

Perjanjian pemasangan iklan PT Japasia Advindo (Majalah Taiyo)

Ike Farida, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20203072&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan dunia usaha dalam suatu sistem ekonomi pasar tampak kian gencar seiring dengan tumbuhnya perekonomian. Dengan memanfaatkan iklan, kalangan' produsen saling memperebutkan perhatian calon konsumen. Iklan, boleh dikatakan telah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Guna memberikan informasi yang berguna tentang perkembangan dunia periklanan di Indonesia, khususnya dibidang pemasangan iklan pada suatu majalah merupakan salah satu dari tujuan diadakannya penelitian ini. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan penelitian kepustakaan serta penelitian lapangan dengan mengumpulkan data sekunder yang berupa bahan primer, sekunder serta tertier. Dalam periklanan umumnya menggunakan perjanjian baku, yaitu perjanjian standar yang sudah dibuat oleh salah satu pihak, yaitu pihak media, dalam hal ini PT. Japasia Advindo (J-ad). Hanya saja bahwa perjanjian ini bisa memberatkan atau bahkan merugikan salah satu pihak khususnya pihak pelanggan yang ingin memasang produknya, karena harus mematuhi perjanjian tersebut baik secara terpaksa atau tidak. Tetapi, kendatipun demikian masih terdapatnya beberapa pelanggan yang melakukan wanprestasi atau ingkar janji sehingga bisa menyebabkan pihak J-ad menderita kerugian. Oleh karenanya harus dibuat klasul-klasul yang lebih rinci mengenai kedudukan hak dan kewajiban para pihak serta akibat-akibatnya. Serta J-ad harus lebih tegas dalam memberikan sanksi kepada pelanggan yang ingkar janji tersebut.