

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PENGGUNAAN SEPIHAK BARANG
TERDAFTAR MEREK TANPA IZIN DALAM KONTEN KREATIF DI
MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI



OLEH:

NUGRAHA PANCA SATRIA

NPM: 2206101050

**PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2026

***LEGAL PROTECTION REGARDING THE UNAAUTHORIZED UNILATERAL
USE OF TRADEMARKED GOODS ON SOCIAL MEDIA***

THESIS



BY :

NUGRAHA PANCA SATRIA

NPM: 2206101050

DEPARTMENT OF LAW

FACULTY OF LAW

UNIVERSITY OF PGRI MADIUN

JULY 2026

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PENGGUNAAN SEPIHAK BARANG
TERDAFTAR MEREK TANPA IZIN DALAM KONTEN KREATIF DI
MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata 1 Sarjana Hukum

OLEH :

NUGRAHA PANCA SATRIA

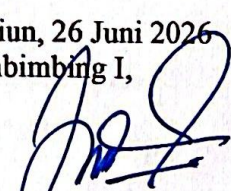
NPM: 2206101050

**PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
Juli 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

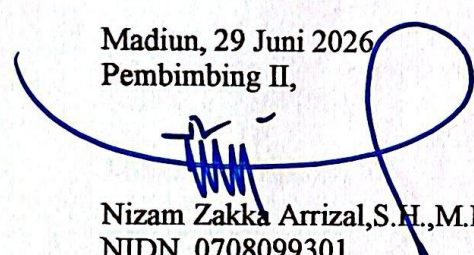
Skripsi oleh Nugraha Panca Satria dengan judul “Perlindungan Hukum atas Penggunaan Sepihak Barang Terdaftar Merek Tanpa Izin di Media Sosial” telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 26 Juni 2026
Pembimbing I,



Dr. Indriyana Dwi Mustikarini, S.H., M.H.
NIDN 0712017701

Madiun, 29 Juni 2026
Pembimbing II,



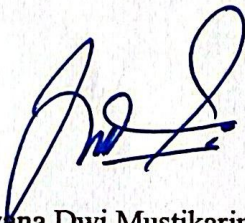
Nizam Zakka Arrizal, S.H., M.Kn.
NIDN. 0708099301

SIGNATURE PAGE OF ADVISORS

Thesis by Nugraha Panca Satria, entitled “Legal Protection Regarding the Unauthorized Unilateral Use of Trademarked Goods on Social Media” is approved by the advisors examination.

Madiun, 26 June 2026

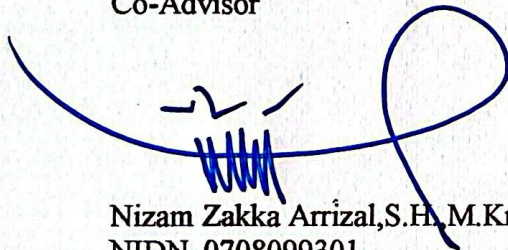
Advisor



Dr. Indriyana Dwi Mustikarini, S.H., M.H.
NIDN. 0712017701

Madiun, 29 June 2026

Co-Advisor

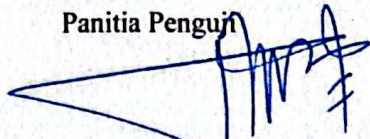


Nizam Zakka Arrizal, S.H., M.Kn.
NIDN. 0708099301

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA UJIAN

Skripsi oleh Nugraha Panca Satria dengan judul “Perlindungan Hukum atas Penggunaan Sepihak Barang Terdaftar Merek Tanpa Izin di Media Sosial” telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Selasa tanggal 14 Juli 2026.

Panitia Penguji



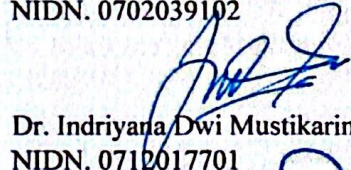
Dr. Sulistya Eviningrum, S.H., M.H.
NIDN. 0716048003

Ketua



Bintang Ulya Kharisma, S.H., M.Kn.
NIDN. 0702039102

Sekretaris



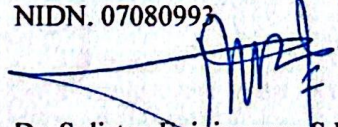
Dr. Indriyana Dwi Mustikarini, S.H., M.H.
NIDN. 0712017701

Anggota



Nizam Zakka Arrizal, S.H., M.Kn.
NIDN. 07080993

Anggota



Dr. Sulistya Eviningrum, S.H., M.H.
NIDN. 0716048003

Anggota

Mengetahui:



UNIVERSITAS PGRI MADIUN
FAKULTAS HUKUM
UNIPMA

Dr. Elissa Dina Sari, S.H., M.H.
NIDN. 0701018402

Mengesahkan



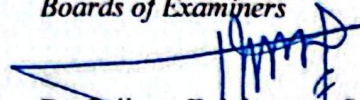
UNIVERSITAS PGRI MADIUN
FAKULTAS HUKUM
PROGRAM STUDI HUKUM

Dr. Sulistya Eviningrum, S.H., M.H.
NIDN. 0716048003

SIGNATURE PAGE OF THE BOARD OF EXAMINERS

Thesis by Nugraha Panca Satria Legal Protection Regarding the Unauthorized Unilateral Use of Trademarked Goods on Social Media has been defended and is approved by the board of examiners on Tuesday, July 14th, 2026.

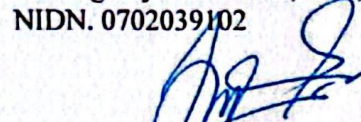
Boards of Examiners


Dr. Sulistya Eviningrum, S.H., M.H.
NIDN. 0716048003

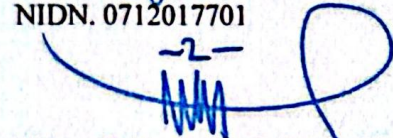
Chair


Bintang Ulya Kharisma, S.H., M.Kn.
NIDN. 0702039102

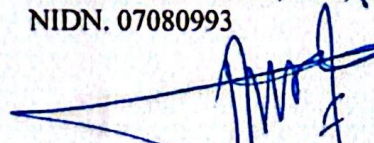
Secretary


Dr. Indriyana Dwi Mustikarini, S.H., M.H.
NIDN. 0712017701

Member


Nizam Zakka Arrizal, S.H., M.Kn.
NIDN. 07080993

Member


Dr. Sulistya Eviningrum, S.H., M.H.
NIDN. 0716048003

Member


Faculty of Law:
Dr. Siska Diana Sari, S.H., M.H.
NIDN. 0701018402


Department of Law
Chair
Dr. Sulistya Eviningrum, S.H., M.H.
NIDN. 0716048003

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nugraha Panca Satria
NIM : 2206101050
Program Studi : Hukum
Fakultas : Fakultas Hukum

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 26 Juni 2026

Yang menyatakan,



Nugraha Panca Satria

NIM. 2206101050

STATEMENT OF ORIGINALITY

I, the undersigned, :

Full Name : Nugraha Panca Satria
Student ID No. : 2206101050
Department : Law
Faculty : Law

Hereby declare that this submission is my own work and that, to the best of my knowledge and belief, it contains no material previously published or written by another person nor material which to a substantial extent has been accepted for the award of any other degrees or diplomas of the university or other institutes of higher learning, except where due acknowledgment has been made in the text.

Madiun, June 26th 2026



Nugraha Panca Satria

NIM. 2206101050

MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN
MOTTO

“Hidup yang tidak dipertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan”

(Pramoedya Ananta Noer)

“Yang Fana adalah Waktu, Kita Abadi”

(Sapardi Djoko Darmono)

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA:

Diri Sendiri, Ibu, Ayah, Kakak, Keluarga Besar dan Almamater

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas segala nikmat iman, umur, serta kesehatan jasmani dan rohani. Tiada henti kepada-Nya Peneliti meminta agar diberikan kemudahan serta kelancaran dalam melakukan penelitian ini sehingga akhirnya skripsi ini selesai. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda tercinta Nabi Muhammad SAW.

Peneliti menulis skripsi yang berjudul **“Perlindungan Hukum atas Penggunaan Sepihak Barang Terdaftar Merek Tanpa Izin di Media Sosial”** disusun dengan tujuan untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Universitas PGRI Madiun.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan, arahan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Supri Wahyudi Utomo, M. Pd., selaku Rektor Universitas PGRI Madiun;
2. Dr. Siska Diana Sari, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas PGRI Madiun;
3. Dr. Sulistya Eviningrum, S.H., selaku Kaprodi Hukum Universitas PGRI Madiun;
4. Bintang Ulya Kharisma, S.H., M.Kn., selaku Sekprodi Hukum Universitas PGRI Madiun, sekaligus dosen pembimbing akademik Penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing Penulis selama masa perkuliahan;

5. Dr. Indriyana Dwi Mustikarini, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, dorongan, serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membimbing dan mendampingi Penulis selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat selesai;
6. Bapak Nizam Zakka Arrizal, S.H., M.Kn., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, dan dengan sabar membimbing Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
7. Diri Penulis sendiri. Terima kasih sudah mau berjuang hingga sejauh ini, walaupun pada kenyataannya banyak sekali lika-liku kehidupan yang harus dilalui. Mari berjuang lebih keras lagi, karena sejatinya hidup adalah arena perjuangan;
8. Yang Penulis sayangi dan cintai ibu Solichatun, ibu dari Penulis. Terima kasih telah merawat, menyayangi, dan mengupayakan segalanya untuk Penulis. Terima kasih ibu, telah menjadi alasan terkuat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dan berjuang lebih keras lagi;
9. Yang penulis sayangi dan rindukan, Ayah dari Penulis, Terima kasih atas kasih sayang, doa, dan keteguhan yang terus hidup dalam setiap langkah penulis. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan menempatkan Ayah di tempat terbaik di sisi-Nya.
10. Maya Angel, terima kasih atas bimbingan, kesabaran, dan dukungan yang konstan. Perhatian dan kebaikanmu sangat berarti.

11. Teman-teman Angkatan 2022 Program Studi Hukum. Terima kasih atas kebersamaan dan semangat yang telah menjadi bagian perjalanan Penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.

17. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas bantuan dan dukungan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

18. Semua nama yang ada dalam sitasi, sebab tanpa mereka, peneliti merasa ragu dan dangkal.

Demikian skripsi ini Penulis buat, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya mahasiswa/i Prodi Hukum. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari pembaca sangat Penulis harapkan untuk kesempurnaan kedepannya.

Madiun, 3 Juli 2026

Penulis

Nugraha Panca Satria

NIM. 2206101050

DAFTAR ISI

PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PENGGUNAAN SEPIHAK BARANG TERDAFTAR MEREK TANPA IZIN DALAM KONTEN KREATIF DI MEDIA SOSIAL.....	i
PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PENGGUNAAN SEPIHAK BARANG TERDAFTAR MEREK TANPA IZIN DALAM KONTEN KREATIF DI MEDIA SOSIAL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA UJIAN..	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xii
TABLE OF CONTENTS	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kegunaan Penelitian	16
E. Pertanggungjawaban Sistematika	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
A. Kerangka Teori atau Konseptual.....	20
1. Tinjauan Umum Tentang Merek dan Logo.....	24
a. Fungsi Merek	25
b. Kriteria Merek Terkenal (<i>Well-Known Mark</i>)	27
c. Sistem Pendaftaran Merek (<i>Constitutive / First-to-File</i>)	29
2. Hak Eksklusif Pemilik Merek.....	31
a. Sifat Monopoli Hak Merek	31
b. Konsep Lisensi Merek	34

3. Pelanggaran Merek di Era Digital dan Media Sosial	37
a. Ekosistem Media Sosial dan Konten Kreatif	37
b. Konsep Pelanggaran (Infringement) secara Visual	40
4. Bentuk Pelanggaran Digital Lainnya	43
5. Teori Pertanggungjawaban Hukum	45
1. Penelitian Terdahulu	49
.....	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56
A. Jenis Penelitian.....	56
B. Sifat Penelitian	58
C. Pendekatan Penelitian	59
D. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	60
E. Teknik Pengumpulan Data	62
F. Teknik Analisis Data	64
G. Analisis Penggunaan Logo dalam Konten Kreatif Digital.....	66
H. Kerangka Analisis Penerapan Doktrin Pemakaian Wajar (<i>Fair Use</i>) dalam Hukum Merek Indonesia.....	70
I. Jangka Waktu Penelitian.....	77
BAB IV PEMBAHASAN	78
A. Kriteria Penggunaan Logo Milik Pihak Lain dalam Konten Media Sosial yang Dikategorikan sebagai Pelanggaran Merek.....	78
1. Penerapan Asas <i>First to File</i> sebagai Dasar Klaim Kepemilikan	78
2. Batasan Penggunaan yang Melanggar Hukum di Media Sosial	82
3. Pengecualian dan Penggunaan yang Tidak Dianggap Pelanggaran (<i>Fair Use</i> /Penggunaan Wajar).....	85
B. Upaya Hukum dan Perlindungan bagi Pemilik Merek terhadap Penyalahgunaan Logo di <i>Platform Digital</i>	92
1. Bentuk Perlindungan Hukum Pemilik Merek Berdasarkan Undang-Undang Merek .	93
2. Penyelesaian Sengketa melalui Jalur Non-Litigasi (Di Luar Pengadilan)	98
3. Penyelesaian Sengketa melalui Jalur Litigasi (Pengadilan).....	101
4. Upaya Hukum Pidana dan Penerapan Sanksi Represif.....	104
5. Kebaharuan Konsep Sanksi: Pendekatan <i>Platform Based Economic Sanction</i> dan Pemulihan Reputasi Digital	106

C. Analisis Yuridis Mendalam atas Unsur-Unsur Normatif dan Pasal-Pasal Kunci dalam Undang-Undang Merek	108
1. Bedah Unsur “Penggunaan” (<i>Use in Commerce</i>)	108
2. Bedah Unsur “Sepihak”	109
3. Bedah Unsur “Merek”	110
4. Bedah Unsur “Tanpa Izin”	111
5. Bedah Unsur “Konten Kreatif”	112
6. Bedah Unsur “Media Sosial”	113
7. Analisis Mendalam Pasal 1 Undang-Undang Merek: Fondasi Definisional.....	114
8. Analisis Mendalam Pasal 21: Larangan Pendaftaran atas Dasar Itikad Tidak Baik dan Persamaan pada Pokoknya.....	114
9. Analisis Mendalam Pasal 83: Norma Sentral Gugatan Perdata	115
10. Analisis Mendalam Pasal 100 dan Pasal 102: Norma Sanksi Pidana	116
D. Analisis Teoretis Terintegrasi: Perlindungan Hukum, Kepastian Hukum, dan Hak Kekayaan Intelektual	116
1. Teori Perlindungan Hukum: Philipus M. Hadjon, Satjipto Rahardjo, dan Soerjono Soekanto.....	117
2. Teori Kepastian Hukum: Gustav Radbruch, Utrecht, dan Hans Kelsen	119
3. Teori Hak Kekayaan Intelektual: Hak Eksklusif, Hak Ekonomi, dan Fungsi Esensial Merek	121
E. Bedah Putusan Pengadilan: Yurisprudensi Sengketa Merek dan Relevansinya dengan Penyalahgunaan Logo Digital.....	122
1. Sengketa Merek “Geprek Bensu”: Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor 57/Pdt.Sus-HKI/Merek/2019/PN Niaga Jkt.Pst juncto Putusan Kasasi Mahkamah Agung Nomor 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020.....	122
2. Sengketa Starbucks Corporation melawan Perusahaan Rokok Lokal: Putusan Mahkamah Agung Nomor 836 K/Pdt.Sus-HKI/2022.....	124
3. Sengketa Merek “POSKOTA” melawan “POSKOTAKO”: Putusan Mahkamah Agung Nomor 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst	125
4. Sengketa “MS Glow” melawan “PS Glow”: Putusan Pengadilan Niaga Medan dan Pengadilan Niaga Surabaya (2022).....	126
5. Sengketa Merek Lokal melawan Hugo Boss	126
6. Sintesis Rasio Decidendi bagi Konteks Digital	127
F. Analisis Praktik Penggunaan Merek oleh Konten Kreator di Berbagai Platform Media Sosial.....	128

1. Praktik pada Instagram.....	128
2. Praktik pada TikTok.....	129
3. Praktik pada YouTube	129
4. Praktik pada Facebook	130
5. Praktik pada Marketplace.....	130
6. Klasifikasi Bentuk Penggunaan dan Evaluasi Status Hukumnya	131
G. Telaah Kritis Isu Hukum Kontemporer dalam Penggunaan Merek di Ruang Digital .	132
1. Fenomena Pengaburan Logo (<i>Blurring</i>): Kewajiban Hukum atau Mitigasi Risiko?	132
2. <i>False Impression of Endorsement</i> : Kesan Kerja Sama Palsu	133
3. Klasifikasi Kategori Konten: Garis Demarkasi Hukum.....	134
4. Perspektif Perlindungan Konsumen: Misleading Advertising dan Deceptive Marketing.....	136
H. Kelemahan Regulasi, Rekomendasi, dan Analisis Konklusif Penulis	136
1. Evaluasi Kelemahan Regulasi Merek di Era Digital.....	136
2. Kendala Penegakan Hukum dalam Praktik.....	138
3. Rekomendasi dan Solusi Konkret bagi Para Pemangku Kepentingan.....	138
4. Analisis Pamungkas: Demarkasi antara Kebebasan Berekspresi dan Perlindungan Hak Eksklusif	140
4. Perbandingan Doktrin Fair Use Merek dalam Sistem Hukum Common Law dan Relevansinya bagi Pembentukan Hukum Indonesia	141
7. Ilustrasi Penerapan Parameter <i>Digital Fair Use</i> pada Skenario Konkret.....	143
5. Tanggung Jawab Penyedia Platform Media Sosial atas Konten Pelanggaran Merek yang Diunggah Pengguna.....	146
BAB V PENUTUP.....	147
A. Kesimpulan	147
1. Kualifikasi Hukum dan Batasan Kebebasan Berekspresi	147
2. Bentuk Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Eksklusif.....	148
B. Saran.....	150
1. Bagi Pembentuk Kebijakan.....	150
2. Bagi Pemilik Merek dan Pelaku Usaha.....	150
3. Bagi Kreator Konten dan Pengguna Media Sosial Kreator konten disarankan:	151
DAFTAR PUSTAKA.....	152
RIWAYAT HIDUP	157

TABLE OF CONTENTS

LEGAL PROTECTION FOR THE UNAUTHORIZED USE OF REGISTERED TRADEMARK GOODS IN CREATIVE CONTENT ON SOCIAL MEDIA	i
LEGAL PROTECTION FOR THE UNAUTHORIZED USE OF REGISTERED TRADEMARK GOODS IN CREATIVE CONTENT ON SOCIAL MEDIA	i
SUPERVISOR APPROVAL SHEET.....	ii
APPROVAL AND RATIFICATION SHEET OF THE EXAMINATION COMMITTEE ..	iv
STATEMENT OF ORIGINALITY	vi
MOTTO AND DEDICATION.....	viii
PREFACE	ix
ABSTRACT	xii
TABLE OF CONTENTS	xiv
TABLE OF CONTENTS	xviii
CHAPTER I INTRODUCTION.....	1
A. Background of the Study	1
B. Problem Formulation.....	15
C. Research Objectives.....	15
D. Research Significance.....	16
E. Systematic Accountability	17
CHAPTER II LITERATURE REVIEW.....	20
A. Theoretical or Conceptual Framework.....	20
1. General Overview of Trademarks and Logos.....	24
a. Functions of Trademarks.....	25
b. Criteria for a Well-Known Mark.....	27
c. Trademark Registration System (Constitutive / First-to-File).....	29
2. Exclusive Rights of Trademark Owners.....	31
a. Monopolistic Nature of Trademark Rights.....	31

b. Concept of Trademark Licensing	34
3. Trademark Infringement in the Digital and Social Media Era.....	37
a. Social Media Ecosystem and Creative Content.....	37
b. Concept of Visual Infringement.....	40
4. Other Forms of Digital Infringement.....	43
5. Theory of Legal Liability	45
1. Previous Research	49
.....	54
CHAPTER III RESEARCH METHODOLOGY.....	56
A. Type of Research.....	56
B. Nature of Research	58
C. Research Approach.....	59
D. Types and Sources of Research Data	60
E. Data Collection Techniques.....	62
F. Data Analysis Techniques.....	64
G. Analysis of Logo Use in Digital Creative Content	66
H. Analytical Framework for the Application of the Fair Use Doctrine in Indonesian Trademark Law	70
I. Research Timeline.....	77
CHAPTER IV RESULTS AND DISCUSSION.....	78
A. Criteria for the Use of Third-Party Logos in Social Media Content Categorized as Trademark Infringement.....	78
1. Application of the First-to-File Principle as the Basis for Ownership Claims.....	78
2. Limitations on Unlawful Use on Social Media	82
3. Exceptions and Uses Not Deemed Infringement (Fair Use).....	85
B. Legal Remedies and Protection for Trademark Owners against Logo Misuse on Digital Platforms.....	92
1. Forms of Legal Protection for Trademark Owners under the Trademark Law.....	93

2. Dispute Resolution through Non-Litigation Channels (Out of Court).....	98
3. Dispute Resolution through Litigation Channels (Court).....	101
4. Criminal Legal Remedies and the Application of Repressive Sanctions	104
5. Novelty of the Sanction Concept: The Platform-Based Economic Sanction Approach and Digital Reputation Recovery	106
C. In-Depth Juridical Analysis of Normative Elements and Key Articles in the Trademark Law	108
1. Analysis of the Element of “Use” (Use in Commerce)	108
2. Analysis of the Element of “Unilateral”	109
3. Analysis of the Element of “Trademark”	110
4. Analysis of the Element of “Without Permission”	111
5. Analysis of the Element of “Creative Content”	112
6. Analysis of the Element of “Social Media”	113
7. In-Depth Analysis of Article 1 of the Trademark Law: Definitional Foundations	114
8. In-Depth Analysis of Article 21: Prohibition of Registration on the Grounds of Bad Faith and Substantial Similarity	114
9. In-Depth Analysis of Article 83: The Central Norm of Civil Claims	115
10. In-Depth Analysis of Articles 100 and 102: Criminal Sanction Norms.....	116
D. Integrated Theoretical Analysis: Legal Protection, Legal Certainty, and Intellectual Property Rights.....	116
1. Theory of Legal Protection: Philipus M. Hadjon, Satjipto Rahardjo, and Soerjono Soekanto.....	117
2. Theory of Legal Certainty: Gustav Radbruch, Utrecht, and Hans Kelsen	119
3. Theory of Intellectual Property Rights: Exclusive Rights, Economic Rights, and the Essential Function of Trademarks	121
E. Analysis of Court Decisions: Trademark Dispute Jurisprudence and Its Relevance to Digital Logo Misuse	122
1. The “Geprek Bensu” Trademark Dispute: Decision of the Central Jakarta Commercial Court Number 57/Pdt.Sus-HKI/Merek/2019/PN Niaga Jkt.Pst in	

<i>conjunction with the Supreme Court Cassation Decision Number 575 K/Pdt.Sus-HKI/2020</i>	122
2. <i>The Starbucks Corporation vs. Local Cigarette Company Dispute: Supreme Court Decision Number 836 K/Pdt.Sus-HKI/2022</i>	124
3. <i>The “POSKOTA” vs. “POSKOTAKO” Trademark Dispute: Supreme Court Decision Number 39/Pdt.Sus-Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst</i>	125
4. <i>The “MS Glow” vs. “PS Glow” Dispute: Decisions of the Medan Commercial Court and the Surabaya Commercial Court (2022)</i>	126
5. <i>Local Trademark Dispute against Hugo Boss</i>	126
6. <i>Synthesis of Ratio Decidendi for the Digital Context</i>	127
F. <i>Analysis of Trademark Use Practices by Content Creators across Various Social Media Platforms</i>	128
1. <i>Practice on Instagram</i>	128
2. <i>Practice on TikTok</i>	129
3. <i>Practice on YouTube</i>	129
4. <i>Practice on Facebook</i>	130
5. <i>Practice on Marketplaces</i>	130
6. <i>Classification of Forms of Use and Evaluation of Their Legal Status</i>	131
G. <i>Critical Review of Contemporary Legal Issues in Trademark Use in the Digital Space</i>	132
1. <i>The Phenomenon of Logo Blurring: Legal Obligation or Risk Mitigation?</i>	132
2. <i>False Impression of Endorsement: The Impression of a False Partnership</i>	133
3. <i>Classification of Content Categories: The Legal Line of Demarcation</i>	134
4. <i>Consumer Protection Perspective: Misleading Advertising and Deceptive Marketing</i>	136
H. <i>Regulatory Weaknesses, Recommendations, and the Author’s Concluding Analysis</i>	136
1. <i>Evaluation of Weaknesses in Trademark Regulation in the Digital Era</i>	136
2. <i>Obstacles to Law Enforcement in Practice</i>	138
3. <i>Recommendations and Concrete Solutions for Stakeholders</i>	138

4. Concluding Analysis: The Demarcation between Freedom of Expression and Protection of Exclusive Rights	140
4. Comparison of the Trademark Fair Use Doctrine in Common Law Legal Systems and Its Relevance to Indonesian Legal Development	141
7. Illustration of the Application of Digital Fair Use Parameters in Concrete Scenarios.....	143
5. Responsibility of Social Media Platform Providers for Trademark-Infringing Content Uploaded by Users.....	146
CHAPTER V CONCLUSION	147
A. Conclusion	147
1. Legal Qualification and Limitations of Freedom of Expression.....	147
2. Forms of Legal Protection for Holders of Exclusive Rights	148
B. Recommendations	150
1. For Policymakers.....	150
2. For Trademark Owners and Business Actors.....	150
3. For Content Creators and Social Media Users Content Creators Are Advised To:	151
BIBLIOGRAPHY.....	152
CURRICULUM VITAE.....	157

DAFTAR PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*).

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek.

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016).

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Peraturan Menteri Hukum dan HAM terkait merek dan HKI (sebagai peraturan pelaksana)

Lanham Act (Undang-Undang Merek Amerika Serikat).

Trademark Dilution Revision Act 2006 (Amerika Serikat).

EU Trade Mark Regulation 2017/1001 (Uni Eropa).