

**ASPEK YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN DI
RADIO MUSLIMMUDA FM PADANG**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum**

Oleh

RINTO GINTING

00140145

**Program Kekhususan
Hukum Tentang Hubungan Sesama Anggota Masyarakat (PK.I)**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2004**

No. Reg. 1727/PK I/VIII-2004

ASPEK YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN DI RADIO MUSLIMMUDA FM PADANG

(RINTO GINTING, 00140145, Fakultas Hukum Universitas Andalas, 67, 2004)

ABSTRAKSI

Melihat kondisi dunia bisnis dan perdagangan di negara kita yang kian terbuka dan bebas, menyebabkan terjadinya persaingan yang cukup ketat dan kompetitif diantara para pengusaha. Persaingan ini terjadi karena adanya produk sejenis dengan nama berbeda yang ditawarkan ke tengah masyarakat. Para pengusaha berupaya agar produknya dipercaya dan mendapat tempat di hati masyarakat sebagai calon konsumen. Pengusaha menggunakan iklan untuk memperkenalkan produknya ke tengah masyarakat. Iklan tersebut dapat dilaksanakan diberbagai mass media, dan salah satunya adalah media radio.

Sistem terbuka buku III KUH Perdata memberikan perlindungan yang cukup besar kepada subjek hukum untuk mengadakan perjanjian dengan subjek hukum lainnya. Ketentuan pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata menentukan, "Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya". Berdasarkan ketentuan pasal ini, maka perjanjian pemasangan iklan yang diadakan oleh pemasang iklan dan badan penyelenggara radio siaran juga berlaku sebagai undang-undang. Pelaksanaan perjanjian ini juga didasarkan pada ketentuan pasal 16 ayat (1) Undang-Undang Nomor. 32 tahun 2002 (Undang-Undang Penyiaran), di mana dinyatakan bahwa lembaga penyiaran radio swasta harus berbentuk badan hukum Indonesia.

Dalam skripsi ini penulis mengemukakan beberapa perumusan masalah yang meliputi, proses terjadi dan berakhirnya pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan di radio Muslimmuda FM Padang di tinjau dari sudut pandang Hukum Perjanjian, sistem pembayaran, permasalahan-permasalahan yang terjadi, dan bagaimana solusi terbaik menurut hukum terhadap penyelesaian permasalahan tersebut.

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini adalah Yuridis Sosiologis, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap hukum perilaku atau kenyataannya di lapangan. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif yang berusaha menggambarkan, memaparkan, dan menjelaskan objek penelitian secara objektif yang ada kaitannya dengan permasalahan.

Penulis dapat menyebutkan, bahwa terdapat 2 permasalahan hukum yang sering muncul dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan, hal ini didasarkan pada hasil penelitian yang penulis lakukan. Permasalahan yang terjadi yaitu: permasalahan tentang pelaksanaan penyiaran, dan permasalahan yang berkaitan dengan penundaan pembayaran yang dilakukan oleh pengiklan. Pihak Muslimmuda selaku badan penyelenggara radio siaran swasta selalu berupaya menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan di radio tersebut secara damai dan kekeluargaan dengan pihak pemasang iklan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Kebutuhan masyarakat baik terhadap barang maupun jasa memerlukan suatu aturan hukum yang mengatur setiap hubungan hukum dalam pemenuhan kebutuhan tersebut. Peraturan hukum sangat diperlukan untuk memelihara keharmonisan, kestabilan, keselarasan, serta rasa keadilan masyarakat. Hal ini disebabkan karena masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya saling berkompetisi antara satu dengan yang lain.

Salah satu wujud dari peraturan tersebut adalah perjanjian, di mana perjanjian itu banyak jenisnya. Perjanjian tersebut ada yang khusus, seperti diatur dalam KUH Perdata yaitu perjanjian bernama (*benomde overeenkomst*) dan ada pula perjanjian yang tidak diatur secara khusus dalam undang-undang, namun dalam prakteknya ada dikenal sebagai perjanjian tidak bernama (*onbenomde overeenkomst*).

Perjanjian adalah suatu peristiwa di mana dua pihak atau lebih saling berjanji untuk melakukan suatu hal sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan. Perjanjian itu menimbulkan suatu hubungan yang dinamakan perikatan. Perikatan itu dapat dilahirkan melalui perjanjian, undang-undang ataupun cara yang lain, maka dengan adanya suatu perjanjian akan mengikat mereka yang membuatnya.

MILIK
UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ANDALAS

Bentuk dari perjanjian adalah rangkaian kata yang mengandung suatu janji atau kesanggupan, di mana diucapkan secara lisan atau tulisan.

Kebutuhan manusia semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman dan peradaban manusia, di mana kebutuhan itu tentunya harus dipenuhi. Semakin kompleks dan beragamnya kebutuhan manusia menimbulkan persaingan yang tidak dapat dihindari dalam dunia usaha. Persaingan itu terjadi karena adanya produk sejenis dengan nama yang berbeda. Persaingan tersebut bertujuan untuk menjadikan produk tersebut dipercaya dan mendapat tempat di hati konsumen. Salah satu cara memperkenalkan produk tersebut melalui kegiatan promosi yang dilakukan melalui iklan.

Iklan menjadi suatu hal yang sangat vital dalam menjalankan suatu kegiatan usaha atau perniagaan. Produsen dan pengusaha menggunakan iklan untuk memperkenalkan dan menawarkan suatu produk kepada masyarakat calon konsumen. Periklanan merupakan bagian dari pemasaran produk ke tengah masyarakat.

Melihat kondisi dunia bisnis yang kian terbuka dan bebas sekarang ini, di mana aneka produk berebut mencari tempat di hati masyarakat. Hal ini mengakibatkan banyak pengusaha atau produsen yang mengalokasikan dana yang cukup besar dan mahal guna keperluan beriklan. Mereka menganggap beriklan sifatnya adalah *feed back* (umpan balik) kepada pengusaha, di mana seluruh dana yang dianggarkan itu bukanlah untuk biaya atau pengeluaran, namun lebih bersifat investasi atau modal.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah penulis membahas dan menguraikan secara panjang lebar mengenai segi-segi keperdataan tentang perjanjian maupun periklanan dalam perjanjian pemasangan iklan di radio Muslimmuda FM Padang, maka kini sampailah penulis pada tahap kesimpulan yang berhubungan dengan permasalahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga akan mengemukakan beberapa saran yang kiranya dapat berguna bagi pembinaan Hukum Perdata Indonesia.

A. KESIMPULAN

1. Proses terjadinya pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan di radio Muslimmuda FM Padang didasarkan pada asas kebebasan berkontrak. Pelaksanaan perjanjian tersebut harus mengacu pada pasal 1320 KUH Perdata sebagai syarat umum lahirnya suatu perjanjian. Di samping itu dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan di radio tersebut berlaku juga syarat khusus, yaitu kepercayaan. Berakhirnya perjanjian pemasangan iklan, dapat disebabkan oleh tiga hal, yaitu:

a. Berakhirnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Berakhirnya perjanjian karena waktu yang diperjanjikan berakhir adalah biasa dan tidak ada masalah terhadap hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ashofa, Burhan, 1998, *Metode Penelitian Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Astrid Phil dan Susanto, S, 1977, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, Bina Cipta, Jakarta.
- Badruzaman , Mariam Darus, 1994, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1991, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Farbey, AD, 1997, *Kiat Sukses Memproduksi Iklan*, PT.Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Gordon Lewis, Herschell, 1980, *Iklan Yang Efektif*, Dahara Prize, Semarang.
- Jefkins, Frank, 1996, *Periklanan*, Erlangga, Jakarta.
- Narbuko Cholid dan H. Abu Achadi, 1997, *Metode Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Setiawan, R, 1987, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung
- Soekamto, Soerjono, 1998, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI PRESS, Jakarta.
- Subekti,R, 1985, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, PT. Intermasa, Jakarta
-, 1985, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Yogyakarta.
-, 1976, *Aspek-Aspek Hukum Perikatan Nasional*, Alumni, Bandung
- Uchjana Effendy, Onong. 1990, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Mandar Maju, Bandung.
- Van der Burg,1999, *Buku tentang Perikatan Dalam Teori Dan Yurisprudensi*, PT. Mandar Maju, Bandung.
- Winardi, 1992, *Promosi Dan Reklame*, PT. Mandar Maju, Bandung.
- Waluyo, Bambang, 1996, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta.