

Perjanjian sewa menyewa naming rights (hak penamaan) pada manusia sebagai media periklanan = Humans naming rights leasing agreement for advertising media

Muhammad Fitrah Noor, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20476670&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi menciptakan ketatnya persaingan usaha diantara para pelaku usaha. Persaingan melahirkan kebutuhan untuk terus berinovasi demi menarik hati konsumen dan memenangkan pasar. Inovasi pun terus dihadirkan, salah satunya melalui dunia periklanan. Salah satu bentuk periklanan yang lazim dilakukan adalah dengan memperjanjian Naming Rights Hak Penamaan pada bangunan atau sebuah kegiatan sebagai media periklanan. Namun dorongan untuk selalu menghadirkan keunikan dan menarik perhatian melahirkan ide untuk memperjanjikan Naming Rights pada manusia. Ide ini menimbulkan polemik terutama dari sisi hukum mengenai keabsahan perjanjian tersebut.

Penelitian ini membahas mengenai pelaksanaan perjanjian Naming Rights Hak Penamaan pada manusia sebagai media periklanan. Adapun yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah terkait dengan keabsahan pelaksanaan perjanjian itu sendiri, dengan meneliti syarat sahnya perjanjian, serta kesesuaian perjanjian ini dengan peraturan yang berlaku di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif bersifat deskriptif analitis, menggunakan pendekatan kualitatif yang didukung dengan wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah Perjanjian Sewa Menyewa Naming Rights Hak Penamaan Pada Manusia Sebagai Media Periklanan dapat dilakukan di Indonesia, sehingga penelitian ini dapat menjadi dasar hukum yang kuat mengenai keabsahan pelaksanaan perjanjian ini, demi memberi kepastian hukum bagi masyarakat, dan memberikan gambaran serta masukan terhadap pelaksanaan perjanjian sewa menyewa hak penamaan pada manusia ini, khususnya kepada para pelaku usaha dan masyarakat yang berkecimpung di dunia periklanan.

.....The development of technology creates a solid competition among business actors. This competition naturally creates the need to be the most innovative player in order to attract customers then winning the market. Innovation continues to be presented, one of them through the world of advertising. One of the most popular advertising form nowadays is naming a building or an event with a brand or logo. Then comes the Naming Rights leasing in humans in United States. This idea led to a polemic, especially from the legal side of the validity of the agreement. Therefore, this study discusses the implementation of Naming Rights agreement in humans as an advertising medium.

This research study about the validity of the implementation of the agreement itself, by examining the terms of the validity of an agreement, and the conformity of this agreement with the regulations in Indonesia. The research method is the normative juridical with literature study.

The result of this study is a strong legal basis on the validity of the implementation of this agreement in order to provide a legal certainty for the community and provide an overview and input on the implementation of this agreement, especially to business actors and people engaged in the advertising world.