

Tinjauan Yuridis Suara Sebagai Merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Kristina Sanca Ngunas¹, Made Gede Subha Karma Resen²

Fakultas Hukum Universitas Udayana, Indonesia

e-mail: kristinangunas13@gmail.com¹, karma_resen@unud.ac.id²

Abstract. Voice is one of the signs in a brand. Voice comes in in non-traditional brands. Sound marks are listed in Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications. In the arrangements, there is still confusion regarding this matter, so that very few votes are registered in its implementation. A small number of vote registrations really creates problems of confusion in registration. This research uses normative research through a statutory and regulatory approach and a comparative approach. The results obtained from the research are that there are obstacles in registering sound as a brand so that sound brands are refused registration. This problem concerns the bad faith carried out by the registrant. Comparison of the regulation of sound as a brand in Australia and Indonesia has similarities and differences in registration. Australia has regulated sounds that cannot be registered and regulates the duration of sounds that will be branded. while Indonesia has not yet regulated this.

Keyword: Sound, Branded, Intellectual Property

Abstrak. Suara merupakan salah satu tanda dalam merek. Suara masuk dalam merek non-tradisional. Merek suara termuat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam pengaturannya masih terdapat kebingungan akan hal ini, sehingga suara yang terdaftar sangatlah sedikit dalam implementasinya. Pendaftaran suara yang sangat sedikit menimbulkan permasalahan akan kebingungan dalam pendaftarannya. Penelitian ini menggunakan penelitian normatif melalui pendekatan perundang-undangan dan pendekatan perbandingan hasil yang didapatkan dari penelitian adalah adanya kendala-kendala dalam pendaftaran suara sebagai merek sehingga merek suara ditolak pendaftarannya. Permasalahan ini mengenai itikad tidak baik yang dilakukan oleh pendaftar. Perbandingan pengaturan suara sebagai merek di Australia dan Indonesia memiliki persamaan dan perbedaan dalam pendaftarannya. Australia telah mengatur suara yang tidak bisa didaftar dan mengatur durasi suara yang akan dijadikan merek. Sedangkan Indonesia belum mengatur hal tersebut.

Kata kunci: Suara, Merek, Kekayaan Intelektual

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan banyak sekali keragaman budaya dan hasil alam yang berbeda tiap daerah. Dengan banyaknya pulau yang tersebar di wilayah Indonesia menjadikan negara ini sebagai negara padat penduduk. Dengan ragamnya suku, budaya dan hasil alam menjadikan Indonesia salah satu negara yang banyak sekali menghasilkan Kekayaan Intelektual (Untuk selanjutnya disebut KI). KI ialah hasil dari cipta, rasa dan niat manusia yang menghasilkan karya. Kekayaan intelektual tersusun atas dua (2) kategori yakni hak cipta dan hak kekayaan industri. Hak cipta ialah wewenang istimewa atau wewenang yang dimiliki pencipta saja atau pemilik hak cipta untuk mengendalikan pemanfaatan hasil karya atau olah ide atau informasi tertentu. Hak eksklusif adalah wewenang yang didedikasikan kepada

pencipta saja, sehingga pihak eksternal tidak bisa mempergunakan wewenang tersebut tanpa persetujuan pencipta.ⁱ Sedangkan hak industri terbagi atas:

- Paten;
- Merek;
- Desain Industri;
- Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu;
- Rahasia Dagang;
- Varietas Tanaman

Pemerintah Indonesia telah mengesahkan *The Agreement Establishing The World Trade Organization* (WTO), dengan demikian Indonesia juga mempunyai keharusan untuk mentaati *The Agreement On Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs). Indonesia dalam tahapannya sudah mengakselerasi usahanya untuk memperbaharui ketentuan perundang-undangan baru dalam sektor hukum KIⁱⁱ. Peraturan perundang-undangan yang telah diundangkan oleh pemerintah pada bidang KI salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Seterusnya disebut UU MIG) ketentuan ini mengatur mengenai tata cara pendaftaran, perlindungan, penyelesaian sengketa, dan tindak pidana dalam hal pelanggaran terhadap merek dan indikasi geografis.

Pada pasal 1 ayat (1) dalam UU MIG memuat bahwa merek merupakan:

“Tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2(dua) dimensi/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 definisi ini didapatkan bentuk dari merek yakni merek tradisional dan merek non-tradisional. Adapun merek tradisional yakni yang berbentuk gambar, logo, nama, huruf, angka, tatanan warna atau merek yang mengambil bentuk 2 (dua)) dimensi. Merek Non tradisional diklasifikasikan kedalam dua kelompok yakni:

1. Merek non-tradisional visual, berupa merek 3 dimensi, warna, hologram, slogan, judul film dan buku, tanda multimedia, posisi, gestur
2. Merek non-tradisional non visual, diantaranya suara, aroma, rasa dan tekstur.ⁱⁱⁱ

Pada merek ada unsur ciptaan seperti design, logo, atau huruf. Terdapat hak cipta dalam sektor seni, akan tetapi dalam hak merek bukan hak cipta dalam sektor seni yang dilindungi tetapi mereknya itu sendiri dan hak merek itu terbatas hanya pada penggunaan atau

pemakaiannya pada barang-barang yang dipasarkan dan memiliki nilai ekonomis.^{iv}Direktorat HKI adalah instansi pendaftaran merek yang diberikan tugas untuk mendaftarkan merek yang diminta pendaftarannya oleh pemegang merek.^vUntuk saat ini DJKHI telah berubah menjadi DJKI yakni Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. DJKI, pengadilan negeri, mahkamah agung menjadi instansi yang berada di garda terdepan pada penerapan perlindungan merek, serta pemegang merek terkenal yang telah terdaftar tersebut. Tiap instansi yang dimaksud mempunyai peranan masing-masing.^{vi}

Pendaftaran merek harus mempunyai 2 hal yaitu;

- a) Merek yang digunakan mesti memiliki data pembeda dari merek yang lain;
- b) Merek yang digunakan haruslah asli yang artinya belum digunakan sebelumnya oleh individu lain atau perusahaan lainnya.^{vii}

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), suara diartikan sebagai bunyi yang berasal dari mulut manusia seperti ketika sedang berbicara, menyanyi, tertawa dan menangis. Suara dapat pula didefinisikan sebagai bunyi binatang, dan/atau bunyi yang dihasilkan dari gesekan atau benturan antar benda. Suara merupakan salah satu merek non- tradisional yang saat ini masih sedikit dalam hal pendaftaran perlindungan merek. Pada saat ini suara yang terdaftar dalam perlindungan adalah enam (6) merek, satu (1) merek yang ditolak empat kali, serta satu (1) suara yang sedang dalam proses.

Minimnya suara yang terdaftar dalam perlindungan merek maka dapat disimpulkan bahwasanya masih terdapat kebingungan tentang suara yang dapat didaftarkan selaras dengan ketentuan undang-undang, maka diperlukan kajian lebih mendalam terkait “TINJAUAN YURIDIS SUARA SEBAGAI MEREK DALAM UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pendaftaran dan penolakan suara sebagai merek menurut undang-undang no. 20 tahun 2016 tentang MIG?
2. Bagaimana pengaturan mengenai suara sebagai merek di Indonesia dengan negara lain?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diselenggarakannya penelitian jurnal ilmiah ini ialah memahami apa saja kendala dalam melakukan pendaftaran suara sebagai merek di Indonesia dan untuk mengetahui pengaturan suara sebagai merek di negara lain agar dapat dilakukannya perbandingan sehingga didapatkan peraturan yang maksimal. Jurnal ilmiah ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam penelitian tentang perlindungan suara sebagai merek, dan dapat menjadi

pijakan dalam penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu yang menyerupai penelitian ini akan dicantumkan yakni: 1) “Pendaftaran Suara Sebagai Merek Non Tradisional Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek” yang dilakukan oleh Ni Putu Winda Pramesti Dewi. Pada penelitian tersebut berfokus pada akibat hukum dalam pendaftaran dan tidak terdaftarnya suara sebagai merek.^{viii} Serta Jurnal “Perbandingan Registrabilitas Merek Suara di Uni Eropa, Australia dan Indonesia Serta Problematikanya” yang dilakukan oleh Markus Yohanis Hage^{ix} Inti dari penelitian ini berfokus pada perbandingan persyaratan pendaftaran suara sebagai merek.

2. ISI PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam penulisan jurnal ilmiah ini adalah dengan metode penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif yakni jenis penelitian yang mempelajari konsep, teori, dan perundang-undangan yang relevan. Penelitian normatif ini ialah penelitian yuridis normatif, yang mana tujuan utamanya untuk menemukan pengertian atau dasar hukum.^x Bahan hukum yang diterapkan dalam penelitian jurnal ilmiah ini yaitu bahan hukum primer, sekunder dan bahan hukum tersier.

- Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengikat. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini ialah UU MIG
- Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang tidak mengikat tetapi menerangkan tentang bahan hukum primer yang adalah hasil olah pendapat atau pemikiran para ahli dan pakar. Bahan hukum primer yang dipakai dalam jurnal ilmiah ini dapat berupa buku, jurnal ilmiah, dan internet.
- Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang memperkuat bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier yang dipakai pada jurnal ilmiah ini ialah Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Penelitian jurnal ilmiah ini menerapkan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan perbandingan. Pendekatan perundang-undangan yaitu pendekatan dengan cara menganalisis dan melakukan telaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan persoalan hukum yang saat ini diteliti.^{xi} Perbandingan Hukum dapat ditelaah dari dua pendekatan, yaitu sebagai metode dan sebagai ilmu. Perbandingan hukum secara metode dianggap sebagai cara untuk mempelajari hukum secara menyeluruh. Perbandingan dilakukan dengan mempelajari

struktur, prinsip, aturan dan sejarah hukum lebih dari satu sistem hukum, meskipun keduanya masih berlaku di satu negara^{xii}.

3. HASIL DAN ANALISIS

3.1 Tata Cara dan Kendala Dalam Pendaftaran Suara Sebagai Merek

Pemerintah telah mengeluarkan UU MIG yang mana aturan ini merupakan aturan terbaru dan menggantikan undang-undang sebelumnya yaitu undang-undang no.15 tahun 2001 tentang merek. Dengan hadirnya UU MIG maka diharapkan terpenuhinya perlindungan atas merek yang bersifat tradisional ataupun non-tradisional. UU MIG mengatur tentang tentang alur pendaftaran atas merek yang bersifat tradisional dan non-tradisional.

Pada UU MIG terdapat suara sebagai salah satu merek non-tradisional. Suara menjadi hal baru sebagai merek, pada pendaftaran suara sebagai merek memiliki tata cara dan alur dalam pendaftaran yang diatur dalam UU MIG. Pada pengaturannya di Indonesia terdapat beberapa suara yang terdaftar, ditolak dan sedang diproses pada pendaftarannya. Adapun suara yang terdaftar adalah sebagai berikut:

- Notasi not balok+Mamypoko
- Notasi not balok+Mamypoko tetap kering
- Notasi not balok+Hyundai sound
- Notasi not balok+Hitsamitsu
- Notasi not balok+City logo 2018
- Notasi not balok+Apapun bisnismu bisa majoo

Suara yang ditolak:

- Notasi not balok+Combiphar ditolak sebanyak empat (4) kali

Suara yang sedang dalam proses pendaftaran:

- Notasi not balok+De boliva^{xiii}

Dari jumlah suara yang terdaftar tentunya sangat sedikit dibandingkan banyaknya produk usaha yang menggunakan suara sebagai merek pembeda. Terkait pendaftaran suara menjadi merek dalam *TRIP's Agreement*, tidak ada kendala untuk pendaftaran suara termasuk pendaftaran tanda non visual lainnya.^{xiv} Hal ini seharusnya memperlebar peluang bagi pendaftar suara sebagai merek.

Proses dan alur pendaftaran suara sebagai merek diatur dalam UU MIG pada pasal empat (4) ayat satu (1) yakni:

“Permohonan pendaftaran merek diajukan oleh pemohon atau kuasanya kepada menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa indonesia.”

Dalam hal pendaftaran suara diatur kembali di pasal yang sama di ayat tujuh (7) yang menyatakan bahwasanya suara yang disertakan terdiri dari notasi dan rekaman suara. Dalam kedua ayat ini tentunya tidak ada kendala dalam proses pendaftaran suara sebagai merek. Akan tetapi suara yang terdaftar sebagai merek di indonesia masih sangat sedikit. Sedikitnya suara yang terdaftar sebagai merek dapat disebabkan oleh penolakan dalam pendaftarannya, hal ini dikarenakan terdapat pendaftar yang melakukan kecurangan sehubungan dengan suara sebagai merek. Seperti yang diketahui bahwa suara dapat dijadikan sebagai merek yang mana ini termasuk bagian dari KI sehingga upaya perlindungan hukum terhadap suara sebagai merek menjadi suatu keutamaan. Untuk itu UU MIG telah berusaha memberikan perlindungan pada merek ternama yang menetapkan bahwa permohonan haruslah ditolak apabila:

- a) Memiliki kesamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain yang terdaftar lebih awal untuk barang atau jasa yang sejenis.
- b) Memiliki kesamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang terkenal milik orang lain atau barang dan/ atau jasa yang sejenis.^{xv}

Pada pengaturannya terdapat juga hal yang menyebabkan pendaftaran suara sebagai merek ditolak atau dibatalkan, ini sesuai dengan pasal 21 ayat (3) yakni mengenai itikad tidak baik (*bad faith*). Konsep *bad faith* telah ditetapkan sejak UU Merek 1992, selanjutnya UU Merek 2001 kemudian diperbarui dengan UU MIG 2016. Undang-undang diatas menerangkan konsep *bad faith* pada pendaftaran merek yaitu pengaju yang harus disangkakan dalam mendaftarkan mereknya dengan tidak sepatutnya dan tidak jujur untuk menyamakan, atau menyalin merek pihak lain untuk keuntungan usahanya menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat, menipu, atau membingungkan konsumen.^{xvi}

UU MIG merupakan aturan yang memegang sistem konstitutif namun tetap prinsipnya membentengi pemegang merek yang beritikad baik. Hanya permintaan yang dilayangkan oleh pemegang merek yang beritikad baik yang bisa diluluskan untuk didaftarkan. Dengan begitu aspek perlindungan hukum tetap diperoleh kepada pihak yang berniat baik dan kepada pihak lain yang *bad faith* yang secara sadar menjiplak atau curang mendaftarkan mereknya bisa ditolak pendaftarannya oleh Direktorat Merek HKI.^{xvii} Dengan adanya *bad faith* maka pendaftaran suara sebagai merek dapat dibatalkan maupun ditolak pendaftarannya. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwasanya alur dan tata cara pendaftaran suara sebagai merek tidaklah sulit dan yang dapat membatalkan dan menolak pendaftaran suara sebagai merek adalah pendaftar yang tidak melakukan itikad baik/*bad faith*. Selain itu, bahwa kaidah pendaftaran

merek mengarah pada pendaftar pertama (*first to file*) yang lebih diprioritaskan dibanding merek yang telah ada tetapi belum didaftarkan.^{xviii}

3.2 Perbandingan Pengaturan Pendaftaran Suara Sebagai Merek di Indonesia dan Negara Lain

Perbandingan hukum ataupun *comparative law* merupakan suatu kegiatan membandingkan aturan hukum yang berlaku diantara dua negara yang memiliki sistem hukum yang berbeda. Penelitian perbandingan hukum bertujuan untuk mencari persamaan dan perbedaan antara kedua atau lebih aturan hukum dari sebuah negara. Persamaan ataupun perbedaan aturan hukum yang diteliti dapat dijadikan dasar pembentukan hukum baru ataupun dapat menyempurnakan hukum yang sebelumnya ada.

Dalam perbandingan aturan mengenai suara sebagai merek maka aturan hukum yang dilakukan perbandingan adalah aturan hukum negara Indonesia yang mengamalkan sistem hukum “*civil law*” dan aturan hukum negara Australia yang mengamalkan sistem hukum “*common law*”. Kedua negara tersebut telah mengatur suara sebagai merek dalam aturan hukum masing-masing. Aturan hukum tersebut memiliki persamaan dan perbedaan didalam pengaturannya.

- **Pengaturan Merek Suara di AUSTRALIA**

Australia telah mengatur suara sebagai merek di dalam *Australia Trade Marks Act 1995*. Dalam *Part 3 Section 17 (No 199)* pengertian merek atau *Trade Marks* adalah:

“A Trade Mark is a sing used, or int6ended to be used, to distinguish goods or services dealt with or provided in the course of trade by person from goods or service so dealt with or provided by any other person”

Terjemahan:

“Merek adalah sebuah tanda yang dipakai, atau ditujukan untuk digunakan, untuk membedakan barang atau jasa yang dikelola atau disediakan dalam rangka perdagangan oleh seseorang dari barang atau jasa yang dikelola atau disediakan oleh orang lain.”

Selanjutnya dalam hal merek yang dapat didaftarkan di negara Australia diatur dalam *Part 2 Section 6 Australia Trade Marks Act 1995* adapun bentuk yang dapat didaftarkan adalah sebagai berikut:

“Sign include the following or any combination of the following, namely, any letter, word, name, signature, numeral, device, brand, heading, label, tickeyt, aspect of packaging, shape, colour, sound or scent.”

Terjemahan:

“Tanda mencakup hal berikut atau kombinasi dari hal berikut, yakni huruf, kata, nama, tanda tangan, angka, perangkat, merek, judul, logo, tiket, aspek kemasan, bentuk, warna, suara atau aroma”

Dari pengertian itu bisa disimpulkan bahwa suara merupakan suatu tanda yang dapat didaftarkan sebagai sebuah merek di negara Australia.

Pegaturan merek sebagai suara di negara Australia diatur dalam *Part 21 No. 6- IP Australia Trade Marks Office Manual of Practice and Procedure*:

“A sound trade mark can be anything auditory. It can be a complex orchestral fanfare, or a simple mechanical clicking noise. It can be sung or spoken words, or a combination of voice and other sound. It can be the sound of a dog barking, a bell ringing or baby crying. What ever it is, it must serve the purpose of identifying the trade source of the goods/services in respect of which it is to be used.”

Terjemahan:

“Sebuah merek dagang suara dapat berupa suara pendengaran apapun. Suara itu dapat berupa bunyi riuh orkestra yang rumit, atau bunyi klik mekanis yang sederhana. Baik itu nyanyian atau ucapan kata-kata, atau kombinasi suara dan bunyi lainnya. Dapat berupa suara gonggongan anjing, dering bel atau bayi menangis. Apapun itu harus berfungsi dengan tujuan untuk mengidentifikasi sumber perdagangan dari barang/jasa yang digunakan.”

Dari pengertian merek suara yang diatur dapat disimpulkan bahwasanya merek suara yang dapat didaftar adalah beragam jenis suara yang fungsinya dapat mengidentifikasi bahwa sumbernya dari pemasaran produk dan layanan. Selain itu merek suara yang tidak bisa didaftar adalah suara sirine dari kepolisian, ambulans, dan pemadam kebakaran.

Pendaftaran merek suara di Australia juga memiliki persyaratan. Dalam pendaftaran suara sebagai merek, pendaftaran merek memiliki syarat khusus yakni merek suara haruslah dapat direpresentasikan secara grafis. Jika pendaftaran tidak dapat dipresentasikan secara grafis maka pendaftarannya akan ditolak sesuai dengan *Part 4 Division 2 Section 40- Trade Marks Act 1995* yakni:

“An application for the registration of a trade mark must be rejected if the trade mark cannot be represented graphically.”

Terjemahan:

“Sebuah aplikasi untuk pendaftaran merek dagang patut ditolak apabila merek dagang tidak dapat direpresentasikan secara grafis”

Dengan demikian diketahui bahwa Australia tidak memberikan batasan mengenai durasi panjang atau pendeknya suara, dan jenis suara apa yang dapat didaftar sebagai merek suara. Pendaftaran merek suara haruslah bertujuan untuk mengidentifikasi perdagangan dan jasa serta merek suara yang didaftarkan harus dapat diidentifikasi sebagai suara.

Pada pengaturannya, Australia juga memiliki aturan terkait merek yang tidak bisa didaftarkan. Hal ini dapat dilihat pada *Part 3 Section 18-Certain signs not to be used as trade Marks etc*:

- 1) *The regulations may provide that a sign specified in the regulations made under subsection;*
- 2) *Regulations made under subsection (1) do not affect any trade mark that:*
 - a) *Was a registered trade mark; or*
 - b) *In the case of an unregistered trade mark-was being used in good faith*

Terjemahan:

- 1) Dalam peraturan perundang-undangan dapat diatur bahwa tanda yang ditentukan dalam peraturan ini boleh digunakan sebagai merek dagang atau sebagai bagian dari merek dagang
- 2) Peraturan-peraturan yang dibuat di bawah sub bagian (1) tidak mempengaruhi merek dagang apapun bahwa:
 - a) Merek dagang terdaftar; atau
 - b) Dalam kasus merek dagang tidak terdaftar-sedang digunakan dengan itikad baik

Pada pendaftaran suara sebagai merek di negara Australia tertulis dalam *Part 10 No. 3,3.1.3.3*

“Representation of the Trade Mark – General Under the terms of paragraph 27(3)(a) of the Act, the application must include a representation of the trade mark. Additionally, in the case of a trade mark the consist of or contains a sign that is a colour, scent, shape, sound, aspect of packaging or other kind of non-traditional sign, the application must include a concise and accurate description of the trade mark.”

Terjemahan:

“Berdasarkan ketentuan paragraf 27(3) (a) undang-undang itu, permohonan tersebut harus mencakup representasi tanda dagang. Selain itu, sehubungan dengan tanda perdagangan yang terdiri dari atau memuat tanda yang merupakan warna, aroma, bentuk, suara, aspek kemasan atau jenis tanda non-tradisional lainnya, permohonannya harus mencakup uraian yang ringkas dan akurat tentang tanda dagang.”

Selanjutnya pada *Part 10 No. 3.2 IP Australia terkait dengan a graphical representation I reuired* disebutkan:

“As a trade mark must be able to represented graphically to be registrable (section 40) the registrar will, as a matter of practise, require that the representation of the trade mark that is include in the application be a graphical representation. In the case of sound trade marks, recordings of the sound(e.g. compact disc or digital sounds file) will also be required.”

Terjemahan:

Sebagai tanda perdagangan harus dapat dipresentasikan secara grafis untuk dapat didaftarkan (bagian 40), sebagai sebuah praktik, memerlukan agar representasi tanda dagang yang disertakan dalam aplikasi menjadi sebuah representasi grafis. Dalam hal merek suara, rekaman suara (seperti CD atau file digital suara) juga akan diperlukan.

Pendaftaran suara sebagai merek di Australia menggunakan rekaman suara seperti CD atau File digital suara sebagai representasi grafis dalam pendaftaran suara sebagai merek. Selain itu Australia memiliki berbagai suara yang sudah tercatat sebagai merek, adapun beberapa suara yang terdaftar sebagai merek di Australia adalah sebagai berikut:

- Merek suara “O ‘O “BRIEN”
- Merek suara “HAPPY LITTLE VEGEMITES”
- Merek suara “BOOST”
- Merek suara “YAHOO”
- Merek suara “ ROOF ROOF”^{xix}

Australia telah memiliki banyak merek suara yang telah terdaftar dan perlindungannya sedang berjalan. Sampai saat ini, Australia memiliki 72 merek suara yang telah terdaftar dalam perlindungan serta 85 merek suara yang sedang dalam proses pendaftaran.

- **Perbandingan Merek Suara**

Indonesia telah mengubah pengaturan tentang merek, yang terbaru telah diundangkan UU tentang MIG. Undang-undang ini mengatur mengenai merek yang bisa didaftar dan yang tidak bisa didaftar. Terdapat hal baru dalam UU MIG yang mana suara dapat didaftarkan menjadi merek. Pada pengaturannya merek suara bisa dilihat dalam pasal 1 ayat (1) yang mana merek ialah penanda yang bisa diperlihatkan secara grafis yang terdiri dari gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, tatanan warna, dalam bentuk 2 dimensi/atau 3 dimensi, suara, hologram, aroma dan gabungan dari 2 atau lebih unsur yang ada. Tanda tersebut berfungsi memberikan perbedaan pada produk dan layanan dalam perdagangan barang/jasa.

Dalam hal ini Indonesia dan Australia memiliki kesamaan yang mana merek baik berupa tanda suara harus dapat ditampilkan secara grafis. Dalam perbedaannya Australia menambahkan tanda tiket, tanda tangan, judul dan bentuk dalam pengaturan mereknya. Untuk selanjutnya diketahui bahwa tanda merek yang dipakai sebagai pembeda dalam perdagangan barang/jasa. Dalam perlindungannya, merek suara yang telah terdaftar di Australia lebih banyak jika dibandingkan dengan merek suara yang terdaftar di Indonesia.

Pada pengaturannya Australia melarang suara yang umum dijadikan sebagai merek seperti suara mesin, suara sirene dan suara dan suara mesin lainnya. Indonesia tidak memiliki pengecualian dalam pendaftaran merek suara, hanya saja pemohon merek suara harus memiliki itikad baik dan suara yang didaftarkan tidak bertentangan dengan, moralitas, agama, dan Pancasila. Jangka perlindungan merek suara di Australia dan Indonesia sama selama 10 tahun. Untuk pendaftaran suara sebagai merek Australia menambahkan file rekaman untuk pendaftarannya selain not balok hal ini sama dengan Indonesia. Australia tidak melarang panjang atau pendeknya durasi merek suara sedangkan Indonesia tidak mengatur durasi dari merek suara melainkan hanya mengatur not balok yang dikirimkan melalui media elektronik ataupun non-elektronik.

4. KESIMPULAN

Indonesia telah berkali-kali memperbaharui mengenai Undang-Undang merek. Saat ini suara telah diatur sebagai merek di Indonesia. Akan tetapi merek suara yang terdaftar masih sangat sedikit. Adanya aturan mengenai penolakan dan penghapusan perlindungan menjadikan merek suara tidak dapat terdaftar. Kendala pendaftaran merek disebabkan adanya bad faith yang dilakukan oleh pihak yang mendaftarkan merek suaranya sehingga pendaftarannya ditolak. Australia dan Indonesia mengatur merek suara sebagai tanda pembeda dalam

perdagangan barang dan jasa. Australia tidak memberikan durasi panjang atau pendeknya suara yang dapat didaftarkan perlindungannya sedangkan Indonesia belum mengatur hal ini. Merek suara yang tidak dapat didaftar perlindungannya adalah suara yang sangat umum seperti suara mesin, suara sirine ambulans, polisi dan sirine pemadam kebakaran. Indonesia tidak mengatur mengenai suara apa yang dilarang dan tidak dapat didaftar, hanya saja pendaftar harus memiliki itikad baik dalam mendaftarkan merek suaranya.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Andi Annisa Nurlia Mamonto, 2023, *Perbandingan Hukum Perdata*, Maalang, PT. Literasi Nussantara Abadi Grup
- Bambang sunggono, 2016, *metodologi penelitian hukum*, jakarta, grafindo persada, Peter Mahmud Marzuki, 2014, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Prenada Media Grub,
- Hawin. M dan Riswandi Budi Agus, 2017, *Isu- Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Yogyakarta, Gajah Mada University Press,

Jurnal

- Dewi, N., & Sukihana, I. 2019. *Pendaftaran Suara Sebagai Merek Non Tradisional Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek*. Kerta Semaya: Jurnal Ilmu Hukum, 7(10), 1-13.
- Edy Santoso, 2016. *Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Dagang Melalui Peran Kepeabatanan Sebagai Upaya Menjaga Keamanan Dan Kedaulatan Negara*. Jurnal Rechtsviding Vol 5
- Inda Nurdahniar, 2016, *Analisis Penerapan Prinsip Perlindungan Langsung Dalam Penyelenggaraan Pencatatan Ciptaan*, *Veritas Et Justitia* 2, No. 1
- Irgtaenia Noor Yahya, *Tinjauan Yuridis Bad Faith Dalam Pendaftaran Merek di Indonesia (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis)*, Jurnal Hukum UNISKA, H.5
- Markus Yohanis Hage, 2021, *“Perbandingan Registrabilitas Merek Suara di Uni Eropa, Australia dan Indonesia Serta Problematikanya”* Jurnal Masalah-Masalah Hukum, Jilid 50 No.3
- Mukti FND., Yati., ifrani, 2018, *Iktikad Tidak Baik dalam Pendaftaran dan Model Penegakan Hukum Merek di Indonesia*, Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM Vol 2, H. 224,
- Ranti Fauza Mayana, 2017, *Perlindungan Merek Non Tradisional Untuk Produk Ekonomi Kreatif Berdasarkan Undang-Undang dan Perspektif Perbandingan hukum*, Jurnal Bina Mulia Hukum, No.1.Vol.2.
- Sulastri, Satino, Yuliana Yuli W, 2018, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware)*, Jurnal Yuridis Vol 5. No 1,
- Syahriah Semaun, 2016, *“Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa”*, Jurnal Hukum Diktum Vol.14 No.1

- Vania Isura Sitepu, 2015. *“Pelaksanaan Prinsip First to File Dalam Penyelesaian Sengketa Merek Dagang Asing Di Pengadilan (Studi Kasus tentang Gugatan Pencabutan Hak Merek “TOAST BOX” oleh BreadTalk Pte. Ltd No: 02/Merek/2011/PN. Niaga/Medan),* PREMISE LAW JURNAL 3,
- Wahyudy, Hambali Thalib, and Syamsudin Pasamai, 2020, “Penegakan Hukum Terhadap Penjualan Pakaian Merek Palsu di Pasar Senteral Kota Makassar” Journal of Lex Philosophy, No.2
- Meli Hertati Gultom, 2018, Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek, Jurnal Warta Volume 56

Internet

Australian Trade Marks Search, Intellectual Property Australia, Australian Government,
Website Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Indonesia

UU

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
Australia Trade Marks Act 1995
