

**Tinjauan yuridis penggunaan merek sebagai kata kunci dalam keyword advertising berdasarkan perspektif hukum merek di Indonesia =
Juridical review of trademark use as keyword in keyword advertising from the perspective of Indonesian Trademark Law**

Halida Damayanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920555194&lokasi=lokal>

Abstrak

Layanan keyword advertising memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk mengiklankan produknya yang akan muncul pada hasil pencarian yang dipicu oleh kata kunci yang dimasukkan ke mesin pencari. Kata kunci yang dipilih oleh pengiklan tidak dibatasi dan dapat berupa suatu merek. Penggunaan merek sebagai kata kunci dalam keyword advertising merupakan penggunaan merek yang tidak terlihat sehingga menimbulkan permasalahan apakah dapat dikategorikan sebagai penggunaan merek dalam kegiatan perdagangan. Pemilik merek berhak melarang penggunaan mereknya tanpa izin sehingga penggunaan merek sebagai kata kunci oleh pihak lain menimbulkan permasalahan karena dapat dianggap penggunaan tanpa hak yang berkaitan dengan pelanggaran merek. Tujuan penelitian ini adalah meninjau permasalahan hukum berkaitan dengan penggunaan merek sebagai kata kunci dalam keyword advertising berdasarkan hukum merek yang berlaku di Indonesia yaitu Undang-Undang No. 20 Tahun 2016. Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif atas norma hukum tertulis. Perbandingan putusan pengadilan di negara lain dipaparkan untuk memberikan pemahaman. Kesimpulan penelitian ini adalah penggunaan merek yang diatur Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 merupakan penggunaan dalam kegiatan produksi dan perdagangan barang atau jasa. Penggunaan merek sebagai kata kunci oleh pengiklan dapat dikategorikan penggunaan merek dalam kegiatan produksi dan perdagangan berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia namun bukan merupakan suatu pelanggaran merek menurut hukum merek di Indonesia. Penyedia layanan keyword advertising tidak dapat diberikan pertanggungjawaban apabila terdapat pelanggaran merek yang dilakukan pengiklan berdasarkan perlindungan safe harbor.

.....Keyword advertising service gives opportunity for businesses to advertise their products that will be displayed in search result triggered by the input of keyword in search engine. Chosen keywords by advertisers are unlimited and trademarks are often used. Trademark use as keyword in keyword advertising is an invisible use that could lead to question such use can be categorized as use in commerce or not. Trademark owners could forbid their unauthorized trademark use, so the unauthorized use of trademark as keyword by other parties could lead to problems related to trademark infringement. The purpose of this research is to review legal issues related to trademark use as keywords in keyword advertising based on the current Indonesian Trademark Law, Law No. 20 of 2016. Normative juridical research is applied for this research. Court decisions in other countries are used to compare issues to give understanding. The conclusion of this research is the trademark use that is ruled in Law No. 20 of 2016 is the use in production and commerce of goods or services. Trademark use as keyword in keyword advertising is categorized as use in commerce based on Indonesian law but such use cannot be categorized as trademark infringements based on Indonesian trademark law. Keyword advertising service providers could not be held accountable if for trademark infringements done by advertisers based on the safe harbor protection.