

**PELAKSANAAN PERJANJIAN KERJASAMA PENYIARAN  
IKLAN PADA PT. RADIO SUARA SUBUH *BROADCASTING*  
SYSTEM PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum*

**OLEH:**

**BAGUS ALMA PEBRIANDIKA**

**05.940.069**

**Program Kekhususan Hukum Perdata**



**FAKULTAS HUKUM REGULER MANDIRI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2009**



**No. Reg : 137 / PK II / XI / 2009**



# PELAKSANAAN PERJANJIAN KERJASAMA PENYIARAN IKLAN PADA PT. RADIO SUARA SUBUH *BROADCASTING SYSTEM* PADANG

(Bagus Alma Pebriandika, 05940069, Fakultas Hukum Program Reguler Mandiri Universitas Andalas, 58 halaman, 2009)

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dalam media massa juga mempengaruhi perkembangan dalam dunia bisnis, di mana media massa menjadi sarana utama promosi yang dilakukan baik dalam skala kecil maupun dalam skala besar, salah satunya adalah iklan. Dengan iklan, maka konsumen dapat merasakan langsung informasi serta pemanfaatan barang dan atau jasa. Perkembangan teknologi yang kian cepat, menyebabkan produsen menggunakan media telekomunikasi sebagai wadah dalam mempromosikan usahanya, termasuk salah satunya adalah lembaga kepenyiaran swasta yang dilakukan oleh media radio. PT. Radio Suara Subuh *Broadcasting System* (SSBS 94.3 FM) Padang sebagai badan hukum yang bergerak dalam lembaga kepenyiaran swasta bertujuan untuk memberikan informasi-informasi dengan segmen-segmen acara, hiburan-hiburan, dan juga menjalankan usahanya berupa jasa penyiaran iklan komersil. Penerapan iklan komersil pada media elektronik harus melalui sebuah perjanjian yang bertujuan untuk mendatangkan kepentingan bagi pihak yang melaksanakannya. Dalam skripsi ini dikemukakan beberapa perumusan masalah yang meliputi pelaksanaan perjanjian kerjasama penyiaran iklan pada radio SSBS 94.3 FM Padang, hak dan kewajiban para pihak dalam pelaksanaan perjanjian kerjasama penyiaran iklan pada radio SSBS 94.3 FM Padang, serta kendala-kendala yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian kerjasama penyiaran iklan pada radio SSBS 94.3 FM Padang. Metode dalam penelitian ini adalah yuridis sosiologi, yaitu pendekatan masalah melalui penelitian yang dilakukan dengan mengamati kenyataan hukum dalam praktek di lapangan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa dalam prakteknya pelaksanaan perjanjian kerjasama penyiaran iklan pada radio SSBS 94.3 FM Padang berupa kelalaian dalam penyiaran produk atau jasa yang kurang jumlahnya dari perjanjian yang disepakati. Pihak pemasang iklan tidak melunasi tagihan pada waktu yang telah ditentukan sesuai dengan perjanjian, dan ketika radio SSBS 94.3 FM Padang harus merelay siaran berita KBR 68H Jakarta. Dari semua uraian yang telah penulis kemukakan dalam skripsi ini, perlu ada perjanjian yang dituangkan dalam akta otentik agar lebih menjamin kepastian hukum. Selanjutnya, para pihak juga harus memahami hakikat dari perjanjian yang dibuat sehingga tidak terjadi hal-hal yang merugikan antara kedua belah pihak.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan zaman yang terus berlangsung hingga saat ini, memiliki pengaruh yang demikian besar terhadap perkembangan kehidupan umat manusia. Saat ini banyak aspek kehidupan manusia yang telah berubah dengan adanya perubahan-perubahan dalam kehidupan manusia. Pembangunan nasional yang dilaksanakan sejak sekian lama memberikan arti penting untuk kebaikan dan perbaikan kehidupan umat manusia. Salah satu contohnya adalah pembangunan ekonomi nasional Indonesia yang menjadi target dari pemerintah atau sebagai tujuannya adalah peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan kehidupan manusia. Namun, itu semua tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang mendukung perubahan zaman itu sendiri.

Era globalisasi yang diikuti dengan perkembangan teknologi, memberikan pengaruh terhadap perkembangan ekonomi dalam masyarakat. Persaingan antara tiap-tiap usaha yang dilakukan baik oleh perorangan atau badan hukum tentunya memiliki tujuan besar untuk mendatangkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya dari kegiatan usaha yang dilakukan. Pengenalan terhadap barang dan atau jasa dalam kegiatan usaha yang dilakukan saat ini menjadi cara yang harus



dilakukan oleh setiap pelaku usaha sebagai tujuan agar konsumen atau masyarakat mengetahui manfaat atau seluk-beluk barang dan atau jasa yang dikenakan tadi, sehingga kegiatan usaha yang dilakukan nantinya akan diperhatikan untuk mengembangkan usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Kreativitas tersebut perlu dilakukan guna mengantisipasi persaingan dan menjaga kelangsungan kegiatan usaha. Manajemen perusahaan yang harus dilakukan oleh perusahaan pada saat ini harus mengikuti perkembangan di pasar. Bahkan, perusahaan perlu memperkuat lini bisnis yang digeluti agar tidak tergilas oleh kompetitornya. Mereka juga harus berhati-hati dalam melakukan ekspansi pasar.

Terobosan yang dilakukan sudah semestinya memperhatikan kebaikan, keuntungan dan resiko yang tentunya akan dihadapi. Termasuk menggunakan sarana-sarana yang ada untuk pengembangan usaha yang dilakukan. Adanya jaminan yang diberikan oleh undang-undang dalam hal untuk menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi melalui media penyiaran, merupakan sebuah jalan alternatif dalam bisnis yang marak pada waktu belakangan ini. Dapat dilihat bagaimana bisnis telekomunikasi dan informasi pada saat ini memiliki peran yang sangat penting terhadap dunia usaha. Bagaimana sektor ini menjadi primadona dalam dunia usaha. Bisnis telekomunikasi dan informasi menjadi pendukung dan menjadi pemain utama dalam dunia usaha. Media telekomunikasi memainkan peran atau aktivitasnya langsung terjun ke tengah-tengah masyarakat dengan perangkat teknis yang ada tentunya lebih efektif untuk pembentukan opini dan

alur informasi masyarakat dan menjadi lebih bernilai ketika digunakan untuk memperkenalkan suatu usaha yang dilakukan, termasuk salah satunya adalah lembaga kepenyiaran swasta yang dilakukan oleh media radio.

Media radio yang berhubungan langsung dengan masyarakat di mana radio merupakan sarana untuk mendapatkan berbagai informasi termasuk di dalamnya informasi akan jasa atau produk suatu usaha. Radio yang sudah demikian lama digunakan dan didengarkan oleh masyarakat sebagai alternatif yang mudah dan murah untuk mendapatkan informasi tentunya memiliki peluang besar bagi pengembangan dalam suatu usaha.

PT. Radio Suara Subuh *Broadcasting System* (Sistem Penyiaran) Radio SSBS 94,3 FM Padang sebagai badan hukum yang bergerak dalam lembaga kepenyiaran swasta khususnya sebagai radio, dalam kegiatannya di mana menggunakan frekuensi sehingga sampai dan didengarkan oleh masyarakat. Selain memberikan informasi-informasi dengan segmen-segmen acara yang ada dan juga hiburan-hiburan, juga menjalankan usahanya berupa jasa penyiaran iklan komersial kepada perusahaan-perusahaan atau orang-orang yang menjalankan kegiatan usaha. Dengan menggunakan media elektronik atau radio tentunya segala macam informasi atau jasa akan diperdengarkan kepada pendengar atau masyarakat di manapun mereka mendengarnya. Penerapan iklan komersial pada media elektronik ada prosedur yang menyebutkan bilangan sejumlah biaya operasional dan ada juga dilakukan dengan sistem barter. Tergantung kepada

prosedur yang ada dan yang sama-sama disepakati oleh masing-masing pihak. Dengan sistem barter yang dilakukan tentunya ada keuntungan-keuntungan akan diperoleh oleh masing-masing pihak yang saling bekerja sama dalam melakukan barter iklan tadi.

Berdasarkan pada hal-hal di atas, maka menarik untuk dijadikan sebagai topic pembahasan dalam karya tulis berbentuk skripsi yang diberi judul : **“Pelaksanaan Perjanjian Kerjasama Penyiaran Iklan pada PT. Radio Suara Subuh *Broadcasting System Padang*”**.

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan judul dan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian kerjasama penyiaran iklan pada PT. Radio Suara Subuh *Broadcasting System Padang*?
2. Apa saja yang menjadi hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian kerjasama penyiaran iklan pada PT. Radio Suara Subuh *Broadcasting System Padang*?
3. Kendala-kendala apa saja yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian kerjasama penyiaran iklan pada PT. Radio Suara Subuh *Broadcasting System Padang*?



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan yang terjadi antara pihak radio SSBS 9.3 FM Padang dengan pemasang iklan dilakukan dengan mengadakan negoisasi atas kesepakatan bentuk, harga dari iklan yang akan ditayangkan sesuai dengan tarif yang sudah ditetapkan pihak radio SSBS 94.3 FM Padang dan selanjutnya ditentukan apa yang menjadi hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam pelaksanaan penyiaran iklan di radio SSBS 94.3 FM Padang. Bila kedua belah pihak setuju, dimulailah perjanjian tersebut dan akan berakhir sesuai dengan persetujuan yang telah disepakati.
2. Hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian penyiaran iklan pada PT. Radio Suara Subuh *Broadcasting System* (SSBS 94.3 FM) Padang adalah pihak radio SSBS 94.3 FM Padang berkewajiban menyiarkan iklan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dan pihak pemasang iklan berkewajiban membayar nota tagihan atas penyiaran iklan yang telah disiarkan oleh pihak radio.
3. Kendala-kendala yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pada PT. Radio Suara Subuh *Broadcasting System* (SSBS 94.3 FM) Padang adalah terjadinya kelalaian dalam penyiaran produk atau jasa yang kurang jumlahnya dari perjanjian yang disepakati. Kendala lain yang timbul berupa keterlambatan pelunasan pembayaran tagihan oleh pihak

pemasang iklan serta radio SSBS 94.3 FM Padang masih harus menyiarkan program berita KBR 68H Jakarta yang sering waktunya bersamaan dengan iklan yang akan ditayangkan.

## **B. Saran**

Berdasarkan bahan-bahan penulisan yang terdapat dalam literatur-literatur kepustakaan maupun bahan-bahan yang penulis dapatkan dalam penelitian lapangan, maka penulis memberikan saran-saran yang mungkin berguna untuk masyarakat, pihak radio, maupun pihak lain. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Dalam menentukan isi perjanjian, hendaknya para pihak memahami hakikat perjanjian yang dibuat. Sehingga dapat menghindari kemungkinan terjadinya wanprestasi akibat ketidaksiapan dalam melaksanakan perjanjian, yaitu dengan melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan apa yang tertuang dalam surat perjanjian yang dibuat oleh kedua belah pihak.
2. Perlu adanya suatu peraturan perundang-undangan yang khusus tentang perjanjian penyiaran iklan melalui radio, agar para pihak bisa lebih konsekuen dengan isi perjanjian yang mereka setujui, jadi apabila terjadi wanprestasi dari salah satu pihak maka penyelesaiannya bisa lebih mudah dan akan menjamin suatu kepastian hukum.
3. Bagi pihak radio perlu meningkatkan pelayanan dan kualitas siaran yang lebih baik agar semakin banyak nya pihak pemasang iklan untuk memasangkan iklan pada radio tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-buku

- Abdulkadir Muhammad, 1990, *Hukum Perdata Indonesia*, PT. Aditya, Bandung
- Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta
- Dendi Sudiana, 1986, *Komunikasi Periklanan*, Remaja Karya, Bandung
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1989, *Kamus Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka
- Frank Jefkins, 1996, *Pemasaran Periklanan*, Erlangga, Jakarta
- Henry Pangabean, 2001, *Penyalahgunaan Keadaan Sebagai Alasan Untuk Pembatalan Perjanjian*, Liberty, Jakarta
- HS. Salim, *Hukum Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta
- Komariah, 2005, *Hukum Perdata*, UMM, Malang
- M. Yahya Harahap, 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung
- R. Setiawan, 1999, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Putra Bardin, Bandung
- Rhenald Khasali, 1995, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, PT. Pustaka Utama Grafisi, Jakarta
- Subekti, 1994, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermasa, Jakarta
- , 2005, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta
- Tim Kerja Badan Pembinaan Hukum Nasional Departemen Kehakiman RI, 1996, *Laporan Akhir Naskah Akademis Peraturan Perundang-undangan Tentang Periklanan*, Jakarta

### B. Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran