

ABSTRAK

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/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.

Kemajuan industri mengakibatkan munculnya ekonomi kreatif yaitu suatu konsep ekonomi baru yang berfokus pada proses penciptaan barang dan jasa berbasis ide dan kreativitas, vitalnya posisi ekonomi kreatif dalam pembangunan ekonomi Indonesia perlindungan hukum menjadi urgensi mengingat barang dan jasa yang dihasilkan dari proses kreatif tersebut merupakan branding suatu produk yang dilindungi dengan merek sebagai salah satu kekayaan intelektual.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana upaya dalam memperoleh perlindungan hukum terhadap pengguna merek suara di Indonesia serta untuk mengetahui apa saja yang menjadi hambatan bagi masyarakat dalam melakukan pendaftaran atas merek suara.

Penelitian hukum ini menggunakan jenis penulisan hukum normatif dengan menggunakan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan studi kepustakaan. Analisis data yang dilakukan adalah dengan cara analisis kualitatif dan dijelaskan dengan deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ketentuan mengenai perlindungan hukum merek suara diatur dalam Konvensi Paris dan juga dalam perjanjian TRIPs, negara Indonesia yang menganut sistem *civil law* ini dalam memberikan sebuah hak merek maka akan menganut sistem *first to file* dimana pemilik merek tersebut termasuk merek suara harus mendaftarkan mereknya kepada Ditjen HKI untuk kemudian memperoleh perlindungan hukum.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Pemegang Hak atas Merek, Merek Suara.