

SKRIPSI

WANPRESTASI DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN DI LEMBAGA PENYIARAN SAWAHLUNTO FM

Oleh :

Anggriyo Prima Putra
05140260



Fakultas Hukum
Universitas Andalas
Padang
2011



No. Reg. 3211/PK. 1/12/2010

ABSTRAK

(Wanprestasi Dalam Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Iklan di Lembaga

Penyiaran Sawahlunto FM, oleh Anggriyo Prima Putra, BP 05140260,

Fakultas Hukum Universitas Andalas, Padang 2010)

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak lepas dari segala aspek yang menuntut akan kebutuhan dari hidupnya. Tuntutan akan kebutuhan hidup tersebut, oleh sebagian orang dijadikan sebagai peluang untuk membuka suatu usaha, dimana usaha tersebut nantinya akan dipergunakan oleh banyak orang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Untuk merealisasikan semua itu dibutuhkan suatu media yang dapat menyalurkan atau memberitahukan kepada orang lain agar usaha tersebut dapat disebarluaskan. salah satu cara untuk menyebarluaskan usaha tersebut yaitu dengan cara memasang iklan pada suatu media, karena hal ini dianggap lebih efektif untuk mengembangkan sebuah usaha. Iklan dapat dipandang sebagai sarana komunikasi yang mendekatkan dua pihak yang berkembang olehnya karena dipertemukan kepentingan. Justru itu iklan akan hadir dalam berbagai cara dan bentuk, sesuai dengan pertimbangan pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini radio memegang peranan penting selain adanya media lain yang dapat menampung dan menyebarluaskan isi dari iklan tersebut. Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini adalah bagaimana pelaksanaan perjanjian iklan antara Lembaga Penyiaran Sawahlunto FM dengan perusahaan pemasang iklan, apa bentuk wanprestasi yang terjadi dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan dan upaya hukum yang ditempuh untuk penyelesaiannya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologis yaitu penelitian yang melihat norma hukum yang berlaku, kemudian dihubungkan dengan fakta-fakta yang ada dari masalah wanprestasi yang dilakukan dalam perjanjian pemasangan iklan. Sumber data berasal dari penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pihak yang terkait dalam proses pemasangan iklan, dalam hal ini sampel diambil 2 orang dari pihak Sawahlunto FM dan 2 orang dari pengguna jasa.

Berdasarkan dari hasil penelitian, perjanjian iklan di Sawahlunto FM dibuat secara tertulis, tanpa diperincikan hak dan kewajiban masing-masing pihak didalamnya. Dalam pelaksanaan perjanjian, pihak Sawahlunto FM menyiarkan iklan sesuai dengan ketentuan yang dibuat, dengan durasi dan masa yang bervariasi. Masalah yang timbul dari perjanjian pemasangan iklan di Sawahlunto FM berupa wanprestasi yang dilakukan oleh kedua belah pihak, baik dari pihak pemasang iklan maupun dari Sawahlunto FM sendiri. Jalan keluar yang ditempuh oleh kedua belah pihak dalam menyelesaikan masalah wanprestasi ini dengan cara musyawarah dan masing-masing pihak melunasi apa yang menjadi tanggung jawab mereka sesuai dengan isi dari kontrak yang telah disepakati

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak lepas dari segala aspek yang menuntut akan kebutuhan dari hidupnya. Tuntutan akan kebutuhan hidup tersebut, oleh sebagian orang dijadikan sebagai peluang untuk membuka suatu usaha, dimana usaha tersebut nantinya akan dipergunakan oleh banyak orang untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Untuk merealisasikan semua itu dibutuhkan suatu media yang dapat menyalurkan atau memberitahukan kepada orang lain agar usaha tersebut dapat disebarluaskan. Salah satu cara untuk menyebarluaskan usaha tersebut yaitu dengan cara memasang iklan pada suatu media, karena hal ini dianggap lebih efektif untuk mengembangkan sebuah usaha. Iklan dapat dipandang sebagai sarana komunikasi yang mendekatkan dua pihak yang berkembang olehnya karena dipertemukan kepentingan. Iklan mendekatkan produsen dengan konsumen, pedagang / penjual dengan pembeli, instansi dengan pencari kerja dan sebagainya. Justru itu iklan akan hadir dalam berbagai cara dan bentuk, sesuai dengan pertimbangan pihak-pihak yang berkepentingan. Dalam hal ini radio memegang peranan penting selain adanya media lain yang dapat menampung dan menyebarluaskan isi dari iklan tersebut.

Di dalam menyampaikan pesan iklan, radio-radio yang menyampaikan iklan tersebut terlebih dahulu melakukan perjanjian dengan pihak-pihak yang akan mengadakan iklan tersebut. Dimana perjanjian yang dimaksud dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah:

'Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih' .

Perjanjian disini diartikan sebagai perbuatan hukum yang dapat menimbulkan akibat hukum.

Iklan menurut Undang-Undang No. 4/1967, No.21/1982 Pasal 1 angka 2, dan terakhir UU no.41/1996 tentang undang – undang pokok pers menyatakan :

“Periklanan merupakan usaha jasa yang disatu pihak menghubungkan produsen barang dan jasa dengan konsumen, dan dilain pihak menghubungkan pencetus gagasan dengan penerima gagasan”.

Begitu pentingnya dampak iklan terhadap masyarakat pada saat sekarang ini membuat para produsen barang atau jasa itu sendiri berlomba-lomba untuk mengadakan iklan dimedia-media. Namun karena adanya keterbatasan untuk menyebarluaskan iklan tersebut terutama ke pelosok-pelosok daerah yang ada, maka radio dianggap wadah yang paling efektif untuk menyebarluaskan iklan tersebut.

Dilain pihak radio-radio yang menerima tawaran untuk pemasangan iklan tersebut juga terbantu karena bertambahnya program dengan waktu yang telah tersedia, yang mana program tersebut harus dibeli atau diproduksi, kesemuanya itu membutuhkan biaya yang banyak. Hal ini merupakan modal yang harus di kembalikan dengan harapan memberikan keuntungan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, penulis dapat mengambil kesimpulan dan saran yang dianggap perlu.

1. Perjanjian penyiaran periklanan pada Sawahlunto FM dibuat secara tertulis, tanpa dirincikan hak dan kewajiban masing-masing pihak didalamnya . Dalam pelaksanaan perjanjian, pihak Sawahlunto FM menyiarkan iklan sesuai dengan ketentuan yang dibuat, dengan durasi dan masa yang bervariasi. Model dan disain iklan yang ditayangkan dapat ditentukan oleh pemasang iklan. Pelaksanaan jam tayang iklan biasanya tergantung dari keinginan produsen pemasang iklan.
2. Wanprestasi yang terjadi dalam pelaksanaan pemasangan iklan berbentuk :
 - a. Tidak dilunasinya pembayaran untuk pemutaran iklan yang telah ditayangkan oleh pihak Sawahlunto oleh pihak Bank BRI.
 - b. Wanprestasi dilakukan oleh Sawalunto FM dengan tidak menayangkan iklan yang telah diperjanjikan dengan pihak Herbal Shinse sebagaimana yang telah disepakati.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku dan Jurnal

- Abdul Kadir Muhammad, 1982, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Alex S. Nitisemitro, *Marketing*, Ghalia Indonesia.
- Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hellena Olli, 2007, *Berita dan Informasi*, Indeks, Jakarta.
- LPP Lokal, 2007, *Permohonan Izin penyelenggaraan Penyiaran*, Frekuensi 99,9 MHz, Sawalunto.
- Mariam Darus Badruzaman, 1983, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata Buku III Perikatan dengan Penjelasannya*, Alumni, Bandung.
- _____, 1994, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung.
- Morissan, 2008, *Manajemen Media Penyiaran*, Kencana, Jakarta.
- Munthe, Muryanto Ginting, (ed), *Media Komunikasi Radio*, Pust. Sinar Harapan, Jakarta.
- Rhenal kasali, 1995, *Manajemen Periklanan*, Erlangga, Jakarta.
- R.Subekti, 1976, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta.
- Sumartono, 2002, *Terperangkap Dalam Iklan*, Alfabeta, Surabaya.
- Salim H. S, 2001, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Sinar Grafika, Jakarta.
- William J.Stanton, 1996, *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Wirdjono Prodjodikoro, 1985, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Bale, Bandung.
- Yusuf Shofie, 1996, *Sistem Tanggung Jawab Dalam Periklanan*, Surabaya.