

## **ABSTRACT**

### **Trade Dress Protection under Trademark Law: Comparison Study between Indonesia and the United State of America**

By:

Alvian Reyza Fuady\* and Karina Dwi Nugrahati Putri\*

Trade Dress is a type of trademark protection that protects the overall image and appearance of a product or service. Country such as the United States of America have implemented Trade Dress protection in their law with certainty, clearness, and advance. In 2016, Indonesia have made a development in its trademark law through Law No. 20 of 2016 regarding Trademarks and Geographical Indication. The Law No. 20 of 2016 has set forth a development by establishing a protection in non-traditional mark which includes three-dimensional mark. This issue is whether or not three-dimensional mark has a wide scope of protection. Because, Trade Dress has a very wide scope of protection. Ultimately, the purpose of this legal research is to analyze regulations and implementation of Trade Dress protection in the United States of America as reference for possible application in Indonesia.

This legal research is a normative study, by using comparative approach. The source being used in this legal research is laws and legislations as primary data, and literature study as secondary, and other necessary relevant documents as tertiary data.

After analyzing collected data, this legal research resulted in several conclusions. First, Indonesia in a way has regulated Trade Dress implicitly by stipulating three-dimensional mark in their law but it is still not enough because it is still ambiguous and can create multiple interpretation or misinterpretation. Second, the United State of America have established an advance laws and implementation in regulating and enforcing Trade Dress. Third, Indonesia could adopt the concept of the United State of America's Trade Dress protection by making an improving the Law No. 20 of 2016.

**Keywords: Trade Dress, Three-Dimensional Mark, Trademark, Intellectual Property Rights, Business Law**

---

\* International Undergraduate Program Student, Faculty of Law Universitas Gadjah Mada.

\* Lecturer of Business Law Department, Faculty of Law Universitas Gadjah Mada.

## INTISARI

### ***Perlindungan Hukum Tampilan Produk dalam Hukum Merek: Studi Banding antara Indonesia dan Amerika Serikat***

Oleh:

Alvian Reyza Fuady\* dan Karina Dwi Nugrahati Putri\*

*Tampilan Produk adalah jenis perlindungan merek dagang yang melindungi keseluruhan citra dan penampilan suatu produk atau layanan. Negara seperti Amerika Serikat telah menerapkan perlindungan Tampilan Produk dalam hukum mereka dengan kepastian, kejelasan, dan kemajuan. Pada tahun 2016, Indonesia telah membuat perkembangan dalam undang-undang merek dagang-nya melalui UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. UU No. 20 Tahun 2016 telah menetapkan pengembangan dengan menetapkan perlindungan pada tanda non-tradisional yang mencakup tanda tiga dimensi. Masalah ini adalah apakah tanda tiga dimensi memiliki cakupan perlindungan yang luas atau tidak. Sebab, Trade Dress memiliki cakupan perlindungan yang sangat luas. Pada akhirnya, tujuan dari penelitian hukum ini adalah untuk menganalisis peraturan dan implementasi perlindungan Tampilan Produk di Amerika Serikat sebagai referensi untuk kemungkinan dapat diaplikasikan di Indonesia.*

*Penelitian hukum ini adalah penelitian normatif, dengan menggunakan pendekatan komparatif. Sumber yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah hukum dan perundang-undangan sebagai data primer, dan studi literatur sebagai data sekunder, dan dokumen terkait lainnya yang diperlukan sebagai data tersier.*

*Setelah menganalisis data yang terkumpul, penelitian hukum ini menghasilkan beberapa kesimpulan. Pertama, Indonesia telah mengatur secara tidak langsung Tampilan Produk dengan menetapkan tanda tiga dimensi dalam undang-undang mereka tetapi masih belum cukup karena masih ambigu dan dapat menciptakan banyak interpretasi atau kesalahan tafsir. Kedua, Amerika Serikat telah menetapkan undang-undang dan implementasi tingkat lanjut dalam mengatur dan menegakkan Tampilan Produk. Ketiga, Indonesia dapat mengadopsi konsep tampilan produk perdagangan Amerika Serikat dengan membuat perbaikan UU No. 20 Tahun 2016.*

***Kata kunci: Tampilan Produk, Merek Tiga Dimensi, Merek Dagang, Hak Kekayaan Intelektual, Hukum Bisnis***

---

\* Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, International Undergraduate Program.

\* Dosen Departemen Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada.