

ABSTRAK

Nugraha Panca Satria. 2026. Perlindungan Hukum atas Penggunaan Sepihak Barang Terdaftar Merek Tanpa Izin pada Konten Kreatif di Media Sosial. Skripsi. Program Studi Hukum, FH, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Indriyana Dwi Mustikarini, S.H., M.H. (II) Nizam Zakka Arizal, S.H., M.Kn.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kriteria penggunaan logo merek pihak lain dalam konten kreatif di media sosial yang dikategorikan sebagai pelanggaran merek, serta mengkaji bentuk perlindungan hukum bagi pemilik merek terhadap eksploitasi tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan kasus. Bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan logo merek tanpa izin dalam konten kreatif di media sosial merupakan bentuk pelanggaran hak eksklusif merek apabila memenuhi unsur perbuatan tanpa hak dalam kegiatan perdagangan yang menimbulkan *likelihood of confusion*. Praktik ini, yang sering disebut sebagai *algorithmic free riding*, dapat dikategorikan sebagai pelanggaran merek jika memenuhi parameter proporsionalitas visual dan disrupsi afiliasi, yang melampaui batas *digital fair use*. Upaya hukum bagi pemilik merek dapat dilakukan melalui jalur non-litigasi (somasi, mediasi, negosiasi) maupun jalur litigasi di Pengadilan Niaga, termasuk permohonan penetapan sementara untuk penghentian penyebaran konten. Saran dalam penelitian ini adalah agar pemilik merek proaktif memantau aset mereknya dan memperkuat bukti pendaftaran, sementara kreator konten disarankan untuk mematuhi parameter kewajaran penggunaan merek atau mengajukan izin resmi untuk menghindari sanksi hukum.

Kata Kunci: Merek, Media Sosial, Konten Kreatif, Perlindungan Hukum, Pelanggaran Merek.

ABSTRACT

Nugraha Panca Satria. 2026. *Legal Protection Regarding the Unauthorized Unilateral Use of Trademarked Goods on Social Media*. Skripsi. Law Department, Universitas PGRI Madiun. Supervisor (I) Dr. Indriyana Dwi Mustikarini, S.H., M.H. (II) Nizam Zakka Arizal, S.H., M.Kn.

This study aims to analyze the criteria for using third-party brand logos in social media creative content that constitute trademark infringement, and to examine the forms of legal protection available to trademark owners against such exploitation. The research employs a normative-juridical method utilizing statutory, conceptual, and case-based approaches. Legal materials comprising primary, secondary, and tertiary sources were analyzed qualitatively. The findings indicate that the unauthorized use of brand logos in social media creative content constitutes an infringement of exclusive trademark rights when it involves unauthorized commercial activity that creates a likelihood of confusion. This practice often termed "algorithmic free-riding" can be classified as trademark infringement if it meets the parameters of visual proportionality and affiliation disruption, thereby exceeding the limits of digital fair use. Trademark owners may pursue legal remedies through non-litigation channels (such as formal notices, mediation, and negotiation) or litigation in the Commercial Court, including requests for provisional orders to halt content dissemination. The study recommends that trademark owners proactively monitor their brand assets and strengthen their registration evidence, while content creators are advised to adhere to parameters regarding fair trademark usage or obtain official authorization to avoid legal sanctions.

Keywords: Trademark, Social Media, Creative Content, Legal Protection, Trademark Infringement.