



Sengketa Identitas di Media Sosial: Tinjauan Hukum Terhadap Perebutan Nama Dagang

Arini Dina Ramadhani*, Adelia Muzia Dini, Sri Handayani

Universitas Sriwijaya

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum hak kekayaan intelektual (HKI), yang berfokus terhadap pemilik merek dagang yang nama dagangnya digunakan secara sepihak atau disalahgunakan oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab. Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh meningkatnya fenomena cybersquatting dan penyalahgunaan merek dagang di platform digital meningkat dikarenakan semakin berkembangnya ekonomi digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode yuridis normative yang berarti penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem first-to-file dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 yang membahas tentang merek dan indikasi geografis, hal tersebut memberikan hak perlindungan hukum kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek dagangnya. Oleh karena itu, sistem telah memberikan hak kepada pemilik merek dagang yang terdaftar untuk melarang penggunaan nama merek atau identitas lainnya oleh pihak lain. Namun, hal ini masih banyak menghadapi tantangan, terutama dalam konteks digital karena masih harus disinkronisasikan antara hukum merek dengan kebijakan platform digital guna menutup celah manipulasi pasar. Selain itu, masih diperlukannya harmonisasi antara regulasi HKI, perlindungan konsumen, dan nilai Pancasila, khususnya sila kedua dan kelima, sangat krusial untuk menjamin kejujuran dan keadilan bagi seluruh lapisan masyarakat dalam transaksi elektronik. Oleh karena itu, sangat diperlukannya kesadaran pelaku usaha dalam mendaftarkan merek dagangnya agar dapat mengamankan identitas digital dagang dan memperoleh perlindungan atas identitas usaha tersebut. Dengan demikian, sangat diperlukan hubungan antara pemerintah, platform digital, dan pemilik dagang dalam menciptakan perlindungan merek dagang yang lebih efektif di era digital.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, HKI, Merek Dagang, Media Sosial, Pancasila.

DOI:

<https://doi.org/10.47134/ijlj.v3i3.5658>

*Correspondence: Arini Dina

Email: arinidinaramadhani@gmail.com

Received: 30-01-2026

Accepted: 28-02-2026

Published: 30-03-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to analyze the legal protection of intellectual property rights (IPR), particularly for trademark owners whose trade names are used unilaterally or misused by irresponsible parties. This research is motivated by the increasing phenomenon of cybersquatting and trademark misuse on digital platforms, driven by the rapid growth of the digital economy. The method used in this study is normative juridical, employing statutory and conceptual approaches. The results of this study indicate that the first-to-file system under Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications provides legal protection to the party who first registers their trademark. This system grants exclusive rights to registered trademark owners to prohibit the use of their trademark names or other identities by other parties. However, this system still faces various challenges, particularly in the digital context, as it requires synchronization between trademark law and digital platform policies to close gaps that enable market manipulation. Furthermore, harmonization between IPR regulations, consumer protection, and the values of Pancasila, particularly the second and fifth principles, is crucial to ensure fairness and justice for all members of society in electronic transactions. Therefore, it is essential to increase awareness among business actors to register their trademarks in order to secure their digital business identity and obtain legal protection. Thus, cooperation between the government, digital platforms, and trademark owners is necessary to create more effective trademark protection in the digital era.

Keywords: Legal Protection, Intellectual Property Rights, Trademark, Social Media, Pancasila.

Pendahuluan

Seiring dengan perubahan dan perkembangan zaman kita menghadapi berbagai macam perubahan dan perkembangan salah satunya perubahan dan perkembangan dalam teknologi. Perubahan ini tentunya membawa dampak pada ekonomi yang dizaman sekarang adanya fenomena "ekonomi digital". Fenomena ekonomi digital ini akhirnya mengubah cara kita berinteraksi, Dimana pasar fisik kini berpindah ke dalam genggaman melalui media sosial, yang menjadi ruang utama bagi para pedagang untuk hadir lebih dekat dengan para konsumen. Namun, kemudahan ini juga menimbulkan fenomena lainnya yaitu "cybersquatting" Cybersquatting merupakan Tindakan pembajakan merek melalui nama domain tersebut, pihak yang membajak atau membuat nama domain dengan meniru nama merek terkenal lalu menjualnya kembali kepada pihak lain (Amalia, 2020), atau dalam konteks hukum merek adalah Penyerobotan nama dominan dan identitas digital. penyerobotan ini sering kali melibatkan penggunaan merek dagang tanpa izin atau pemanfaatan logo secara tidak sah yang kemudian dapat merugikan berbagai pihak terutama pemilik dari bisnis tersebut. Dari sini, terciptanya urgensi terhadap kebutuhan hukum yang dapat menjamin hak berbagai pihak. Oleh karena itu, pendaftaran merek menjadi nyawa pertama bagi sebuah bisnis. Karena seyogyanya hukum bertugas menciptakan kepastian hukum karena bertujuan untuk menciptakan ketertiban dalam masyarakat. (Kamila, 2022) Di Indonesia sendiri perihal merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang selanjutnya disingkat UU MIG (Selni Ardian, 2025).

Di era globalisasi seperti sekarang sangat lah rentan terhadap kasus cybersquatting terutama penggunaan identitas dagang tanpa izin. Apalagi Masyarakat di era sekarang sangat bergantung terhadap media sosial, baik dari kalangan muda sampai lansia pun sudah dapat menggunakan media sosial dan hal tersebut sangat memudahkan Masyarakat dalam berinteraksi terutama melakukan transaksi jual beli. Pentingnya keberadaan merek dalam sebuah kegiatan industri pemasaran produk barang atau jasa melatarbelakangi perlu adanya suatu perlindungan yang nantinya diperhatikan dalam kepemilikan kekayaan dalam suatu perusahaan dalam mencipta produk yang dipasarkan pada kebutuhan masyarakat (Mahadewi, 2025). Namun ada nya nama, logo dan kepunyaan lainnya yang berkaitan dengan bisnis dapat menimbulkan permasalahan dikemudian hari oleh karena itu perlu nya kesadaran untuk mendaftarkan nama, logo dan kepunyaan lainnya ke dirjen HAKI. Hal ini disebabkan karena banyaknya persaingan dan juga maraknya pembajakan nama usahanya yang mungkin dapat membuat sesuatu yang merugikan serta tidak dapat melakukan pengajuan gugatan pada pengadilan yang mengakibatkan merek nya tidak terdaftar (Pangestu, 2022). Bagi setiap pemilik usaha nama dan logo dianggap sangat penting sebagai identitas dalam pengelolaan suatu usaha. karena fungsi dari sebuah merek selain sebagai identitas juga sebagai pembeda, penjamin kualitas dari suatu produk yang ditawarkan, yaitu dapat berupa produk barang atau jasa sejenis. Melalui merek, pemilik usaha dapat menawarkan jaminan dari kualitas barang atau jasa yang ditawarkan, barang atau jasa yang terjamin kualitasnya, mempengaruhi citra dan reputasi baik. Merek merupakan jantungnya keberlangsungan sebuah bisnis, karena melalui mereklah suatu

produk bisa dikenal oleh masyarakat luas. Bahkan ketika masyarakat luas sudah fanatik terhadap suatu merek, masyarakat tidak mau memandang merek lainnya (Widiantoro, 2022).

Peran pemerintah sangat penting dalam mencegah dan menekan persaingan usaha curang yang dilakukan oleh pengusaha yang beritikad tidak baik, salah satunya adalah perlindungan hak merek. Perlindungan merek di Indonesia pada awalnya diatur oleh Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Dagang, kemudian diperbarui dan diganti dengan Undang-Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992. Kemudian ketentuan mereknya berubah total lagi yaitu dengan disahkannya Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001. Namun, kini peraturan merek di Indonesia berubah lagi dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis atau selanjutnya disebut dengan UU MIG (Khotimah, 2022).

Perlindungan dan peran pemerintah sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam hal ini karena seiring dengan berkembangnya teknologi pada bidang bisnis yang salah satunya ditunjukkan dalam besarnya keinginan konsumen untuk menggunakan produk yang terkenal. Situasi inilah yang kemudian banyak dimanfaatkan oleh oknum-oknum tidak bertanggung jawab untuk mendapatkan keuntungan dengan mengelabui para konsumen menggunakan nama atau identitas produk yang memiliki reputasi yang baik dimata publik dengan kualitas yang berbeda jauh dari yang asli. Hal ini disebut dengan *passing off*, Tindakan *passing off* adalah praktik di mana suatu pihak mengklaim atau menyajikan produknya seolah-olah itu adalah produk dari merek terkenal, sehingga menciptakan kebingungan di kalangan konsumen (Heniasy et al., 2025).

Meskipun tidak disebutkan secara khusus pada perundang undangan di Indonesia tetapi pada pasal 21 ayat (1) UU No. 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis mengatur alasan tentang penolakan permohonan atas merek. Jika merek yang akan didaftarkan memiliki kesamaan pada suatu merek yang telah terdaftar terlebih dahulu (*first-to-file*). Undang-undang ini menggunakan asas konstitutif dengan prinsip *first to file*, artinya perlindungan hukum hanya diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) (Sihotang, 2025).

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normative, yaitu menggunakan metode penelitian hukum yang berfokus pada kajian terhadap norma-norma hukum yang berlaku, baik peraturan yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan maupun dalam literatur hukum. Data yang dipakai yaitu data skunder yang diperoleh dari studi kepustakaan (*Library research*). Dan Data Tersebut dianalisis melalui metode kualitatif, yang dilakukan dengan cara mengolah data mengidentifikasi dan mengklasifikasikan dari berbagai sumber pustaka yang berkaitan dengan penelitian, dan dilakukannya juga pendekatan perundang-undangan dan membandingkan dari berbagai referensi untuk mendapatkan hasil dari permasalahan yang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UU MIG 2016 menyatakan bahwa: 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.

Dalam sistem merek di Indonesia, sistem pemberian perlindungan merek diberikan kepada pihak yang pertama kali melakukan pendaftaran dan memenuhi syarat administratif dan substantif yang ditentukan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sistem ini dikenal sebagai first to file system atau sistem konstitutif melalui pendaftaran (Manurung, 2025)

Sistem first to file adalah sebuah sistem yang berprinsip dalam pendaftaran hak kekayaan intelektual terutama pada identitas sebuah bisnis yang Dimana hak ini diberikan kepada pihak mana yang terlebih dahulu mendaftarkan atau mengajukan permohonan atas identitas usaha nya. Di Indonesia sistem ini memiliki keterkaitan dengan sila kedua dan kelima Pancasila, yang memposisikan kata" pendaftaran" sebagai adab berbisnis dan keadilan perlindungan hak.

Kebijakan Pada sistem first-to-file mendorong para pemilik usaha untuk proaktif mendaftarkan identitas nya pada platfrom digital agar mendapatkan perlindungan hukum untuk mencegah terjadinya permasalahan dimasa mendatang. Sebab patfrom digital sering menjadi tempat sengketa merek kerana kemudahan dalam meniru nama atau identitas bisnis lainnya. Pendaftaran merek dibawah sistem first-to-file memberikan dasar hukum kuat bagi pemilik untuk melakukan take down ataupun gugatan terhadap pihak yang melanggar hak mereka.

Adapun hak hak yang dimaksud dalam sistem first-to-file pada UU No.20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis (UU MIG);

1. Hak eksklusif pemilik terdaftar: berdasarkan pasal 3 UU MIG, hak atas merek diperoleh atau didapat setelah merek terdaftar, sehingga pendaftar pertama memiliki hak tunggal dalam menggunakan merek tersebut.
2. Hak untuk melarang (Right to Prohibit): pemilik merek terdaftar berhak melarang pihak lain menggunakan merek yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya untuk barang/jasa sejenis.
3. Hak mengalihkan merek: pemilik memiliki hak untuk mengalihkan merek kepada pihak lain melalui pengalihan hak, pewarisan, atau perjanjian.
4. Hak menggunakan dan mengizinkan: pemilik berhak menggunakan merek sendiri atau memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut.

Sebagai contoh kasus, sengketa merek GoTo yang melibatkan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk dan PT Terbit Financial Technology (TFT) terkait penggunaan nama "GoTo". Pada kasus ini pihak TFT menggugat pihak PT GoTo Gojek Tokopedia atas dugaan

pelanggaran merek (2021-2022) dengan tuntutan sebesar Rp2,08 triliun karena merasa telah mendaftarkan permohonan atas merek terlebih dahulu. Sedangkan Gojek Tokopedia merasa mendaftarkan merek mereka dikelas yang berbeda (seperti kelas 9, 36, dan 39 untuk jasa keuangan dan transportasi) dan hal ini lah yang menjadi perdebatan hukum “apakah layanan yang didaftarkan dianggap sejenis atau tidak”.

Kasus ini dapat menjadi contoh dari menguji sejauh mana sistem first-to-file dan UU No. 20 tahun 2016 melindungi pendaftar pertama dan pemilik identitas bisnis. Namun pada kasus ini juga kita dapat melihat antara kepastian hukum dan itikad baik yang meskipun pada undang undang dan sistem ini menjelaskan tentang “siapa cepat, dia dapat” UU ini juga tetap memberikan peraturan yang membatasi sistem ini yaitu pada pasal 21 ayat (3) UU No. 20 Tahun 2016 *“pemohon pendaftaran merek ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik”*. Dalam hal ini, itikad tidak baik dapat diartikan sebagai pendaftar yang patut diduga memiliki niat untuk meniru, membonceng, pemerasan atau menyestakan kerana adanya persamaan dengan merek orang lain yang sudah ada sebelumnya.

Penyelesaian pelanggaran hak merek dagang terdaftar merupakan aspek penting dalam menjaga integritas undang-undang kekayaan intelektual dan melindungi kepentingan pemilik merek dagang (Mudofi, 2024), Karena ketika suatu merek terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, pemilik memperoleh perlindungan hukum terhadap pelanggaran dan penyalahgunaan merek. Pemilik merek terdaftar mempunyai hak eksklusif dalam menggunakan merek tersebut sehubungan dengan barang atau jasa tertentu, dan mereka dapat mengambil tindakan hukum terhadap penggunaan atau pelanggaran apa pun yang tidak sah.

Cybersquatting pada media sosial bukan hanya soal nama ataupun logo, tetapi juga bisa mencakup penggunaan nama akun (username), nama page, atau profil media sosial yang menyerupai dengan merek dagang yang telah terdaftar atas milik orang lain dengan tujuan kecurangan. Hal ini dapat dikaitkan dengan pelanggaran UU No.19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) terkait manipulasi informasi elektronik.

Cara pengamanan atau mencegah terjadinya kecurangan, penyalagunaan terhadap merek selain dengan mendaftarkan ke direktorat jendral kekayaan intelektual (DJKI) adalah dengan mengamankan username atau Booking nama pengguna di platfrom media sosial sesegara setelah merek ditentukan, bahkan sebelum resmi beroperasi. Atau juga bisa dengan melakukan monitor secara berkala di media sosial untuk memastikan tidak ada nya tindakan penyalahgunaan terhadap identitas bisnis yang dilakukan oleh oknum oknum yang tidak bertanggung jawab.

Hak atas merek ialah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar, jika tidak terdaftar maka tidak memperoleh perlindungan hukum. Hak atas merek diberikan untuk jangka waktu 10 tahun dan dapat diperpanjang tiap 10 tahun. Sistem perlindungan merek di Indonesia menganut sistem konstitutif yakni hak atas merek yang timbul karena pendaftaran, dan hak atas merek diberikan kepada pendaftar pertama. Selain itu, perlindungan hukum diberikan terhadap merek yang terdaftar pada

kelas masing-masing disesuaikan dengan barang dan/atau jasa. Setiap kepemilikan dan penggunaan dari suatu nama domain harus didasari dengan itikad baik dan tidak melanggar dari prinsip persaingan usaha yang tidak sehat dan tidak melanggar hak milik orang lain (Reva Amalia, 2020).

Simpulan

Berdasarkan penelitian, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual, khususnya pada merek dagang di era digital, menjadi hal yang semakin penting seiring berkembangnya zaman dan penggunaan media sosial sebagai sarana bisnis. Fenomena cybersquatting dan penyalahgunaan identitas digital menunjukkan adanya celah dalam praktik perlindungan merek yang dapat merugikan pemilik hak sah serta menyesatkan konsumen. Penerapan sistem *first-to-file* dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan kepastian dan perlindungan hukum dengan menempatkan pendaftar pertama sebagai pemilik hak eksklusif atas merek. Sistem ini terbukti efektif dalam memberikan dasar hukum bagi pemilik merek untuk melindungi dan menindak pelanggaran, termasuk melalui mekanisme gugatan maupun penghapusan konten di platform digital. Namun demikian, efektif atau tidaknya sistem ini tetap bergantung pada adanya itikad baik dari para pihak, sebagaimana diatur dalam ketentuan penolakan pendaftaran merek. Namun, masih terdapat tantangan dalam implementasi, terutama karena belum optimalnya sinkronisasi antara regulasi hukum merek dengan kebijakan platform digital. Hal ini membuka peluang terjadinya manipulasi pasar dan penyalahgunaan identitas merek di ruang digital. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukannya kajian empiris mengenai penerapan sistem *first-to-file* di berbagai platform digital serta pengembangan model perlindungan hukum yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Daftar Pustaka

- Amalia, R. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Kejahatan Cybersquatting Di Indonesia. *LEX Renaissance*, 780-791.
- Arifin, Z. & Iqbal. M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*.
- Azhari AR. (2024). Penyelesaian Sengketa Terhadap Pemegang Hak Merek Dagang Yang Digunakan Pihak Lain Sebagai Nama Domain. *JURNAL HUKUM KAIDAH*, 1-23.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2022, April 4). *Sengketa GoTo: DJKI klarifikasi alasan Gojek & Tokopedia dapatkan sebagian mereknya*. <https://www.dgip.go.id/index.php/artikel/detail-artikel-berita/sengketa-goto-djki-klarifikasi-alasan-gojek-tokopedia-dapatkan-sebagian-mereknya?kategori=liputan-humas>
- Haq, Z. A. (2025). Kepastian Hukum Terhadap Kesamaan Antara Merek Terdaftar Dengan Nama Domain Yang Telah Digunakan Oleh Pihak Lain. *JURIDICA*.
- Kamila, P. (2022). Kepastian Hkum Atas Pemberlakuan Sistem Pendaftaran Merek First To File Terhadap Merek Terkenal Di Indonesian. *NOTARIUS*, 306.

- Kermite, D. M. (2020). Hak Merek untuk memperkuat Citra Bisnis. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 60-66.
- Khotimah, V. H. (2022). Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Pelanggaran Hak Merek Berupa Pemboncengan Reputasi (Passing Off) Merek Terkenal Ditinjau dari. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 398-420.
- Kusumah, J. P. (2022). *Perbedaan Sistem Perlindungan Merek First to File dan First to Use*. Retrieved from HUKUM ONLINE.COM: <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perbedaan-sistem-perlindungan-merek-ifirst-to-file-i-dan-ifirst-to-use-i-lt632997537ca5d/>
- Mahadewi, K. J. (2025). Penerapan Asas First To File Dalam Kasus Sengketa Merek Dagang: Persepektif Undang-Undang Merek Di Indonesia. *Open Jurnal Systems*.
- Manurung, L. A. (2025). Tinjauan Yuridis Terkait Penerapan Persamaan pada Pokoknya untuk Barang dan/atau Jasa Sejenis yang Belum Terdaftar ditinjau dari Undang. *Jurnal Kajian Hukum dan Ilmu Komunikasi* , 54-67 .
- Mudofi, L. N. (2024). Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terdaftar Berdasarkan Prinsip First To File. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*.
- Muliani, M. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Dagang Atas Pembatalan Merek Dagang (Studi Putusan No 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Sby dan No 2/Pdt.Sus.HKI/Merek/2022/PN.Niaga Mdn). *Law Unimal*.
- Pangestu, N. P. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dan Konsumen Terhadap Barang Tiruan Di E-Commerce. *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial (JHPIS)*, 71-84.
- Priawan, B. W. (n.d.). Perlindungan Merek Di Era Ekonomi Digital: Tinjauankomprehensif Hukum, Etika Profesi TIK, Dan Strategi Pengelolaan Aset Intelektual.
- Samsithawrati, P. A. (2024). Revolusi Repackaging Jumbo Makanan Ringan: Identitas Merek dan desain Industri di Pasar Online. *Jurnal analisis Hukum*.
- Sari, M. Y. (2014). *Passing Off Dalam Pendaftaran Merek*. Retrieved from Jurnal Yudisial.
- Selni Ardian, M. L. (2025). First to File Principle Dan Sengketa Hak Merek Dalam Kajian Perundang-undangan di Indonesia. *Staatsrecht*.
- Sihotang, R. (2025). Perlindungan Hukum Merek Terdaftar Dalam Sengketa Pelanggaran Merek Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 514-526.
- Sufyan, R. A. (2022). Perlindungan Hukum Atas Tindakan Hukum Cybersquatting Pada Nama Domain Merek Terkenal Di Indonesia.
- Syarief, E. R. S. (2021). Hubungan Antara Hukum Merek Dengan Cybersquatting dalam Putusan pengadilan negeri Jakarta Pusat Nomor: 299/PDT.G/2013/PN.JKT.PST. *PAGARUYUANG Law Jurnal*.
- Tanjung, D. R. (2023). Penerapan prinsip First to file dalam sengketa merek terkenal. *law, Development & Justice Review*, 111-128.
- Widiantoro, R. F. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Sarana Perlindungan Hukum. *Renaissance* , 416-426.

Winata, H. S. S. (n.d.). Kritik Yudiris Terhadap Sistem First to file pada perlindungan hukum merek indonesia.

Zahsy, V. A. (2025). Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik di Media Sosial: Antara Kebebasan Berekspresi dan Batasan Hukum ITE. *Jurnal Legalitas*.