

**SKRIPSI**

**PELAKSANAAN PERJANJIAN PENYIARAN IKLAN PADA  
RADIO SUSHI 99.1 FM PADANG**

**Oleh**

**MUHAMMAD ABDUL HAYYIL AL AYYUBI  
06140139**

**Program Kekhususan  
Hukum Perdata Ekonomi**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2010**

## PELAKSANAAN PERJANJIAN PENYIARAN IKLAN PADA RADIO

### SUSHI 99.1 FM PADANG

Muhammad Abdul Hayyil Al Ayyubi, 06140139, FHUA, Tahun 2010 : 61 Halaman

#### ABSTRAK

Sejalan dengan pertumbuhan penduduk dan ekonomi, kebutuhan akan sarana promosi, khususnya bagi para produsen yang ingin memasarkan produknya demi memenangkan persaingan usaha juga semakin meningkat. Promosi menurut Pasal 1 angka 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan / jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan / atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan. Salah satu cara untuk berpromosi ialah dengan menyiarkan iklan pada radio. Untuk menyiarkan iklan di radio tentu harus melalui prosedur yang telah ditetapkan dan melalui suatu perjanjian guna mengikat pihak-pihak yang melakukan perjanjian penyiaran iklan. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini yakni ; bagaimanakah prosedur penyiaran iklan pada radio Sushi 99.1 FM Padang?, bagaimanakah pelaksanaan dan tanggung jawab hukum para pihak dalam perjanjian penyiaran iklan pada radio Sushi 99.1 FM Padang?, apa saja permasalahan yang dihadapi dalam pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pada radio Sushi 99.1 FM Padang dan bagaimanakah upaya penyelesaiannya?. Penelitian ini bertujuan ; untuk mengetahui prosedur penyiaran iklan pada radio Sushi 99.1 FM Padang, untuk mengetahui pelaksanaan dan tanggung jawab hukum para pihak dalam perjanjian penyiaran iklan pada radio Sushi 99.1 FM Padang, serta untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dalam pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pada radio Sushi 99.1 FM Padang dan upaya penyelesaian yang ditempuh. Pada penelitian ini metode pendekatan yang digunakan adalah yuridis sosiologis. Sumber data dalam penelitian ini adalah *station manager*, *marketing manager*, penata rekam, *music director*, dan pengiklan pada radio Sushi FM Padang. Teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan dan wawancara yang kemudian dianalisis dengan cara kualitatif, dan *editing* dengan metode penarikan *sample* yakni *purposive sampling*. Hasil penelitian ini yakni prosedur penyiaran iklan pada radio Sushi 99.1 FM Padang melalui beberapa tahapan yaitu ; tahap pengajuan penyiaran iklan, tahap penganalisaan pengajuan, tahap pembuatan perjanjian penyiaran iklan dan tahap pembayaran penyiaran iklan. Pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan di radio Sushi 99.1 FM Padang telah memenuhi syarat-syarat perjanjian sebagaimana diatur dalam KUH Perdata. Penyelesaian yang ditempuh oleh radio Sushi 99.1 FM Padang terhadap permasalahan yang berkaitan dengan kesalahan pemutaran iklan, pengucapan konten iklan, yakni dengan mengganti atau menambah jumlah pemutaran iklan tersebut. Pihak radio Sushi 99.1 FM selalu berusaha menyelesaikan permasalahan yang ada dengan jalur musyawarah.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kebutuhan akan sarana promosi bagi para pelaku usaha terasa sangat mendesak. Kebutuhan ini setiap tahunnya mengalami peningkatan seiring dengan pertumbuhan penduduk dan kegiatan ekonomi yang mengakibatkan semakin tingginya tingkat persaingan usaha diantara produsen untuk memasarkan produknya, tak terkecuali pada wilayah Provinsi Sumatera Barat pada umumnya dan Kota Padang pada khususnya.

Keberhasilan produsen dalam tingginya tingkat persaingan usaha untuk memasarkan produknya sangat dipengaruhi oleh peran strategis yang dimiliki media massa sebagai salah satu sarana promosi. Promosi oleh Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen didefinisikan sebagai kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan / jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan / atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan. Salah satu cara untuk berpromosi ialah dengan menyiarkan iklan pada radio. Untuk menyiarkan iklan di radio tentu harus melalui suatu perjanjian yang tujuannya untuk mengikat pihak-pihak dalam perjanjian. Perjanjian ini nantinya akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi pihak-pihak dalam perjanjian. Salah satu contoh hak dalam perjanjian ini adalah hak mendapatkan pemenuhan pembayaran bagi pihak radio dan di lain pihak adanya kewajiban membayar sejumlah uang bagi pengiklan kepada radio, seperti pada Radio Sushi

99.1 FM Padang, yang jumlahnya ditetapkan oleh Radio Sushi 99.1 FM Padang atau berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

Mengenai definisi perjanjian, Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Mengacu pada Pasal 1313 KUH Perdata, dapat dikatakan dalam sebuah perjanjian terdapat dua pihak atau lebih yang saling mengikatkan diri mengenai harta benda mereka dimana mereka sebagai objek perjanjian yang bertujuan untuk mengikat kedua belah pihak tadi. Pada umumnya perjanjian melahirkan suatu perikatan, yakni suatu istilah atau pernyataan yang bersifat abstrak, yang menunjuk kepada hubungan hukum dalam lapangan harta kekayaan antara dua atau lebih orang atau pihak, dimana hubungan hukum tersebut melahirkan kewajiban kepada salah satu pihak yang terlibat dalam hubungan hukum tersebut.<sup>1</sup> Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata menyatakan “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya” yang lazimnya disebut *pacta sunt servanda*. Sesuai dengan ketentuan ini maka perjanjian penyiaran iklan yang diadakan oleh pihak produsen dan pihak radio, adalah mengikat dan merupakan undang-undang bagi kedua belah pihak. Pihak radio, dalam hal ini seperti pada Radio Sushi 99.1 FM Padang akan menyiarkan iklan berdasarkan kesepakatan, dan di pihak lain, produsen yaitu Pengiklan harus memberikan imbalan prestasi sesuai dengan perjanjian. KUH Perdata mengatur bahwa setiap masyarakat diberi kebebasan untuk mengadakan perjanjian yang seluas-luasnya asalkan tidak bertentangan dengan ketertiban umum dan kesusilaan

---

<sup>1</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, 2002, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 1

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Prosedur perjanjian penyiaran iklan pada radio Sushi 99.1 FM Padang terdiri dari beberapa tahapan, yakni :
  - a. Tahap pengajuan penyiaran iklan
  - b. Tahap penganalisaan pengajuan penyiaran iklan
  - c. Tahap perancangan perjanjian penyiaran iklan
  - d. Tahap pembayaran penyiaran iklan.
2. Pelaksanaan dan tanggung jawab hukum para pihak dalam perjanjian penyiaran iklan di radio Sushi 99.1 FM Padang pada pelaksanaannya telah memenuhi hal-hal yang tercantum dalam isi perjanjian yang diadakan oleh para pihak, yaitu adanya kesepakatan antara pengiklan dengan radio Sushi 99.1 FM Padang untuk membuat suatu perjanjian yakni penyiaran iklan, hingga adanya pembayaran setelah dilaksanakannya penyiaran iklan. Perjanjian penyiaran iklan ini menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang terikat dalam suatu perjanjian, yakni pihak pengiklan dan pihak radio Sushi 99.1 FM Padang.
3. Permasalahan yang dihadapi dalam pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pada radio Sushi 99.1 FM Padang dan upaya penyelesaian yang ditempuh yakni :
  - a. Masalah dari pihak radio Sushi 99.1 FM Padang :

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdul Kadir Muhammad, 1994, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Alex S. Nitisemitro, 1997, *Marketing*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Bambang Suggono, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta
- Dendi Sudiana, 1986, *Komunikasi Periklanan*, Remadja, Bandung
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1997, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta
- Kartini Muljadi, Gunawan Widjaja, 2002, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kotler & Amstrong, 2001, *Prinsip Pemasaran ( Jilid 2 )*, Erlangga, Jakarta
- Mariam Darus Badruzaman, 1983, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata Buku III Perikatan dengan Penjelasannya*, Alumni, Bandung
- \_\_\_\_\_, 1994, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung
- \_\_\_\_\_, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- R. Setiawan, 1994, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian*, Bina Cipta, Jakarta
- R. Soebekti, 1997, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta
- Salim H. S, 2001, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Sinar Grafika, Jakarta
- Singgih Wibowo, Murdinah, dan Yusra Nuri Fawzya, 2000, *Pedoman Mengelola Perusahaan Kecil*, Penebar Swadaya, Jakarta
- Soerjono Soekanto, 1999, *Metode Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia (UI PRESS), Jakarta