

Pelindungan Merek Terhadap Dilusi Merek Dalam Ruang Virtual *Metaverse* Berdasarkan Perjanjian Syarat Dan Ketentuan Pengguna Akun *Metaverse*

Azrinda Rachmadanty Zahra

Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran

Email: azrinda19001@mail.unpad.ac.id

Rika Ratna Permata

Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran

Tasya Safiranita Ramli

Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran

Abstract. *The development of technology today makes humans coexist with technology. Many human activities can be carried out through the internet network. One of them is the presence of the metaverse which is a technology that contains virtual interactions, digital objects, and decentralized humans from various platforms. Metaverse is used by many people as a medium for buying and selling transactions. Metaverse users generally sell their products in the form of NFTs. Various well-known brands have started promoting their products through the metaverse. The emergence of well-known brands in the metaverse is an opportunity for irresponsible parties to infringe brand rights. As was the case in Ryder Ripps v. Yuga Labs. Pollution, imitation, obscuration, and so forth of well-known trademarks are carried out by irresponsible parties. One of them is the doctrine of Trademark Dilution. Trademark dilution is the unauthorized use by other parties that can weaken the quality or characteristics of a trademark. This makes the question of how the protection of trademarks in the virtual space of the metaverse and what legal action can be taken when there is a violation of trademark rights. Not many countries have regulated the protection of digital trademarks specifically against trademark dilution, as well as Indonesia. This research will be conducted using a non-native juridical approach method with legal sources in the form of laws and regulations, international agreements, theories, and legal rules. The focus of this research is how metaverse with the platform in it can protect the trademark with the terms and conditions agreement of account users in the platform. The result of this research is that brands can be protected against infringement of rights to the brand as well as brand dilution by referring to the terms and conditions of account users listed in the platform. In addition, the legal action that can be taken is to file a lawsuit as determined by the platform and the removal of related content.*

Keywords: *Trademark Dilution, Metaverse, Terms & Condition*

Abstrak. Perkembangan teknologi saat ini, menjadikan manusia hidup berdampingan dengan teknologi. Aktivitas manusia banyak dapat dilakukan melalui jaringan internet. Salah satunya adalah dengan hadirnya *metaverse* di mana merupakan teknologi yang memuat interaksi virtual, objek digital, dan manusia yang terdesentralisasi dari berbagai platform. *Metaverse* digunakan oleh banyak masyarakat sebagai media untuk transaksi jual-beli. Pengguna *metaverse* pada umumnya menjual produk miliknya dalam bentuk NFT. Berbagai merek terkenal mulai mempromosikan produknya melalui *metaverse*. Munculnya merek terkenal dalam *metaverse* menjadi peluang bagi pihak tidak bertanggungjawab untuk melakukan pelanggaran hak merek. Sebagaimana hal ini telah terjadi pada kasus Ryder Ripps v. Yuga Labs. Pencemaran, peniruan, pengaburan, dan lain sebagainya terhadap merek terkenal dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Salah satunya adalah dengan doktrin Dilusi Merek. Dilusi merek merupakan penggunaan tidak sah oleh pihak lain yang dapat melemahkan kualitas atau ciri khas suatu merek. Hal ini menjadikan timbul pertanyaan bagaimana perlindungan merek dalam ruang virtual *metaverse* serta tindakan hukum apa yang dapat dilakukan ketika terjadi adanya pelanggaran hak atas merek. Belum banyak negara yang mengatur perlindungan pada merek digital terkhusus terhadap dilusi merek, begitu pula dengan Indonesia. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dengan sumber hukum berupa peraturan perundang-undangan, perjanjian internasional, teori, dan kaidah hukum.

Received Juni 07, 2023; Revised Juli 02, 2023; Accepted Agustus 08, 2023

* Azrinda Rachmadanty Zahra, azrinda19001@mail.unpad.ac.id

Fokus pada penelitian ini adalah bagaimana *metaverse* dengan platform di dalamnya dapat melindungi merek dengan perjanjian syarat dan ketentuan pengguna akun dalam platform tersebut. Hasil penelitian ini adalah merek dapat dilindungi atas pelanggaran hak atas merek begitu pula dengan dilusi merek dengan mengacu kepada syarat dan ketentuan pengguna akun yang tercantum dalam platform. Selain itu, tindakan hukum yang dapat dilakukan adalah dengan mengajukan gugatan sebagaimana telah ditentukan oleh platform dan penghapusan konten terkait.

Kata Kunci: Dilusi Merek, *Metaverse*, Syarat & Ketentuan.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi menjadikan interaksi antar manusia lebih mudah dan cepat sehingga memengaruhi berbagai aspek, satu di antaranya adalah bidang ekonomi. Pelaku ekonomi berlomba-lomba untuk memperoleh keuntungan dengan berjalan mengikuti perkembangan saat ini. Teknologi yang bergerak dengan cepat menjadikan kegiatan ekonomi dapat dilakukan di mana dan kapan saja. Digitalisasi di Indonesia tidak hanya bergerak dalam sektor ekonomi, tetapi juga dalam sektor pemerintahan, pendidikan, dan lain sebagainya. Digitalisasi diartikan sebagai kemampuan untuk mengubah produk atau jasa yang bersifat analog (sudah ada sebelumnya) menjadi bentuk digital. Digitalisasi memengaruhi efektivitas dan efisiensi waktu semakin meningkat, dikarenakan pekerjaan dapat dilakukan dengan lebih optimal. Manusia yang berjalan beriringan dengan teknologi kini juga berinovasi dengan memunculkan instrument baru dengan penggunaan aset digital yaitu *cryptocurrency*, NFT (*Non-Fungible Token*), dan *metaverse* (Wildan dkk., 2022). Aset digital sama halnya dengan dunia realitas, di mana objek tersebut merupakan bagian dari kekayaan intelektual. Berlaku di dalamnya adalah asas *droit de suite*, yaitu merupakan hak kebendaan milik seseorang yang mengikuti dimanapun dan kemanapun benda itu berada (Amirullah, 2016).

Kekayaan intelektual pada dasarnya dapat dimiliki oleh setiap manusia. Setiap kekayaan intelektual melekat padanya adalah hak kekayaan intelektual. Hak kekayaan intelektual diartikan sebagai hak atas kebendaan, hak atas suatu benda yang tercipta dari hasil kerja otak dan hasil kerja penalaran rasio manusia. Kekayaan Intelektual mencakup beberapa bidang, salah satunya adalah merek. Merek didefinisikan sebagai sebagai tanda yang mempunyai ciri khusus yang digunakan untuk mengidentifikasi asal barang dan/atau jasa (*an indication of origin*). Dwisvimiari (2016) Merek merupakan objek yang dilindungi oleh perundang-undangan Indonesia dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut “UU MIG”). Selain UU MIG, Indonesia meratifikasi konvensi-konvensi internasional berkaitan

dengan hak kekayaan intelektual, seperti Konvensi Paris yang diratifikasi melalui Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997. Adanya perlindungan atas merek di Indonesia diharapkan akan melindungi para pelaku usaha dari pelanggaran merek. Namun, hal itu tidak menjamin adanya iktikad buruk untuk memanfaatkan suatu merek. Iktikad buruk tersebut dapat berupa menggunakan merek tanpa ijin, menduplikasi, dan memalsukan tanpa pemilik merek mengetahui hal tersebut.

Ciri khas dari merek merupakan hal yang penting dikarenakan sebagai pembeda merek satu dengan merek lainnya. Berdasarkan reputasinya, terdapat beberapa jenis merek. Reputasi dengan tingkat tinggi dimiliki oleh merek terkenal. Merek merupakan objek yang dilindungi oleh perundang-undangan Indonesia dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut “UU MIG”). Selain UU MIG, Indonesia meratifikasi konvensi-konvensi internasional berkaitan dengan hak kekayaan intelektual, seperti Konvensi Paris yang diratifikasi melalui Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997. Adanya perlindungan merek tidak menjamin adanya risiko iktikad buruk oleh pihak ketiga atas penggunaan merek tanpa hak. Iktikad buruk tersebut dapat berupa menggunakan merek tanpa ijin, menduplikasi, dan memalsukan tanpa pemilik merek mengetahui hal tersebut. Merek merupakan *personal property*, bahwa merek adalah asset bagi pemilik merek tersebut yang menjadikan pemilik merek mempunyai hak ekonomi atas merek tersebut (Permana & Khairunnisa, 2016). Pelindungan terhadap merek dapat dilihat dalam UU MIG mengenai persamaan pada keseluruhan dan/atau persamaan pada pokoknya.

Timbul teori pelindungan merek yang berpusat pada pelindungan merek sebagai properti dan dikenal dengan istilah dilusi merek. Dilusi merek merupakan hal yang berbeda dengan doktrin pelanggaran merek. Pelanggaran merek merupakan ketika merek yang bersaing, secara substansial menyerupai merek yang sebelumnya sudah ada dan dapat menjadikan konsumen tertipu dengan barang yang dijual. Pelindungan terhadap dilusi merek berfokus kepada nilai dari suatu merek tersebut yang berhubungan dengan aspek komersil dengan larangan pemakaian dengan akhir akan mencemarkan nilai jual dan ciri khas dari merek tersebut. Negara yang secara eksplisit mengatur mengenai dilusi merek adalah Amerika Serikat dengan *Trademark Dilution Revision Act Of 2006* yang merupakan pembaharuan dari *The Trademark Act of 1946 with respect to dilution by blurring or tarnishment*. Pelindungan hukum terhadap dilusi merek dalam hukum

Internasional dapat mengacu kepada *Paris Convention* dan *TRIPs Agreement*. Pasal 6bis Konvensi Paris menyatakan bahwa meminta negara-negara persatuan untuk menolak pendaftaran, melarang penggunaan, bahkan membatalkan merek yang akan menimbulkan kebingungan dari suatu merek yang dianggap oleh pejabat berwenang dari negara pendaftar atau penggunaan sebagai merek terkenal di negara tersebut.

Dewasa ini, dilusi merek terjadi tidak hanya pada merek konvensional, tetapi juga pada merek digital. Merek digital merupakan merek dengan identitas yang dibangun secara *online* dan merupakan hal yang berbeda dengan merek konvensional. Merek digital saat ini dapat ditemukan dalam dunia virtual yaitu *metaverse*. Kemunculan *metaverse* saat ini, memunculkan banyak inovasi termasuk terbentuknya merek digital sebagai aset digital. Sudah banyak merek konvensional yang mengikuti tren *metaverse* ini yang kemudian menjadikan merek tersebut sebagai merek digital. Kemajuan teknologi di *metaverse* ini juga menjadi kekhawatiran di masa depan akan terjadinya kejahatan karena diantisipasi bahwa *metaverse* dapat mengakomodasi seluruh jenis kegiatan manusia. Maraknya merek yang berlomba-lomba untuk masuk ke dalam ruang virtual ini telah menimbulkan kontroversi atas penggunaan merek dagang yang menyebabkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Sudah terjadi beberapa kasus pelanggaran merek dalam *metaverse* salah satunya adalah antara Yuga Labs dengan Ryder Ripps.

Indonesia sampai saat ini belum memiliki pengaturan mengenai “Dilusi Merek” secara eksplisit dalam peraturan perundang-undangan, terlebih dalam memberikan perlindungan hukum bagi merek digital. Pemilik merek tetap mendapat perlindungan atas kerugian dari penggunaan merek tanpa hak oleh pihak ketiga terkait dilusi dengan perlindungan yang diberikan oleh Pasal 38 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 38 ayat (1) UU ITE menjelaskan bahwa setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian pendekatan yuridis normatif, yang mana menganalisis berdasarkan bahan sekunder sebagai sumber utama. Melalui pendekatan yuridis normatif, penulis akan menganalisis penerapan doktrin dilusi merek pada merek digital dan urgensi pengaturan doktrin dilusi merek di Indonesia. Sumber hukum yang digunakan berupa peraturan perundang-undangan, perjanjian internasional, teori dan kaidah hukum, serta pendapat ahli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelindungan Merek Terhadap Dilusi Merek Dalam Ruang Virtual *Metaverse*

Kehadiran merek di dunia digital memberikan celah untuk pihak ketiga menggunakan merek tanpa izin dengan cara pembajakan, peniruan, pencemaran, dan lain sebagainya. Setiap merek harus didaftarkan sebagaimana diatur dalam pasal 3 ayat (1) UU MIG agar dapat memperoleh hak atas merek tersebut. Salah satu hak atas merek yang dapat memungkinkan untuk dilanggar adalah dilusi merek. UU MIG tidak mengatur dilusi di mana merupakan penggunaan yang tidak sah dari pihak tidak berwenang yang cenderung akan melemahkan kualitas atau ciri khas suatu merek yang berakhir akan membingungkan konsumen dalam menentukan asal barang tersebut. Dilusi merek pada umumnya terjadi pada merek terkenal, UU MIG saat ini hanya mengatur pada bagian merek terkenal namun tidak menyebutkan dilusi di dalamnya. Sebagaimana dalam pasal 83 ayat (2) yaitu:

“Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula diajukan oleh pemilik Merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan”

Merek terkenal pada hakekatnya mempunyai hak eksklusif untuk melarang pihak lain menggunakan mereknya bahkan hingga dalam dilusi merek sekalipun jenis barang dan/atau jasa tidak sejenis dan tidak membuat kebingungan (Utama dkk., 2021). Berbeda dengan Amerika Serikat yang sudah memberikan perlindungan terhadap dilusi merek sebagaimana dalam section 43 (c) di mana pengakuan atas doktrin dilusi merek untuk melindungi niat baik yang diwujudkan dalam ciri khusus dari merek terkenal (Alexander & Heilbronner, 1996). Merek kemudian berkembang hadir dalam dunia digital seperti *metaverse*. Hal ini digunakan juga untuk perusahaan sebagai bentuk promosi merek yang sudah ada di dunia nyata. Pelindungan merek digital tidak tercantum

dalam UU MIG sehingga dasar hukum yang dapat digunakan adalah UU ITE Pasal 38 ayat (1) UU ITE menyebutkan:

“Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian”,

Akan tetapi, dalam pasal 38 UU ITE ini hanya sebagai jembatan untuk langkah selanjutnya jika terjadi pelanggaran merek. Untuk pengaturan tetap merujuk kepada UU MIG sebagaimana dicantumkan dalam pasal 25 UU ITE yang menjelaskan bahwa Informasi Elektronik dan/atau dokumen elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Selain itu dikaitkan dengan asas *droit de suit* di mana merupakan hak kebendaan milik seseorang yang mengikuti dimanapun dan kemanapun benda itu berada (Amirullah, 2016). Bahwa berdasarkan asas tersebut, merek digital dapat diperlakukan sama seperti dengan merek pada dunia nyata.

Perlu diketahui bahwa *metaverse* bukan hanya terdiri dari satu ruang virtual. *Metaverse* terdensentralisasi di berbagai platform yang platform tersebut mempunyai syarat dan ketentuannya sendiri dengan para penggunanya. Syarat dan ketentuan pada setiap platform pada umumnya akan mengatur tata berinteraksi dengan para pengguna. Setiap platform mempunyai undang-undangnya masing-masing yang juga akan memuat bagaimana untuk penyelesaian ketika terjadi perselisihan antar pengguna atau pelanggaran yang dapat merugikan pengguna lain. Antara lain hal-hal yang diatur adalah sebagai berikut:

- (1) Kegiatan-kegiatan yang dilarang;
- (2) Batasan tanggung jawab platform;
- (3) Hukum yang mengatur (hak & kewajiban pengguna);
- (4) Metode penyelesaian sengketa (pilihan pengadilan, kesepakatan pemilihan forum atau perjanjian arbitrase).

Platform yang dapat dijadikan sebagai perbandingan adalah *Sandbox* dan *Decentraland*. Keduanya merupakan platform yang menyediakan wadah untuk melakukan transaksi NFT baik sebagai penjual maupun pembeli. Mengingat tidak semua negara memiliki ketentuan terhadap penggunaan *metaverse*, perlindungan terhadap merek

akan mengacu kepada ketentuan-ketentuan dalam platform masing-masing yang digunakan oleh pengguna. *Decentraland*, *OpenSea*, dan *Sandbox* yang menentukan hukum dan forum tersendiri untuk memberikan perlindungan kepada penggunanya. Perbedaan syarat dan ketentuan dalam setiap platform di *metaverse* ini yang sebenarnya memunculkan pertanyaan kembali. Apakah ketentuan dalam platform ini harus berbeda-beda? Apakah tidak ada harmonisasi peraturan yang diaplikasikan untuk seluruh platform di *metaverse*. Hal ini dikarenakan ketika ada klausul-klausul yang berbeda antar platform akan sulit jika adanya pelanggaran. Pertanyaan-pertanyaan akan terus muncul, namun untuk saat ini perlindungan merek masih dapat dibantu dengan syarat dan ketentuan masing-masing platform.

United States Patent and Trademark Office (USPTO) memberikan solusi untuk mendaftarkan merek digitalnya agar status merek dagang dapat digunakan secara resmi di *metaverse*. Transaksi dalam *metaverse* juga dapat dikatakan sebagai transaksi bisnis, bahwa di dalamnya ada prinsip kebebasan berkontrak yang di mana kedua belah pihak bebas untuk menentukan forum dan hukum yang digunakan ketika terjadi perselisihan. Sebelumnya dalam putusan distrik Selatan New York telah menyatakan bahwa barang tidak berwujud tidak bisa dikatakan tidak mendapat perlindungan dari Lanham Act. Argumen lain terhadapnya adalah bahwa kepentingan publik untuk menghindari kebingungan konsumen melebihi kepentingan public dalam kebebasan berekspresi (Rogers, 1989). Berdasarkan hal itu dapat disimpulkan bahwa NFT meskipun virtual dan tidak berwujud merupakan barang yang dilindungi oleh Lanham Act. *Decentraland* sendiri mengungkapkan bahwa mereka tidak memiliki hak kepemilikan kepada setiap konten yang dibagikan dalam forumnya, sebab kepemilikan hanya milik pemilik konten. Tetapi pemilik merek dapat memberikan lisensi ke perusahaan seperti *creative commons* untuk dapat membagikan kembali konten pemilik.

Apa yang terjadi dalam *OpenSea* tidak tunduk kepada yurisdiksi negara di mana tempat kita tinggal ataupun yurisdiksi manapun. Bahwa setiap individu yang telah menyetujui untuk melakukan kegiatan pada *OpenSea* tidak akan dikendalikan oleh siapapun. Terdapat pengecualian, bahwa *OpenSea* dalam keadaan tertentu dapat memberikan informasi dan dokumen tambahan (seperti dikarenakan permintaan otoritas pemerintah tertentu) dalam hal penyelidikan terhadap potensi pelanggaran. *OpenSea* juga telah mengatur bahwa setiap merek dagang adalah murni hak dari pemilik merek dagang

terdaftar. Setiap merek tersebut tidak boleh disalin, ditiru, atau digunakan seluruh atau sebagian tanpa izin dari pemegang hak kekayaan intelektual tersebut. *OpenSea* juga memberikan pelindungan kepada setiap pemilik merek ketika terjadi pelanggaran kekayaan intelektual terhadap karyanya. *OpenSea* akan menghapus karya tersebut dan akan menghentikan akses pengguna ke layanan *OpenSea*. Penghapusan karya juga bisa dilakukan atas pemberitahuan penghapusan *Digital Millennium Copyright Act (DMCA)*. Berbeda dengan *OpenSea*, menyatakan konten yang ada pada *Sandbox* dilindungi oleh undang-undang Amerika Serikat, Internasional, dan undang-undang merek dagang lainnya.

Tindakan Hukum Yang Dapat Dilakukan Terhadap Tindakan Dilusi Merek Dalam Ruang Virtual *Metaverse*

Tindakan-tindakan yang merugikan karap kali tidak bisa dihindari dikarenakan adanya campur tangan pihak ketiga. Dalam UU MIG tidak mengatur mengenai penyelesaian sengketa terhadap merek dalam *metaverse*, begitupun dengan penyelesaian terhadap Tindakan dilusi. Namun, dalam UU MIG mengatur mengenai merek terkenal yang pada umumnya menjadi subjek utama dalam tindakan dilusi merek. Dalam pasal Pasal 83 ayat (2) menyatakan bahwa:

“Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula diajukan oleh pemilik merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan”.

Dalam UU MIG mencantumkan ketentuan pidana terhadap pelanggaran hak atas merek. Sebagai tuntutan ganti rugi, dalam Pasal 100, Namun pasal tersebut tidak dapat diaplikasi kepada merek digital secara eksplisit. Pengaturan yang dapat menjadi jembatan untuk menyelesaikan perselisihan ketika terjadi pelanggaran merek dapat mengacu kepada Pasal 38 ayat (1) UU ITE bahwa setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian. UU ITE dapat menjadi jembatan dikarenakan UU ITE menganur prinsip ekstrateritorial, sebagaimana disebutkan dalam pasal 2 UU ITE. Berdasarkan prinsip tersebut meskipun terjadi di luar wilayah Indonesia, selama perbuatannya menimbulkan akibat hukum untuk Indonesia peraturan perundang-undangan ini berlaku. Meskipun demikian, secara eksplisit Indonesia belum mengatur mengenai dilusi merek terkhusus dalam ruang virtual *metaverse*. Pengaturan dilusi merek di beberapa negara sudah mengaturnya, salah satunya di Amerika Serikat dengan

Trademark of Act 1946. Pada sec. 14 pasal 15 U.S.C. 1051 sebuah merek dapat dibatalkan jika merek tersebut telah melakukan pengaburan atau pencemaran dengan merek lain. Pada pasal 15 U.S.C 1062 setiap orang yang berpendapat bahwa dirinya dirugikan oleh adanya pendaftaran merek dengan mengakibatkan dilusi dengan pengaburan atau pencemaran dapat mengajukan keberatan beserta alasannya kepada Kantor Paten dan Merek Dagang. Meskipun Lanham Act apakah merek dagang dapat dilindungi di bawah undang-undang tersebut, tetapi pada praktiknya perlindungan terhadap merek digital dapat didasarkan oleh Lanham Act. Jelas dalam Lanham Act sendiri menyebutkan secara eksplisit kata dilusi, beserta dengan bagaimana dilusi terjadi.

OpenSea selaku platform di *metaverse* memberikan alternatif kepada pemilik konten, ketika konten tersebut telah dilanggar hak ciptanya atau mereknya atau kekayaan intelektual lainnya dapat mengisi formulir yang telah disediakan oleh *OpenSea* atau dapat mengirimkan pemberitahuan secara tertulis kepada agen hak cipta yang dirujuk oleh *OpenSea* yaitu “*Ozone Networks, Inc.*” yang bertempat di New York. Untuk mempermudah proses pelaporan pelanggaran konten dengan beberapa dokumen yang harus dipenuhi. *OpenSea* dengan pemilihan arbitrase juga dilakukan apabila adanya pelanggaran hak antara platform dan pengguna. Perlu digaris bawahi bahwa ketika pemilihan penyelesaian dengan arbitrase maka akan menafsirkan dan ditegakkan sesuai dengan undang-undang negara bagian New York. Persidangan akan dilakukan di pengadilan negara bagian atau federal New York. Layanan yang dioperasikan oleh *OpenSea* sendiri berada di Amerika Serikat sehingga para pengguna di luar Amerika Serikat yang melakukannya atas inisiatif mereka sendiri akan mematuhi undang-undang setempat yang berlaku.

Platform lain seperti *Decentraland* juga memiliki ketentuan sendiri untuk menyelesaikan permasalahan antar pengguna ketika terjadi pelanggaran hak yang dilakukan pihak lain. Dalam ketentuannya Federal Panama akan mengatur setiap perselisihan yang terkait ketentuan platform atau penggunaan forum. Bahwa putusan dengan persyaratan di dalam platform hanya di pengadilan negara bagian atau federal di Panama. Selain gugatan yang diajukan berdasarkan *Computer Fraud and Abuse Act*, *Decentraland* dapat menggunakan pilihan arbitrase pada Asosiasi Arbitrase Amerika. Bahwa arbitrase akan mengikuti peraturan Arbitrasi Komersial AAA dan prosedur tambahan untuk sengketa terkait konsumen. Kesulitan dalam menentukan yurisdiksi akan

menjadi tantang tersendiri dalam menyelesaikan perselisihan terkait pelanggaran hak merek dalam ruang virtual *metaverse*. Sejumlah peraturan dalam platform di *metaverse* memungkinkan untuk melakukan penghapusan konten yang dianggap telah melakukan pelanggaran hak. Prosedur penghapusan di *metaverse* juga dapat merujuk kepada *EU E-Commerce Directive*. Bahwa di dalamnya telah menyarankan penyedia hosting jika mengetahui bahwa terjadi aktivitas ilegal (pencemaran merek, pelanggaran hak cipta) mereka akan bertindak cepat untuk menghapus atau menonaktifkan akses ke informasi atau konten tersebut.

KESIMPULAN

Merek dapat dilindungi dalam ruang virtual *metaverse* yang merupakan desentralisasi dari berbagai platform seperti *Sandbox*, *Decentraland*, *OpenSea*, dan lain-lain termasuk perlindungan terhadap dilusi merek dengan mengacu kepada syarat dan ketentuan pengguna akun yang tercantum dalam platform. Pengaturan mengenai merek digital terkhusus terhadap dilusi merek belum diatur dalam UU MIG. Pelindungan dilusi merek terhadap merek digital saat ini juga dapat merujuk kepada Pasal 25 UU ITE dan Lanham Act (mengingat putusan pada kasus *Ryder Ripps v Yuga Labs* dan *Hermes v. Rothschild*). Tindakan hukum yang dapat dilakukan oleh pemilik merek saat beranggapan mereknya telah dilanggar haknya adalah dengan mengajukan gugatan sebagaimana telah ditentukan oleh *platform* dan juga dapat mengajukan penghapusan konten. UU MIG tidak mengatur secara eksplisit atas hal ini, hanya saja Pasal 83 ayat (2) UU MIG dan Pasal 38 ayat (1) UU ITE dan dapat dijadikan sebagai dasar mengajukan gugatan perdata. Langkah efektif dan cepat untuk saat ini adalah dengan mengajukan penghapusan konten dan menghentikan setiap kegiatan yang berkaitan.

Dalam jangka Panjang UU MIG sepatutnya memuat pengaturan tersendiri dengan menambahkan pasal dan ayat mengenai merek digital yang komprehensif diikuti dengan doktrin-doktrin merek seperti doktrin dilusi merek, mengingat semakin meningkatnya kegiatan yang terjadi dalam ruang virtual seperti *metaverse*. Hal ini dilakukan sebagai langkah preventif dan represif ketika terjadi adanya pelanggaran hak atas merek. Dalam jangka pendek dapat mengimplementasikan peraturan ke peraturan di bawahnya seperti peraturan yang dikeluarkan oleh kementerian. Demi melindungi hak atas mereknya, pemilik merek dapat melakukan somasi kepada pelanggar tersebut. Selanjutnya,

Indonesia sewajarnya mengharmonisasi regulasi yang sudah ada guna mempermudah pengguna *metaverse* dan juga pemilik merek untuk menyelesaikan perselisihan. Sehingga, dapat memberikan perlindungan yang tepat kepada pemilik merek maupun masyarakat sebagai konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Amruta Shivshankar Bonder dan Priyanka Nimje, “All About Trademarks in Metaverse: IP in the Virtual World”, https://sagaciousresearch.com/blog/all-about-trademarks-in-metaverse-ip-in-the-virtual-world/#Protecting_a_Trademark_in_the_Metaverse, diakses pada 22 Mei 2023.
- Alhidami Wildan, Muhammad Saeful Milah, Muhammad Taufik, dan Tisnis Santika. 2022. “Problematika Hukum Aset Digital Era Disrupsi 5.0 di Indonesia Melalui Pendekatan Legislasi”, *Jurnal MAHUNPAS*, Vol. 1, No. 2, hlm. 69.
- Decentraland, <https://forum.decentraland.org/tos>, diakses pada tanggal 20 Mei 2023.
- Inge Dwisvimiari. 2016. “Pengaturan Doktrin Dilusi Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia”, *Jurnal Mimbar Hukum*, Vol. 28, No. 2, hlm. 233.
- INTA. 2023. “Trademarks in The Metaverse”, *International Trademark Association*.
- Miles J. Alexander dan Michael K. Heilbronner. 1996. “Dilution Under Section 43 (c) of The Lanham Act”, *Law and Contemporary Problem*, Vol. 59, No. 22.
- Muhammad Amirulloh. 2016. “Prinsip-Prinsip Hukum Terkait Perlindungan Nama Orang Terkenal Sebagai Nama Domain di Indonesia”, *Sosiohumaniora*, Vol. 18 No. 2, hlm. 155.
- OpenSea, <https://opensea.io/tos>, diakses pada tanggal 28 Mei 2023.
- Rika Ratna Permana dan Muthia Khairunnisa. 2022. “Perlindungan Hukum Merek Tidak Terdaftar di Indonesia”, *Jurnal Opinio Juris*, Vol. 19, hlm. 68.
- Yuliana Utama, Rika Ratna Pertama, dan Ranti Fauza Mayana. 2021. “Perlindungan Merek Berbasis Tingkat Daya Pembeda Ditinjau Dari Doktrin Dilusi Merek di Indonesia”, *ACT DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, Vol. 5, No. 1