

**PELAKSANAAN PERJANJIAN PENYIARAN IKLAN
PADA TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (TVRI) PADANG**

Skripsi

Diajukan guna memenuhi sebagian persyaratan
Untuk mencapai gelar Sarjana Hukum

Disusun Oleh:

VIEN SHINTA PUTRI

No. BP. 99. 140. 129

Program Kekhususan Hukum Tentang Kegiatan Ekonomi



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2003

No. Reg. 1575/PK III/ VIII/2003

PELAKSANAAN PERJANJIAN PENYIARAN IKLAN PADA TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (TVRI) PADANG

Vien Shinta Putri, 99140129, Fak. Hukum Universitas Andalas, 75hal. 2003

ABSTRAK

Berdasarkan Surat Keputusan Direktur Pemasaran Perjan TVRI Nomor 103/KPTS/1.2/2001 tentang Pedoman Kerja Operasional Pemasaran di Lingkungan Perjan TVRI menimbang bahwa untuk meningkatkan penerimaan/pendapatan Perjan TVRI sebagai upaya mewujudkan terselenggaranya siaran TVRI yang berkualitas diperlukan kinerja yang strategis di lingkungan Perjan TVRI. Untuk itu dipandang perlu untuk mengatur siaran iklan, sponsor dan kerjasama melalui Perjan TVRI.

Seiring dengan perkembangan zaman dan melalui kebijaksanaan kontrol pusat Perjan TVRI Jakarta, TVRI Padang berubah menjadi Stasiun Penyiaran Klas A dan sejak Nopember 2001 telah menayangkan iklan spot setiap harinya serta diperkenankan untuk menjalin kerjasama produksi dan penayangan siaran iklan dengan pihak lain. Untuk memasang iklan di televisi tentu melalui suatu perjanjian yang tujuannya untuk mengikat pihak-pihak dalam perjanjian itu. Salah satu kewajiban dalam perjanjian itu adalah berupa membayar sejumlah uang yang ditetapkan oleh TVRI ditambah biaya operasional dan biaya lainnya.

Sesuai dengan judul skripsi, maka ruang lingkup permasalahan dibatasi. Adapun ruang lingkup permasalahan sebagai berikut: bagaimana bentuk perjanjian penyiaran iklan dikaitkan dengan buku III KUH Perdata, bagaimana pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pada perjan TVRI Padang, apa saja kendala yang timbul sehubungan dengan pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pada perjan TVRI Padang, dan bagaimana solusinya.

Untuk membahas mengenai permasalahan tersebut maka dipakai metode pendekatan yuridis sosiologis. Dalam menunjang pembahasan dipakai dua jenis data yaitu data sekunder dan data primer yang dikumpulkan dengan alat pengumpul data berupa pedoman wawancara. Setelah semua data terkumpul kemudian diolah dengan proses editing coding yang dilanjutkan dengan melakukan analisa kualitatif.

Perjanjian penyiaran iklan ini terjadi karena adanya persetujuan kehendak antara pihak pemasang iklan dan pihak televisi sebagai penyelenggara. Di dalam pelaksanaannya perjanjian penyiaran iklan ini menimbulkan masalah biasanya dari pihak pemasang iklan dalam hal pembayaran uang atau jasa oleh pihak TVRI.

Untuk mengatasi hal-hal yang akan terjadi tersebut maka perlu hendaknya suatu ketentuan khusus yang mengatur perjanjian penyiaran iklan, agar terciptanya kepastian hukum dan hukum dan melindungi para pihak. Jika terjadi perselisihan pada waktu melaksanakan perjanjian, diharapkan kepada para pihak untuk dapat mempertahankan penyelesaian perselisihan secara musyawarah untuk mencapai mufakat.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tonggak sejarah pertelevisian di Indonesia tepatnya dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962 dengan adanya acara Asean Games yang diadakan di Jakarta dengan menggunakan satu pemancar yang dipasang di Komplek Senayan. Kemudian penyiaran televisi berkembang di kota-kota lain seperti Bandung, Balikpapan, Ujung Pandang, Palembang, Medan, dan lain-lain.

Keberadaan televisi di tanah air ditetapkan berdasarkan KEPRES Nomor 215 tahun 1962 tentang Televisi Republik Indonesia (TVRI) berada di bawah naungan Yayasan TVRI yang dipimpin oleh Presiden Republik Indonesia sebagai ketua. Perkembangan selanjutnya status TVRI sebagai media pemerintah berada dibawah naungan Direktorat Jendral Radio, Televisi dan Film, status ini berlangsung sampai dengan tahun 1999. Dengan dihapuskannya Departemen Penerangan Republik Indonesia oleh K. H. Abdurrahman Wahid, maka TVRI tidak lagi bernaung di bawah Direktorat Jendral Radio, Televisi dan Film, selanjutnya pemerintah memberlakukan status Televisi Republik Indonesia menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) sejalan dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2000 tanggal 07 Juni 2000 tentang pendirian Perusahaan Jawatan Televisi Republik Indonesia.

Perubahan status ini membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan Televisi Republik Indonesia ke depan, dan dengan perubahan ini

pula kinerja Televisi Republik Indonesia harus mampu tampil dengan Program yang sesuai dengan keinginan publik.

Berdasarkan Surat Keputusan Direktur Pemasaran Perjan TVRI Nomor 103/KPTS/I.2/2001 tentang Pedoman Kerja Operasional Pemasaran di Lingkungan Perjan TVRI menimbang bahwa untuk meningkatkan penerimaan/pendapatan Perjan TVRI sebagai upaya mewujudkan terselenggaranya siaran TVRI yang berkualitas diperlukan kinerja yang strategis di lingkungan Perjan TVRI. Untuk itu dipandang perlu untuk mengatur siaran iklan, sponsor dan kerjasama melalui Perjan TVRI.

Seiring dengan perkembangan jaman dan melalui Kebijakan Kantor Pusat Perjan TVRI Jakarta, Televisi Republik Indonesia (TVRI) Padang berubah menjadi stasiun Penyiaran Klas A, dan sejak November 2001 Televisi Republik Indonesia (TVRI) Padang, telah menayangkan iklan setiap harinya, serta diperkenankan untuk menjalin kerjasama produksi dan penayangan siaran dengan pihak lainnya.

Untuk memasang iklan di televisi tentu harus melalui suatu perjanjian yang tujuannya untuk mengikat pihak-pihak dalam perjanjian itu. Salah satu kewajiban dalam perjanjian itu adalah berupa membayar sejumlah uang yang ditetapkan oleh TVRI ditambah biaya operasional dan biaya lainnya.

Perjanjian disini dapat diartikan sebagai perbuatan hukum yaitu suatu perbuatan yang akibatnya menimbulkan akibat hukum. Contohnya *zaakwarneming*, dimana menurut Pasal 1354 Bw *zaakwarneming* adalah :

“Suatu perbuatan yang menimbulkan akibat hukum, dimana jika seseorang dengan sukarela dengan tidak mendapat perintah untuk itu, mewakili urusan orang lain dengan atau tanpa pengetahuan orang ini, maka secara diam-diam mengikatkan dirinya untuk meneruskan serta menyelesaikan urusan tersebut,

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bentuk perjanjian penyiaran iklan pada TVRI Padang termasuk kepada perjanjian tidak bernama dalam bentuk standar. Kalau dilihat dari bentuk perjanjian yang dibuat oleh pihak TVRI Padang dan disepakati oleh pihak pemasang iklan, perjanjian tersebut telah memenuhi syarat sah perjanjian yang terdapat dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, suatu sebab yang halal. Pasal 1320 KUH Perdata ini mempunyai hubungan yang erat dengan asas kebebasan berkontrak, yakni Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.
2. Pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pada TVRI Padang dilaksanakan dengan cara pengisian prosedur yang telah ditetapkan oleh para pihak dalam perjanjian penyiaran iklan. Cara pembayarannya dilakukan dengan 2 cara yaitu, cara barter dan cara non barter, kalau cara barter pembayarannya tidak dengan membayar sejumlah uang, tapi ada cara lain yang disepakati dalam perjanjian oleh para pihak, sedangkan dengan cara non barter, pihak pemasang iklan membayar dengan sejumlah uang kepada pihak TVRI dengan jumlah yang telah disepakati dan dalam jangka waktu yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Abdulkadir Muhammad, SH, 1990 **Hukum Perikatan**, PT Citra Adytia Bakti, Bandung.

Kartini Muljadi, Gunawan Widjaja, 2002, **Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Mariam Darus Badrul Zaman, 1994, **Aneka Hukum Bisnis**, Alumni Bandung.

Rai Widjaya, 2000, **Hukum Perusahaan**, Kesant Blanc, Jakarta

Rhenald Kasali, **Manajemen Periklanan**, Pusat Antar Universitas Bandung.

R. Subekti, 1985, **Pokok-Pokok Hukum Perdata**, Intermedia, Jakarta.

R. Soekardono, 1964, **Hukum Dagang Indonesia**, Soeroengan, Jakarta

Setiawan. R, 1987, **Pokok-Pokok Hukum Perikatan**, Bina Cipta

Sumartono, 2002, **Terperangkap Dalam Iklan**, Alfabeta, Bandung

Wiryono Projodikoro, 1989, **Azas-azas Hukum Perjanjian**, Sumur, Bandung.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

Garis-garis Kebijaksanaan Pemasaran Perjan TVRI

C. Bahan bacaan lain

Boerma Burhan, 1990, **Diktat Hukum Perjanjian**

Haluan, 11 Februari 2003, **Televisiku Sayang**, **Televisiku Malang**

Republika, Sabtu 1 Maret 2003, **Judicial Review UU Penyiaran Tak Masalah**