

## Analisis permasalahan hukum perlindungan rasa sebagai merek dagang = Analysis of legal obstacles for the protection of taste as a trademark

Cut Naifa Ufaira Polem, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516345&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Perkembangan konsep merek pada taraf internasional telah memperkenalkan beragam jenis objek dibawah kategori merek non-konvensional seperti rasa. Skripsi ini selanjutnya akan membahas mengenai perkembangan perlindungan rasa sebagai merek dagang dalam taraf internasional. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif untuk meneliti rumusan permasalahan mengenai topik terkait. Adapun untuk menilai hal tersebut, permasalahan yang dikaji dalam skripsi ini diantaranya adalah perbandingan sistem hukum terkait merek, permasalahan hukum yang ditemukan di lapangan, kasus terkait pendaftaran rasa sebagai merek, serta kelayakan integrasi aspek rasa sebagai unsur merek dagang yang dilindungi. Hasil penelitian ini selanjutnya juga akan menyimpulkan aspek apa saja yang perlu diperhatikan untuk dapat menerapkan perlindungan atas rasa sebagai unsur merek dagang.

.....The development of trademark concept in international level has acknowledged several aspects that falls under the category of non-conventional trademark particularly in the form of taste. Specifically, this thesis will discuss the development of taste trademark protection on international level. This research will use normative legal method to seek answers based on presented research questions. For the purpose of this topic, there are several identified problems such as legal system comparison within countries related to trademark protection, challenges faced on implementation, cases related to taste trademark registration, and consideration of taste trademark integration to be a part of protected and acknowledged trademark aspect. Furthermore, there will be conclusion on what aspects of taste that needs to be considered in order to implement protection for this aspect as a trademark.