

**PENERAPAN KONSEP *AUTOMATIC RENEWAL* SEBAGAI BENTUK
PEMBARUAN DALAM PERJANJIAN KERJA SAMA
*CELEBRITY ENDORSEMENT***

Oleh:
Tiara Rizky Andespa^{*}, Ninik Darmini^{}**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis urgensi penerapan konsep *automatic renewal* sebagai bentuk pembaruan dalam perjanjian kerja sama *celebrity endorsement*. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana seharusnya perjanjian kerja sama *celebrity endorsement* dengan konsep *automatic renewal* disusun sebagai upaya pencegahan wanprestasi oleh selebriti.

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif-empiris yang bersifat deskriptif analitis. Pendekatan dalam penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan dari berbagai bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang bertujuan untuk mendapatkan data sekunder berkaitan dengan topik penelitian. Penelitian ini didukung dengan wawancara kepada narasumber yang memiliki kompetensi dan pengalaman dalam bidang perjanjian kerja sama. Hasil penelitian ini dianalisa secara deskriptif kualitatif.

Kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini, antara lain: Pertama, penerapan konsep perjanjian kerja sama *celebrity endorsement* menggunakan metode *automatic renewal* memiliki beberapa keuntungan, seperti efisiensi waktu, meminimalisasi wanprestasi, dan meningkatkan *insight* atau *engagement rate* produk *endorsement*. Kedua, bentuk perjanjian kerja sama *celebrity endorsement* menggunakan metode *automatic renewal* dapat disesuaikan dengan keinginan dan kesepakatan para pihak, namun beberapa pelaku usaha menggunakan sistem persentase penjualan dan perpanjangan kerja sama apabila target penjualan dari hasil *endorsement* tercapai.

Kata kunci: *Automatic Renewal*, Pembaruan Perjanjian, *Celebrity Endorsement*

^{*} Mahasiswa Magister Kenotariatan, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada

^{**} Dosen Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada

***THE APPLICATION OF AUTOMATIC RENEWAL CONCEPT AS A FORM
OF RENEWAL IN CELEBRITY ENDORSEMENT
AGREEMENTS***

By:
Tiara Rizky Andespa^{*}, Ninik Darmini^{}**

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the urgency of implementing the automatic renewal concept as a form of renewal in celebrity endorsement cooperation agreements. Another aim of this research is to find out and analyze how celebrity endorsement cooperation agreements with the automatic renewal concept should be structured as an effort to prevent default by celebrities.

This research is normative-empirical legal research that is descriptive analytical in nature. The approach in this research was carried out by means of a literature study of various primary, secondary and tertiary legal materials with the aim of obtaining secondary data related to the research topic. This research is supported by interviews with sources who have competence and experience in the field of cooperation agreements. The results of this research were analyzed descriptively qualitatively.

The conclusions obtained in this research include: First, implementing the concept of celebrity endorsement cooperation agreements using the automatic renewal method has several advantages, such as time efficiency, minimizing defaults, and increasing insight or engagement rate of endorsement products. Second, the form of the celebrity endorsement cooperation agreement using the automatic renewal method can be adjusted to the wishes and agreement of the parties, however, some business actors use a sales percentage system and extend the cooperation if the sales target from the endorsement results is achieved.

Keywords: Automatic Renewal, Agreement Renewal, Celebrity Endorsement

^{*} Master of Notary Student, Faculty of Law, Gadjah Mada University

^{**} Lecturer at the Faculty of Law, Gadjah Mada University