

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Keaslian Penelitian	11

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Perlindungan Hukum	13
B. Tinjauan Umum tentang Merek	14
1. Pengaturan Merek di Indonesia	14
2. Pengaturan Merek Pada Level Internasional	17
3. Fungsi Merek	20
4. Jenis-Jenis Merek	21
C. Tinjauan Umum tentang Tampilan Produk (<i>Trade Dress</i>)	24
1. Konsep Hukum Tampilan Produk (<i>Trade Dress</i>).....	24
2. Pengaturan Tampilan Produk (<i>Trade Dress</i>) di Amerika Serikat	26

III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	31
------------------------------------	----

B. Pendekatan Penelitian.....	31
C. Bahan Penelitian.....	32
D. Cara dan Alat Pengumpulan Data	33
E. Analisis Data	34
F. Jalannya Penelitian	35

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tampilan Produk (<i>Trade Dress</i>) sebagai Tanda dalam Bentuk Tiga Dimensi	36
B. Syarat-Syarat yang harus dipenuhi Tampilan Produk untuk dilindungi sebagai Merek berdasarkan UUM 20/2016.....	48
(1)Perlindungan Hukum Tampilan Produk melalui Pendaftaran Tampilan Produk sebagai Merek Tiga Dimensi berdasarkan UUM 20/2016.....	48
(2)Daya Pembeda (<i>Distinctiveness</i>) sebagai Syarat Fundamental Perlindungan Tampilan Produk	62
(3)Syarat Nonfungsional (<i>Nonfunctionality</i>) sebagai Syarat Fundamental Perlindungan Tampilan Produk dan Urgensi Pengaturannya dalam UUM 20/2016	70

V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bentuk Tiga Dimensi secara Keseluruhan	40
Gambar 2. Bentuk Tiga Dimensi secara Sebagian	41
Gambar 3. Logo Tiga Dimensi Mercedes-Benz bukan Tampilan Produk	43
Gambar 4. Kemasan Produk sebagai Tanda dalam Bentuk Tiga Dimensi	44
Gambar 5. Desain Produk sebagai Tanda dalam Bentuk Tiga Dimensi	45