

Kepemilikan hak cipta atas perjanjian pemesanan iklan ditinjau dari kitab Undang-undang Hukum Perdata dan Undang-undang nomor 19 tahun 2002 tentang hak cipta

Septiani Fitriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20322508&lokasi=lokal>

Abstrak

Realita yang terjadi saat ini, iklan merupakan sarana pemasaran pemegang peranan penting, bahkan utama dalam mempromosikan suatu produk yang ditawarkan oleh sebuah Perusahaan. Jarang sekali suatu Perusahaan, terutama yang menghasilkan produk berupa barang konsumsi, tidak menggunakan sarana periklanan untuk memasarkan keberadaan produknya kepada masyarakat. Dan untuk mendukung sarana pemasaran iklan tersebut. Perusahaan memesan iklan yang mereka inginkan kepada Biro Iklan melalui suatu Perjanjian Pemesanan Iklan. Perjanjian Pemesanan Iklan ini harus dibatasi oleh asas kebebasan berkontrak dan itikad baik baik dari Perusahaan maupun Biro Iklan. Oleh karena itu, pada Perjanjian Pemesanan Iklan harus seimbang antara hak dan kewajiban para pihak dengan melindungi kepentingan Perusahaan dan Biro Iklan. Namun, pada praktek yang terjadi sekarang ini adalah Perusahaan yang membayar pembuatan iklan yang mendaftarkan iklan tersebut dengan mereka sebagai Pemegang Hak Cipta atas iklan. Sementara itu, berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, belum tentu Perusahaan yang berhak atas Hak Cipta tersebut, ada kemungkinan justru Biro Iklanlah Pemegang Hak Cipta, sebagai pihak yang menciptakan (Pencipta). Hal ini tentunya tidak melindungi Biro Iklan sebagai Pencipta. Karena Biro Iklan yang mengerjakan keseluruhan proses pembuatan karya iklan. Pada Perjanjian Pemesanan Iklan yang akan dianalisa ini, kepentingan Biro Iklan sebagai Pencipta tidak di lindungi oleh Perjanjian Pemesanan Iklan. Perusahaan menginginkan agar seluruh Hak Cipta atas iklan di alihkan dari Biro Iklan kepada Perusahaan dan Perusahaan menginginkan agar hak moral dikesampingkan. Hal ini tentunya bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta. Oleh karena itu, Perjanjian Pemesanan Iklan harus melindungi hak-hak Perusahaan dan Biro Iklan dengan memperhatikan asas kebebasan berkontrak dengan tidak bertentangan undang-undang terkait, ketertiban umum, dan kepatutan.