya, *Public Domain* yang berarti objek tidak berada dalam kepemilikan individu, sehingga dapat digunakan oleh siapapun dan dapat dieksploitasi dan digunakan secara komersial oleh masyarakat secara bebas tanpa memerlukan ijin dari siapapun. Merek *public domain* sudah habis masa berlakunya dan tidak diperpanjang lagi, dan tidak ada lagi pemiliknya siapa saja (individu) bebas mengeksploitasi dan mengkomersialkan untuk kemanfaatan diri sendiri.<sup>41</sup>

Berdasarkan uraian-uraian mengenai *Public Domain* yang telah dibahas diatas, terdapat beberapa kriteria tanda *Public Domain* dalam hukum Merek sebagai berikut:

- 1) *Public Domain* karena sudah berakhir jangka waktu perlindungannya.

---

39 Rahmi Jened I, *Op.Cit.* h. 162

40 Rahmi Jened II, *Op.Cit.* h. 81

41 Agus Sardjono, *Loc.Cit.*

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & Keadilan**

- 2) *Public Domain* karena persyaratan substantifnya daya pembeda tidak dipenuhi. (Pasal 20 huruf (f) UU No. 16/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis).
- 3) *Public Domain* karena termasuk area *public property*.
- 4) *Public Domain* karena tidak membuka rivalitas.
- 5) *Public Domain* karena termasuk *Public Knowledge*.
- 6) *Public Domain* sejak kelahirannya.
- 7) *Public Domain* karena kebijakan pemerintah.
- 8) *Public Domain* karena sesuatu yang dapat dinikmati oleh setiap orang setiap waktu.
- 9) *Public Domain* karena merupakan barang umum.
- 10) *Public Domain* karena tidak ada kelangkaan dan tersedia untuk semua.

#### 4. KESIMPULAN.

Berdasarkan uraian penulisan penelitian ini mengenai Kriteria Tanda *Public Domain* Yang Digunakan Sebagai Merek, maka dapat disimpulkan bahwa *Public Domain* (milik publik) yang berarti objek tidak berada dalam kepemilikan individu, sehingga dapat digunakan oleh siapapun dan dapat dieksploitasi dan digunakan secara komersial oleh masyarakat secara bebas tanpa memerlukan ijin dari siapapun. Merek *public domain* sudah habis masa berlakunya dan tidak diperpanjang lagi, dan tidak ada lagi pemiliknya siapa saja (individu) bebas mengeksploitasi dan mengkomersialkan untuk kemanfaatan diri sendiri. Hukum Merek tidak memberikan batasan yang pasti mana yang bersifat kepemilikan individu/privat dengan yang termasuk dengan yang termasuk kepemilikan publik (*public domain*).

Disimpulkan juga beberapa kriteria tanda *Public Domain* dalam hukum Merek yaitu: *Public Domain* karena sudah berakhir jangka waktu perlindungannya, *Public Domain* karena persyaratan substantifnya daya pembeda tidak dipenuhi. (Pasal 20 huruf (f) UU No. 16/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis), *Public Domain* karena

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

## **LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & Keadilan**

termasuk area *public property*, *Public Domain* karena tidak membuka rivalitas, *Public Domain* karena termasuk *Public Knowledge*. *Public Domain* sejak kelahirannya, *Public Domain* karena kebijakan pemerintah, *Public Domain* karena sesuatu yang dapat dinikmati oleh setiap orang setiap waktu, *Public Domain* karena merupakan barang umum, dan *Public Domain* karena tidak ada kelangkaan dan tersedia untuk semua.

Merevisi atau meredefinisikan *Public Domain* dalam UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sehingga alasan absolut *Public Domain* tidak menggunakan istilah “merupakan milik umum dan/atau lambang milik umum” kembali ke istilah yaitu telah menjadi milik umum, disertai dengan penjelasan undang-undang yang merumuskan kriteria *Public Domain* sebagaimana yang dibahas dalam disertasi ini dalam penjelasan pasal mengenai alasan absolut *Public Domain* pada pasal 20 huruf (f) UU No. 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Djumhana, Muhamad, R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Garner, Bryan A., *Black's Law Dictionary, Tenth Edition*, Thomson Reuters, 2014.
- Harahap, Yahya, *Tinjauan Merek Secara Umum*, Citra Aditya, Bandung, 1996.
- Jened, Rahmi, *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif*, Airlangga University Press, Surabaya, 2007.
- Jened, Rahmi, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan*, RajaGrafindo Rajawali Press, Jakarta, 2013.
- Jened, Rahmi, *Hukum Merek, Trademark Law, Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015.
- Jened, Rahmi, *Hukum Paten (Patent Law) dan Kebijakan Inovasi dalam Ekonomi Monopolistik*, Rajagrafindo, Rajawali Press, Jakarta.
- Margono, Sujud *Hak Milik Industri; Pengaturan Praktik di Indonesia*, Ghalia, Bogor, 2011.

**Tersedia di online :** <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

**E-ISSN : 2580-9113**

**P-ISSN : 2581-2033**

**LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN**

Mahmud Marzuki, Peter, "Penelitian Hukum", *Yuridika*, Volume 16, No.2, (Maret 2001), h 103

Sardjono, Agus, *Hak Kekayaan Intelektual dan Pengetahuan Tradisional*, Alumni, Bandung, 2006.

Supramono, Gatot, *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*, Rineka Cipta, 2008.

Tim, Lindsey, Et.al, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung, 2011.

T. Ochoa, Tyler, *Origins and Meanings of the Public Domain*, Santa Clara Law Digital Commons, Santa Clara University School Of Law, h. 215

Senftleben, Martin, *Trademark Law and the Public Domain (May 1, 2013)*, *Acces To Information and Knowledge 21st Century Challenge in Intellectual Property and Knowledge Governance*, D. Beldiman, ed., Edward Elgar Publishing, 2013.

Senftleben, Martin, *Public Domain Preservation In EU Trademark Law – A Model For Other Regions?*, *The Law Journal of the International Trademark Association*, Vol. 103 TMR, 2013

Kneen, Brewster, *Redefining 'property': Private Property, the Commons, and the Public Domain*, <https://www.grain.org/article/entries/392-redefining-property-private-property-the-commons-and-the-public-domain>

Eliana Rocchi, *Trademark Infringement versus Public Domain*, [amdlawgroup.com](http://www.amdlawgroup.com/trademark-infringement-versus-public-domain/), <http://www.amdlawgroup.com/trademark-infringement-versus-public-domain/>

Wincor and Irving Mandell, Richard, *Copyright, Patents and Trademarks*, Oceana Publications, New York, 1980.

<https://fairuse.stanford.edu/overview/public-domain/welcome/> diakses 18 Juni 2018