

SKRIPSI

**PELAKSANAAN PERJANJIAN PENYIARAN
IKLAN DI RADIO MODILLA KOTA SOLOK**

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum*

Oleh:

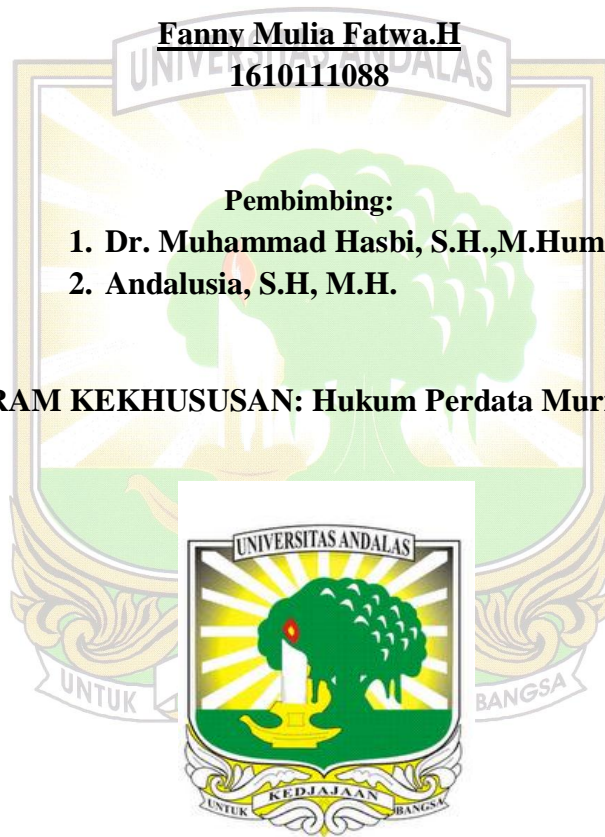
Fanny Mulia Fatwa.H

1610111088

Pembimbing:

- 1. Dr. Muhammad Hasbi, S.H.,M.Hum.**
- 2. Andalusia, S.H, M.H.**

PROGRAM KEKHUSUSAN: Hukum Perdata Murni (PK I)



FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2020

LEMBARAN PENGESAHAN

No. Reg :12/PK-I/III/2020

**PELAKSANAAN PERJANJIAN PENYIARAN IKLAN DI RADIO
MODILLA KOTA SOLOK**

FANNY MULIA FATWA H

1610111088

Program Kekhususan : Hukum Perdata(PK I)

*Telah Dipertahankan Dalam Sidang Ujian Komprehensif
Pada Tanggal 28 Juli 2020*

Yang Bersangkutan Dinyatakan LULUS Oleh Tim Penguji Yang Terdiri Dari :

Dekan



Prof. Dr. Busyra Azheri, S.H., M.H.
NIP. 196911181994031002

Wakil Dekan I



Dr. Ferdi, S.H., M.H.
NIP. 196807231993021001

Pembimbing I



Dr. Muhammad Hasbi, S.H., M.H.
NIP. 196105311986031003

Pembimbing II



Andalusia, S.H., M.H.
NIP. 196301021988092001

Penguji I



Drs. Ali Amran S.H., M.H.
NIP. 195612091984031003

Penguji II



Zahara, S.H., M.H.
NIP. 195910251985032001

	No. Alumni Universitas:	Nama Alumni: FANNY MULIA FATWA.H	No. Alumni Fakultas:
	a) Tempat/Tanggal Lahir : Solok /11 Juli 1998 b) Nama Orang Tua : Hermanto dan Erna Hendriani c) Fakultas : Hukum d) Program Kekhususan : Hukum Perdata Murni e) No. BP : 1610111088	f) Tanggal Lulus : 28 Juli 2020 g) Predikat Lulus : Dengan Pujian h) Lama Studi : 3 Tahun 12 Bulan i) IPK : 3,46 j) Alamat : Jl. M. Yusuf A. Aceh VI Suku	


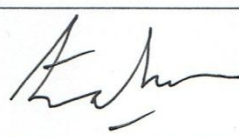
PELAKSANAAN PERJANJIAN PENYIARAN IKLAN DI RADIO MODILLA KOTA SOLOK
(Fanny Mulia Fatwa.H, 1610111088, Fakultas Hukum Universitas Andalas, 65 Halaman, 2020)

ABSTRAK

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran (selanjutnya disebut UU Penyiaran) menyebutkan kebebasan berpendapat dalam penyiaran termasuk ke dalam Ham. Terkait dengan perjanjian kerjasama antara pihak Radio dengan pihak pemasang iklan selalu terjadi pelanggaran perjanjian yang sudah disepakati. Dalam prosedur penyelesaian pelanggaran perjanjian antara pihak radio dengan pihak pemasang iklan dilakukan dengan cara bertemu atau menghubungi pihak yang bersangkutan untuk membicarakan masalah yang timbul akibat pelanggaran perjanjian. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang 1) Bagaimana pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan produk jasa di radio Modilla kota Solok? 2) Bagaimana bentuk-bentuk wanprestasi yang terjadi di radio Modilla kotaSolok? 3) Upaya yang ditempuh para pihak untuk menyelesaikan sengketa akibat wanprestasi di radio Modilla kota Solok? Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis empiris, sifat penelitian deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumen wawancara dan observasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil yaitu 1) Pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan di radio Modilla FM selalu menggunakan surat perjanjian atau kontrak yang di sebut surat pesanan iklan untuk melakukan perjanjian pemasangan iklan di radio tersebut 2) Bentuk-bentuk wanprestasi yang terjadi didalam pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan di radio Modilla Fm berupa iklan yang sudah dipesan tidak diputarkan oleh pihak radio, pihak pemasang iklan tidak membayar biaya pemasangan iklan tepat waktu, pembatalan penyiaran iklan secara sepihak oleh pemasang iklan 3) Upaya yang ditempuh para pihak dalam menyelesaikan sengketa di radio Modilla Fm adalah dengan cara non litigasi atau diselesaikan diluar pengadilan. Untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan tersebut digunakan metode pendekatan yuridis empiris. Dari data primer dan sekunder yang dikumpulkan penulis analisa dengan mempergunakan analisa kualitatif. Dengan dilakukan penelitian telah berhasil menjawab permasalahan yang dikemukakan diatas, 1) Bahwa pelaksanaan perjanjian yang ada di radio Modilla kota solok menggunakan asas konsensualisme atau kesepakatan 2) Bentuk-bentuk wanprestasi yang terjadi di radio Modilla adalah keterlambatan pembayaran iklan, keterlambatan penayangan iklan 3) Upaya hukum yang ditempuh dengan adanya masalah itu dengan cara negosiasi atau non litigasi.

Kata Kunci : *Perjanjian, Penyiaraniklandan Radio*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada tanggal 28 Juli 2020.
Penguji,

Tanda Tangan	1. 	2. 
Nama Terang	Drs, Ali Amran, S.H, M.H.	Zahara, S.H, M.H.

Mengetahui,

Ketua Bagian Hukum Administrasi Negara : **Dr. Dahliil Marjon, S.H., M.H**


Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas /Universitas dan mendapat nomor alumnus:

No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan:

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Segala puji dan syukur sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena hanya atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"PELAKSAAN PERJANJIAN PENYIARAN IKLAN DI RADIO MODILLA KOTA SOLOK"** sebagai persyaratan wajib bagi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Andalas guna memperoleh gelar Sarjana Hukum. Tak lupa pula penulis panjatkan shalawat beserta salam bagi junjungan dan teladan Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat beliau yang senantiasa menjadi penerang bagi kehidupan umat muslim di seluruh dunia. Sesungguhnya setiap daya dan upaya yang berbarengi dengan kesabaran dan doa senantiasa akan memperoleh manfaat yang maksimal.

Selanjutnya ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta yakni Hermanto dan Erna Hendriani yang telah mencurahkan kasih sayang, merawat, membesarkan, mendidik dengan ketabahan dan ketulusan hati dalam memberikan semangat dan motivasi kepada penulis tiada batas dalam suka maupun duka yang tentu tak akan bisa penulis balas, Ucapan terimakasih juga penulis berikan kepada adik tercinta Fadly Rizki Hermana dan Fairuz Adis Hermana yang selalu memberikan semangat tiada hentinya guna mendapatkan gelar sarjana hukum.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada kedua pembimbing penulis, Bapak Dr. Muhammad Hasbi, S.H.,M.Hum. selaku pembimbing I dan Ibu Andalusia, S.H, M.H., selaku pembimbing pembimbing II yang telah memberikan arahan, waktu, ilmu, bimbingan, dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Ibuk Hj. Zahara, S.H, M.H., dan Ibuk Dr. Yussy Adelina Mannas, S.H, M.H. selaku tim penguji yang telah memberikan saran serta arahan kepada penulis agar skripsi ini semakin baik. Dan juga penulis juga menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu baik moril, maupun materil demi terwujudnya skripsi ini, yakni kepada:

1. Bapak Prof. Yuliandri, S.H, M.H., selaku Rektor Universitas Andalas, Bapak Prof. Dr. dr. Mansyurdin, selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. Wirisma Arif Harahap, SpB., selaku Wakil Rektor II, Bapak Ir. Insannul Kamil, Ph. D., selaku Wakil Rektor III, dan Bapak Dr. Henfrizal Handra, M. Soc., selaku Wakil Rektor IV.
2. Bapak Prof. Dr. Busyra Azheri, S.H, M.H. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Andalas, Bapak Dr. Ferdi, S.H, M.H. selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Rembrandt, S.H, M.Pd., selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Lerry Patra, S.H, M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Andalas.
3. Bapak Dr. Dahlil Marjon, S.H., M.H., selaku ketua bagian Hukum Perdata dan Ibu Hj. Dian Amelia, S.H, M.H., selaku sekretaris bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Andalas.
4. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Andalas, terkhusus dosen bagian Hukum Perdata yang telah memberikan ilmu dan pengajaran di kelas. Semoga Allah SWT membalasnya dengan limpahan pahala, Amin.
5. Ibuk Yunita Sofyan, S.H, M.H. selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah mengarahkan penulis selama perkuliahan.
6. Seluruh karyawan Fakultas Hukum Universitas Andalas, atas bantuan yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Andalas.
7. Bapak Alwiyan, selaku direktur Radio Modilla Kota solok yang telah memberikan informasi dan data-data kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada sahabat-sahabat HIMADATA yang telah berjuang dengan penulis dalam menghadapi semester-semester penuh perjuangan.
9. Kepada Para sahabat KKN Koto Tinggi yang telah memberikan pengalaman, keceriaan, dan kehangatan pada masa-masa KKN hingga selamanya (Aminn)

10. Seluruh teman-teman angkatan 2016 beserta senior dan junior di Fakultas Hukum Universitas Andalas yang telah memberikan berbagai cerita dan kesan yang bewarna dalam kehidupan penulis.

11. Dan pihak disekitar penulis yang mohon maaf tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas bantuan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan imbalan yang setimpal dan jasa-jasa mereka. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan dalam penulisan ini, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, semoga Allah SWT senantiasa menilai amal perbuatan kita sebagai ibadah dan senantiasa meridhoi segala aktifitas kita semua. Mohon maaf apabila ada kekurangan dan kesempurnaan hanya milik Allah SWT.

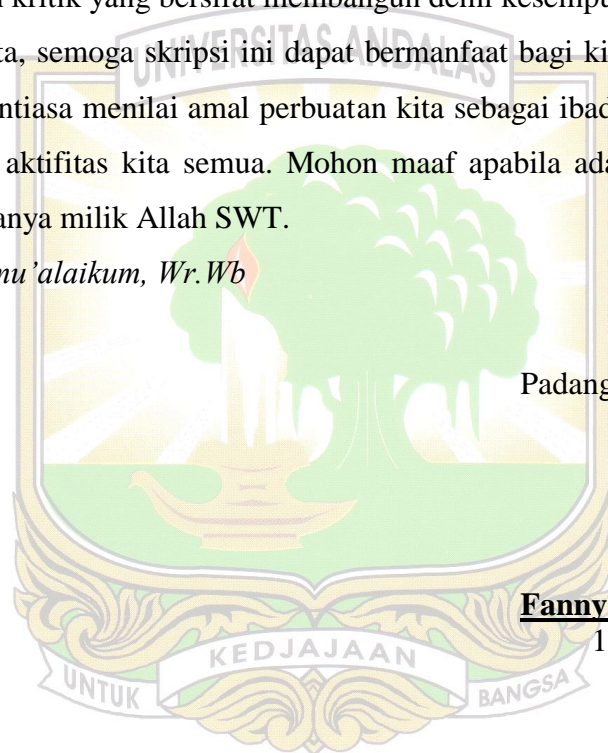
Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Padang, Juli 2020

Penulis,

Fanny Mulia Fatwa.H

1610111088



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Metode Penelitian	9
1. Sifat Penelitian.....	11
2. Lokasi Penelitian	11
3. Sumber dan Jenis Data.....	11
4. Teknik Penentuan Sampel	13
5. Teknik Pengumpulan Data	14
6. Pengolahan dan Analisis Data	15
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
A. Tinjauan Umum Mengenai Perjanjian	18
1. Pengertian Perjanjian	18
2. Asas-Asas Hukum Perjanjian.....	19
3. Syarat Sahnya Perjanjian.....	21
4. Akibat Hukum Perjanjian.....	22
5. Wanprestasi	23

6. Pengertian dan Unsur-unsur Perjanjian Melakukan Pekerjaan.....	26
7. Berakhirnya Perjanjian.....	28
B. Tinjauan Umum Tentang Siaran Iklan.....	30
1. Pengertian Siaran Iklan	30
2. Macam-Macam Siaran Iklan	30
3. Pengertian Pemasangan Iklan di Radio	32
4. Pengertian Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio	33
5. Pengaturan Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio	33
6. Para pihak dalam Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio	34
 BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan Produk Jasa di Radio Modilla di Kota Solok	35
B. Bentuk-Bentuk Wanprestasi Yang Terjadi Di Radio Modilla Kota Solok	44
C. Upaya Yang Ditempuh Para Pihak Untuk Menyelesaikan Sengketa Akibat Wanprestasi Di Radio Modilla Kota Solok.....	51
 BAB IV : PENUTUP	
A. Kesimpulan	55
B. Saran	56
DAFTAR KEPUSTAKAAN	58
 LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Menurut Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUD 1945) menyatakan bahwa, “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Artinya negara Indonesia menjalankan setiap tindakan berdasarkan aturan hukum yang berlaku. Sebagai negara hukum, Indonesia menjunjung tinggi hak asasi manusia hal ini diamanatkan dalam Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (Selanjutnya disebut UU HAM). Menurut Pasal 1 angka 1 menyatakan bahwa: “Hak asasi manusia adalah seperangkat hak yang melekat pada hakikat dan keberadaan manusia sebagai makhluk tuhan yang Maha Esa dan merupakan anugerahnya yang wajib dihormati, dijunjung tinggi dan dilindungi oleh negara, hukum, pemerintah dan setiap orang demi kehormatan serta perlindungan harkat dan martabat manusia”.

Berkaitan dengan rumusan pengertian HAM di atas, penegakan HAM seharusnya mengedepankan keseimbangan antara hak dan kewajiban melalui Pancasila dan instrument HAM yang berlaku di Indonesia. Salah satu bentuk HAM yang di atur dalam UU HAM adalah hak atas kebebasan pribadi dari Pasal 20-27. Di dalam Pasal 23 ayat (2) UU HAM tersebut menegaskan: “setiap orang bebas untuk mempunyai, mengeluarkan, dan menyebarkan pendapat sesuai hati nuraninya, secara lisan dan atau tulisan melalui media cetak maupun elektronik dengan memperhatikan nilai-nilai agama, kesusilaan, ketertiban, kepentingan umum, dan keutuhan bangsa”.

Ketentuan di atas tidak terlepas dari amanat Pasal 28 UUD 1945 yang memberikan kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan bagi setiap warga negara. Selanjutnya dalam Pasal 28F UUD 1945, menyatakan bahwa:“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.

Berdasarkan ketentuan di atas memberikan peluang pada setiap warga negara Indonesia untuk dapat mencari dan menyampaikan informasi menggunakan berbagai jenis saluran seperti saluran radio. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya kebebasan berpendapat dalam HAM sangat berkaitan dengan penyiaran yang terdapat di radio. Hal ini di atur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 Tentang Penyiaran (selanjutnya disebut UU Penyiaran) juga menyebutkan kebebasan berpendapat dalam penyiaran termasuk kedalam HAM. Kemerdekaan menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi melalui penyiaran sebagai perwujudan hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, dilaksanakan secara bertanggung jawab, selaras dan seimbang antara kebebasan dan kesetaraan menggunakan hak berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Didalam UU penyiaran menimbang poin D juga menyatakan bahwa, “lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang berperan penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, dan ekonomi,

memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol dan perekat sosial”.

Menurut Pasal 1 angka 2 UU Penyiaran menjelaskan bahwa “penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana tranmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran”. Selanjutnya Pasal 1 angka 3 menjelaskan tentang pengertian dari penyiaran radio yaitu “penyiaran radio media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan”.

Berfokus pada penyiaran radio, ada jasa penyiaran radio yang bergerak dalam bidang jasa penyiaran radio itu sendiri. Dimana jasa penyiaran radio dapat diselenggarakan oleh lembaga penyiaran terdiri atas: lembaga penyiaran pelayanan publik; lembaga penyiaran swasta; lembaga penyiaran komunitas; dan lembaga penyiaran berlangganan. Siaran iklan di radio terbagi atas 2 (dua) jenis yaitu siaran iklan niaga dan siaran iklan layanan masyarakat. Pengertian dari siaran iklan tersebut terdapat dalam UU Penyiaran Pasal 1 angka 6 dan 7. Adapun pengertian Siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan. Sedangkan siaran iklan layanan masyarakat adalah siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio dengan tujuan mempromosikan, memasyarakatkan, dan/atau

mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.

Dengan mengingat kemajuan teknologi dan dampak globalisasi menyebabkan radio saat ini mulai ditinggalkan oleh masyarakat, meskipun radio memiliki banyak fungsi dan kelebihan. Maka sudah seharusnya radio bersaing dengan media massa lain untuk memperoleh posisi yang kuat di dalam kehidupan masyarakat. Bila sebelumnya radio merupakan fungsi tunggal yaitu sebagai sarana hiburan semata, namun kini radio sudah memiliki saingan lain seperti media sosial lainnya. Radio selain sebagai media massa juga berkembang menjadi kepentingan industri khususnya bagi lembaga penyiaran swasta. Sama dengan media massa lain, radiopun juga berkembang melalui iklan komersial dan sebagainya. Hal ini juga diatur di dalam Pasal 19 UU Penyiaran yang berbunyi, “sumber pembiayaan lembaga penyiaran swasta di peroleh dari;

- a. Siaran iklan; dan atau
- b. Usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran”.

Iklan merupakan salah satu bagian yang penting untuk membangun dan menciptakan merek. Maka dari itu, iklan muncul dengan berbagai ragam pengucapan yang disesuaikan dengan kepribadian khalayak sasaran. Kreatifitas menjadi hal yang utama bagi biro iklan yang baik, tetapi kreatifitas tidak hanya satu-satunya yang dikejar pengiklan diperlukan strategi pemasaran dan kreatifitas iklannya. Ada 4 hal yang membuat produk/merek/jasa menjadi tangguh yaitu : difresiansi, relevan, esteem, dan pengetahuan (*knowledge*). Iklan mempengaruhi,

kepribadian merek dan jasa dapat dibentuk dan menjadi jaminan kualitas bagi konsumen untuk membeli merek atau memakai jasa produk tersebut.¹

Dalam keadaan demikian, untuk mengadakan ikatan dengan pihak lain diperlukan adanya perjanjian. Menurut Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) menyatakan bahwa "perjanjian adalah suatu perbuatan hukum dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan diri atau saling mengikatkan dirinya pada satu orang atau lebih." Sedangkan perikatan merupakan suatu hubungan hukum antara dua orang atau lebih dimana pihak yang satu berhak atas suatu prestasi dan pihak lainnya berkewajiban memenuhi prestasi tersebut. Jadi dari suatu perjanjian menimbulkan perikatan diantaranya dua orang yang membuatnya.²

Tidak jarang terjadinya wanprestasi dan *overmach* didalam perjanjian kerjasama pemasangan iklan diradio. Wanprestasi itu sendiri adalah terjadinya kesengajaan dari salah satu pihak tidak menjalankan kewajibannya dalam suatu perjanjian. Wanprestasi sering juga dipadankan pada kata lalai atau alpa, ingkar janji, atau melanggar perjanjian, bila saja salah satu pihak tidak boleh melakukan atau berbuat sesuatu yang tidak boleh dilakukan. Sedangkan *overmach* adalah keadaan yang tidak terduga berhalang memberikan sesuatu atau tidak berbuat sesuatu yang ia wajib melakukannya atau membuat sesuatu yang terlarang.³

Pemasangan iklan diradio sangat membutuhkan adanya kontrak yang merupakan wujud perjanjian dalam bentuk tertulis. Dengan perjanjian masing-masing pihak mempunyai dan memegang hak dan kewajibannya masing-masing.

¹Harley Prayuda, 2005, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana, Dan Praktik Penyiaran*, Malang: Bayumedia Punlishing, hlm 171.

² Ketut Oka setiawan, 2016, *Hukum Perikatan*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm 43

³*Ibid* hlm 19-23

Kontrak di radio tersebut, tentu terdapat hak dan kewajiban yang harus ditaati dan dijalankan bersama antara pengguna jasa dan penyedia pengiklanan radio tersebut. Hal ini agar dapat mewujudkan berlangsungnya kontrak secara baik dan optimal sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati dan ditetapkan dalam kontrak. Kontrak yang telah disepakati bersama menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuatnya hal ini sesuai dengan salah satu asas hukum perjanjian yang menyatakan bahwa perjanjian yang disepakati merupakan undang-undang yang harus dipatuhi oleh kedua belah pihak (*pacta sunt servada*). Apabila dikemudian hari terjadi ketidakpatuhan salah satu pihak terhadap isi dari perjanjian maka para pihak dapat melihat kembali kontrak yang telah disepakati tersebut sebagai pedoman dalam menyelesaikan perselisihan.

Berkaitan dengan itu di daerah Kota Solok sendiri terdapat 5 stasiun radio, yaitu Radio Modilla FM, Radio Fanesa 5 FM, Radio Gapilar Rasionia, Citra Nadasusa PT. Radio, dan Radio Belibis FM. Dari masyarakat sendiri masih banyak yang belum mengetahui tentang kontrak perjanjian dalam pengiklanan radio, prosedur yang harus diikuti, dan tanggung jawab hukum apabila terjadi kesalahan dari pelaksanaan kontrak pemasangan iklan produk jasa di radio-radio yang terdapat di Kota Solok.

Penyiaran iklan di radio mempunyai nilai ekonomis yang besar bagi pihak penyedia pengiklanan radio. Mereka berusaha agar proses yang dilakukan didalam pelaksanaannya tidak mengurangi dan menghilangkan nilai ekonomi tersebut. Dalam perjanjian kerjasama antara pihak pemasangan iklan dengan Radio Modilla FM juga berlaku syarat perjanjian seperti tertuang dalam Pasal 1320 dan 1338 ayat 1 KUHPerdota. Selain itu pihak pengguna jasa

pengiklanan berkewajiban untuk membayar penyiaran iklan radio sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.

Kesepakatan sebagaimana dimaksudkan di atas, jika tidak dilaksanakan dapat dikatakan salah satu pihak melakukan wanprestasi. Di radio Modilla Fm sering terjadi kesalah pahaman antara pihak radio dengan konsumen, kesalah pahaman itu sendiri di akibatkan karna perjanjian kontrak pemasangan iklan keliru sehingga menyebabkan pihak konsumen sering melanggar kontrak dengan tidak membayar iuran iklan secara tepat waktu. Artinya wanprestasi dalam kerjasama pemasangan iklan bisa disebabkan karena radio tidak menyiarkan iklan secara tepat waktu sesuai dengan kesepakatan dengan pihak pemasang iklan, atau juga disebabkan pihak pemasang iklan tidak membayar tepat waktu biaya pemasangan iklan sesuai yang disepakati, sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi pihak penyedia jasa pengiklanan radio.

Berdasarkan uraian diatas, hal ini menarik dilakukan penelitian tentang pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan di radio, khususnya di radio Modilla FM.. Selanjutnya penelitian karya ilmiah ini berbentuk skripsi dengan judul : **PELAKSANAAN PERJANJIAN PENYIARAN IKLAN DI RADIO MODILLA KOTA SOLOK.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penetiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan produk jasa di radio Modilla di Kota Solok?

2. Bagaimana bentuk-bentuk wanprestasi yang terjadi di Radio Modilla Kota Solok?
3. Upaya yang ditempuh para pihak untuk menyelesaikan sengketa akibat wanprestasi di Radio Modilla Kota Solok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan produk jasa di radio Modilla di kota Solok.
2. Untuk mengetahui bentuk-bentuk wanprestasi yang terjadi di Radio Modilla Kota Solok,
3. Untuk mengetahui upaya yang ditempuh para pihak untuk menyelesaikan sengketa akibat wanprestasi di Radio Modilla kota Solok.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian yang dapat diperoleh dalam penulisan ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dibidang hukum perdata.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi hukum bagi para akademisi dibidang hukum mengenai hukum perjanjian khususnyapada pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan di Radio Modilla Kota Solok.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum perdata pada umumnya dan hukum dalam pelaksanaan perjanjian

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang sangat berharga bagi berbagai pihak yang terkait, termasuk tentang Hukum perjanjian yang dilakukan oleh bermacam-macam lembaga.

b. Bagi Pihak Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang terkait dengan pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan guna memberikan pemahaman dan pengetahuan dibidang hukum.

c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan memberikan masukan bagi pemerintah dalam memberikan jaminan kepastian hukum bagi pihak-pihak yang melaksanakan perjanjian.

E. Metode Penelitian

Menurut Soerjono Soekanto Penelitian Hukum adalah suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode sistematis, dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari sesuatu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya.⁴ Dalam penelitian ini, penulis membutuhkan suatu metode penelitian yang akan menjadi pedoman dalam pelaksanaan penelitian sehingga

⁴ Soerjono Soekanto, 2008, "*Pengantar Penelitian Hukum*", Penerbit Universitas Indonesia (UI Press), Jakarta. hlm.43.

hasil penelitian yang dihasilkan menjadi valid, ilmiah dan dapat dipertanggung jawabkan. Penelitian pada dasarnya merupakan tahapan untuk mencari kembali sebuah kebenaran merupakan suatu sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, baik dari segi teori maupun praktek. Metode penelitian merupakan suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni. Oleh karena itu, penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis, dan konsisten.⁵ Melihat dari segi tujuan penelitian hukum, penelitian menggunakan metode penelitian *yuridis empiris*. *Yuridis empiris* berarti penelitian terhadap efektifitas hukum, bagaimana hukum beroperasi dalam masyarakat.⁶ Penelitian ini berbasis pada ilmu hukum normatif (peraturan-perundangan) tetapi bukan mengkaji mengenai sistem norma dalam aturan perundangan, namun mengamati bagaimana reaksi dan interaksi yang terjadi ketika sistem norma itu bekerja di dalam masyarakat.⁷

Metode pendekatan *yuridis empiris* menekankan penelitian yang bertujuan memperoleh pengetahuan hukum secara nyata dengan jalan mengamati pelaksanaan aturan dan penerapannya langsung ke objeknya yaitu, mengetahui pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan di Radio Modilla Kota Solok antara pihak radio dengan pihak pemasang iklan. Untuk melaksanakan metode *yuridis sosiologis* sebagaimana dimaksud diatas diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

⁵.Zainuddin Ali, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm 17

⁶ Zainuddin Ali, 2017, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm.31.

⁷ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2017, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, Hlm.47.

1. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif, yaitu bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu objek penelitian yang diteliti melalui sampel atau data yang telah terkumpul guna membahas mengenai permasalahan-permasalahan serta memperoleh gambaran yang menyeluruh, lengkap dan sistematis sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan yang berlaku umum pada suatu permasalahan hukum.⁸ Dalam hal ini yang akan penulis paparkan dalam penelitian adalah Pelaksanaan Perjanjian penyiaran iklan di Radio Modilla kota solok.

2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitian dilakukan di Kantor Stasiun Radio Modilla Kota Solok dan Pihak Penyedia Jasa Iklan di Kota Solok.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data

1) Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Data dikumpulkan dan diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang bersumber dari pengaturan perundang, buku-buku, jurnal dan hasil penelitian terdahulu. Penelitian kepustakaan dilakukan di:

- a) Perpustakaan Universitas Andalas;
- b) Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas.

2) Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Data lapangan yang diperlukan sebagai data penunjang diperoleh

⁸ Soejono soekanto, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI-Press, Jakarta, hlm.10.

melalui subjek penelitian yang berada di Kota Solok, dengan wawancara langsung dengan beberapa pihak yang terkait, data ini diperoleh melalui:

a) Pihak yang melaksanakan Perjanjian Penyiaran iklan;

b. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dilapangan guna memperoleh data yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Data diperoleh dengan langsung mengadakan wawancara dengan pihak yang mengadakan Perjanjian Penyiaran Iklan Radio Modella dikota Solok.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah ada dan terolah, dengan kata lain data tersebut telah ada, baik dalam literatur, perundang-undangan yang terkait dengan objek penelitian, atau sumber-sumber tertulis lainnya⁹. Data sekunder ini terdiri dari:

a) Bahan Hukum Primer yaitu merupakan bahan hukum yang mengikat,¹⁰ seperti : peraturan perundang-undangan. Dalam hal ini Peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan judul penelitian penulis yaitu Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan Radio Modella di kota Solok. seperti yang diatur dalam :

- (1) UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- (2) Undang-Undang Nomor 32 tahun 2003 Tentang Penyiaran
- (3) Undang-Undang nomor 34 Tahun 1999 Tentang Hak Azazi Manusia;

⁹Soerjono Soekanto, *Op.cit*, hlm. 29

¹⁰ Zaunuddin Ali, 2001, "*Metode Penelitian Hukum*" , Sinar Grafika, Jakarta, hlm.106.

- (4) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- b) Bahan Hukum Sekunder yaitu buku-buku maupun tulisan-tulisan ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini dimana memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer.
- c) Bahan Hukum Tersier merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier dapat berupa kamus, ensiklopedia, indeks kumulatif, dan sebagainya.¹¹

4. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi atau umum yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian dan ditarik kesimpulannya.¹² Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* yang termasuk dalam kategori *Non Probability Sampling* dalam artian, kategori yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, atau sampel langsung ditentukan oleh peneliti. Hal ini berarti pemilihan sampel dengan teknik *purposive sampling* dilakukan dalam usaha pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan sebelum untuk pemecahan masalah yang telah dirumuskan.¹³

¹¹ AmiruddindanZainalAsikin, 2004,*PengantarMetodePenelitianHukum*,PT. Raja Grafindo Persada,Jakarta,hlm.119.

¹²Sugiyono, 2011, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*", Alfabeta, Bandung. Hlm 56.

¹³*Ibid.* Hlm 81

Populasi yang akan digunakan oleh peneliti adalah pihak-pihak yang melaksanakan Perjanjian Penyiaran Iklan Radio di Kota Solok. Sedangkan sampel yang dipilih adalah pihak yang mengalami permasalahan dalam perjanjian penyiaran iklan di kota Solok, dalam hal ini yang diambil dalam tahun 2018 adalah pihak stasiun Radio Modella di Kota Solok.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data diawali dengan kegiatan penelusuran peraturan perundang-undangan dan sumber hukum positif lainnya dari sistem hukum yang dianggap relevan dengan pokok permasalahan hukum yang sedang dihadapi. Untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian ini dilakukan dengan cara :

a. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan yaitu, mempelajari dan memahami literatur, peraturan perundang-undangan, jurnal, dan buku-buku pustaka yang relevan dan berkaitan dengan permasalahan yang diteliti sebagai referensi penulis dalam melakukan penelitian. Studi kepustakaan merupakan metode tunggal yang dipergunakan dalam penelitian hukum normatif. Sedangkan bagi penelitian hukum empiris, studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dipergunakan bersama-sama metode lain seperti wawancara, pengamatan (observasi), dan kuisioner. Studi dokumen merupakan langkah awal dari setiap penelitian hukum (baik normatif maupun empiris). Untuk itu dipelajari buku – buku, jurnal, dan dokumen – dokumen serta artikel yang dapat mendukung permasalahan yang dibahas

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara lisan melalui tanya jawab antara peneliti dengan narasumber guna memperoleh informasi dari yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini sifat wawancara yang digunakan adalah semi terstruktur, dimana penulis membuat daftar pertanyaan yang akan ditanyakan, namun tidak menutup kemungkinan dilapangan nanti penulis akan menanyakan pertanyaan baru setelah melakukan wawancara dengan narasumber. Pihak akan diwawancarai dalam penelitian yang berjudul pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan di Radio Modilla FM Kota Solok.

c. Observasi

Didalam kehidupan sehari-hari, manusia telah terbiasa untuk melakukan pengamatan-pengamatan tertentu, manusia juga dapat mempelajari gejala-gejala di sekitarnya yang pada suatu saat menjadi pusat perhatiannya. Sudah tentu bahwa sesuai dengan tujuan maka penggunaan pengamatan sebagai sarana pengumpulan data mengenai perilaku yang nyata.

6. Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data dikumpulkan dari lapangan dengan lengkap, maka tahap berikutnya adalah mengolah dan menganalisis data. Hasil dari pengumpulan data di atas selanjutnya akan diolah dengan proses *editing*. Proses editing adalah tahap yang dilakukan oleh peneliti setelah memperoleh data-data, maka catatan informasi akan diolah dan diteliti kembali, guna untuk mengetahui apakah catatan itu sudah cukup baik dan dapat segera disiapkan dan di analisis.

Setelah proses pengolahan data, yang dimaksud analisa data kualitatif menurut pendapat Bogdan dan Tailor yaitu metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan data melalui bentuk kata dan digunakan untuk menafsirkan dan menginterpretasikan data hasil lisan atau tertulis dari orang tertentu dan perilaku yang diamati.¹⁴

Analisis data secara kualitatif yaitu ditujukan untuk menghubungkan permasalahan yang ditemukan pada praktiknya dengan teori, peraturan perundang-undangan atau pendapat ahli hukum, sehingga diperoleh data yang tersusun secara sistematis dalam bentuk kalimat sebagai gambaran dari yang diteliti untuk mendapatkan kesimpulan. Dalam hal ini penulis menyajikan secara deskriptif yaitu dengan menggambarkan, menguraikan, dan menjelaskan tentang pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan di Radio Modilla FM Kota Solok.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarah dan terstruktur penulisan ini, sehingga pembahasan penelitian ini akan lebih jelas dan terfokus, maka penulis perlu merumuskan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat uraian-uraian yang menjadi pondasi dari penelitian yang akan penulis lakukan. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan kepustakaan, metode penelitian dan sistematika penulisan.

¹⁴Lexi J. Moleong, 1991, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Rosyda Karya. hlm.4

BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

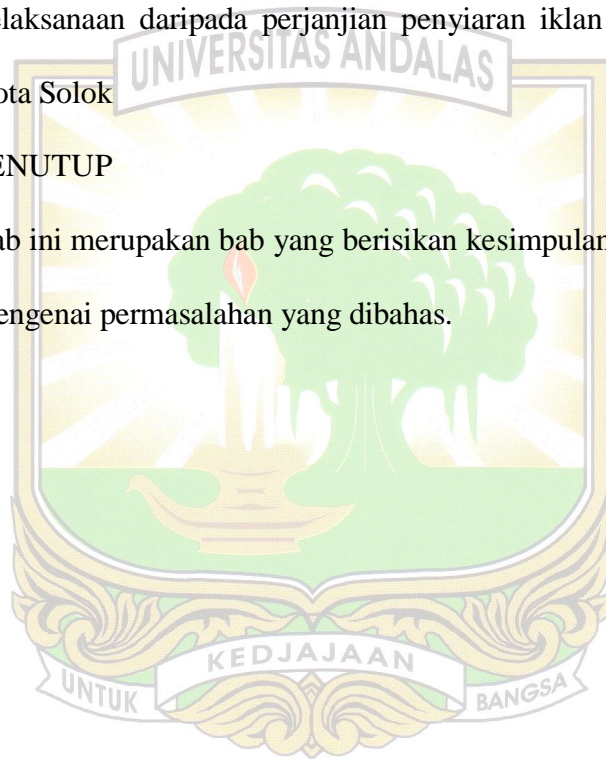
Dalam bab ini, penulis akan membahas mengenai konsep perjanjian dalam aturan KUHPerdara dan maupun Undang-Undang Negara Republik Indonesia, dan materi lain yang bersinggungan dengan penulisan ini yang sesuai dengan literature hokum yang ada.

BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis akan membahas tentang Bagaimana Pelaksanaan daripada perjanjian penyiaran iklan radio Modella di Kota Solok

BAB IV : PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang berisikan kesimpulan dan saran penulis mengenai permasalahan yang dibahas.



BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang dikenal dengan KUHPerdata mengenal istilah perjanjian dan perikatan. Walaupun pada dasarnya KUHPerdata tidak memberikan definisi yang tegas dari perikatan, namun kata perjanjian dan kata perikatan merupakan istilah yang telah dikenal dalam KUHPerdata. Pada dasarnya KUH Perdata tidak secara tegas memberikan definisi dari perikatan, akan tetapi pendekatan terhadap pengertian perikatan dapat diketahui dari pengertian perjanjian dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang didefinisikan sebagai suatu perbuatan hukum yang mana salah satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Defenisi Perjanjian Menurut Para Ahli :

a. Subekti

Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada orang lain, atau dimana dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.

b. Salim H.S

Menurut Salim H.S defenisi perjanjian adalah perjanjian atau kontrak adalah hubungan hukum antara subjek hukum satu dengan subjek hukum lain dalam, bidang harta kekayaan, subjek hukum yang satu berhak atas prestasi dan begitu pula subjek hukum lain

berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya sesuai dengan yang disepakatinya.

c. Abdulkhadir Muhammad

Perjanjian adalah suatu perjanjian yang mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan.

Perjanjian juga dapat disebut sebagai persetujuan, karena dua pihak tersebut setuju untuk melakukan sesuatu. Perjanjian kerjasama dalam suatu bisnis dilakukan secara formal maupun informal, hal disesuaikan dengan jenis kerjasama yang hendak dilakukan. Selain itu, pembuatan perjanjian kerjasama disesuaikan dengan kesepakatan semua pihak yang terlibat didalamnya.¹⁵

Sebagaimana telah diutarakan di atas, timbulnya perjanjian standar di dalam lalu lintas hukum kontrak Nasional dan Internasional dilandasi oleh kebutuhan akan pelayanan yang efektif dan efisien kegiatan transaksi. Oleh karena itu, karakter utama dari sebuah perjanjian standar adalah pelayanan yang cepat (efisien) terhadap kegiatan transaksi yang tinggi namun tetap dapat memberikan kekuatan serta kepastian hukum (efektif).¹⁶

Agar perjanjian standar dapat memberi pelayanan yang cepat, isi dan syarat (*conditional*) perjanjian standar harus ditetapkan terlebih dahulu secara tertulis dalam bentuk formulir, kemudian digandakan dalam jumlah tertentu sesuai dengan kebutuhan. Formulir-formulir tersebut kemudian ditawarkan

¹⁵ <http://repository.usu.ac.id/> diakses pada tanggal 21 Juli 2020 pukul 02.00 Wib

¹⁶ *Ibid.* hlm 28.

kepada para konsumen secara massal, tanpa memperhatikan perbedaan kondisi mereka satu sama lain.¹⁷

Dalam uraian di atas, karakter dari suatu perjanjian standar dapat dikemukakan secara berurutan sebagai berikut.

1. Isi kontrak telah ditetapkan secara tertulis dalam bentuk formulir yang digandakan.
2. Penggandaan kontrak dimaksudkan untuk melayani permintaan para konsumen yang berfrekuensi tinggi sering dan banyak atau masal.
3. Konsumen dalam banyak hal menduduki posisi tawar menawar (kedudukan transaksi) yang lebih rendah dari pada produsen.

Fungsi kontrak dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu fungsi yuridis dan fungsi ekonomis. Fungsi yuridis kontrak adalah dapat memberikan kepastian hukum bagi para pihak sedangkan fungsi ekonomis adalah menggerakkan (hak milik) sumber daya dari nilai penggunaan yang lebih rendah menjadi nilai yang lebih tinggi.¹⁸

Mark Zimmerman juga mengemukakan orang barat tentang fungsi kontrak, ia mengemukakan bahwa :

“bagi orang-orang barat kontrak adalah dokumen hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari para pihak yang membuatnya. Apabila terjadi perselisihan mengenai pelaksanaan perjanjian diantara para pihak. Dokumen hukum itu akan dirujuk untuk menyelesaikan perselisihan itu. Apabila perselisihan tidak dapat diselesaikan dengan mudah melalui perundingan di antara para pihak sendiri (karena memakan waktu dan tenaga yang tidak sedikit). Mereka akan menyelesaikan melalui litigasi . isi kontrak itu yang akan dijadikan dasar oleh hakim untuk menyelesaikan perikatan itu”.¹⁹

¹⁷ *Ibid.hlm 29.*

¹⁸ *Ibid.hlm 30.*

¹⁹ Syahmin, 2005, Hukum Kontrak Internasional, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm.

Disamping itu menurut Abdullah kontrak berfungsi untuk mengamankan transaksi bisnis . Suatu kontrak dalam bisnis sangatlah penting, karena dari kontrak itu paling tidak dapat diketahui :

1. Perikatan apa yang dilakukan, kapan, dan dimana kontrak tersebut dilakukan.
2. Siapa saja yang saling mengikatkan diri dalam kontrak tersebut.
3. Hak dan kewajiban para pihak, apa yang harus, apa yang boleh, dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh para pihak.
4. Syarat-syarat berlakunya kontrak tersebut.
5. Cara-cara yang dipilih untuk menyelesaikan perselisihan dan pilihan domisi hukum yang dipilih bila terjadi perselisihan antara para pihak.
6. Kapan berakhirnya kontrak atau hal-hal apa saja yang mengakibatkan berakhirnya kontrak tersebut.
7. Sebagai alat kontrol bagi para pihak, apakah masing-masing pihak telah menunaikan kewajiban atau prestasinya atau belum ataukah telah melakukan suatu wanprestasi.
8. Sebagai alat bukti bagi para pihak apabila dikemudian hari terjadi perselisihan di antara mereka, misalnya salah satu pihak wanprestasi. Termasuk juga apabila ada pihak ketiga yang mungkin keberatan dengan suatu kontrak yang mengharuskan kedua belah pihak untuk membuktikan hal-hal yang berkaitan dengan kontrak tersebut.²⁰

Dalam melakukan pemasangan iklan perlu adanya perjanjian atas kesepakatan para pihak yang melakukan hal tersebut. Pihak-pihak yang

²⁰ *Op.cit.*, hlm. 30.

melakukan pemasangan iklan tersebut yaitu stasiun radio atau lembaga penyiar terhadap pemasang iklan apakah pribadi atau organisasi dan badan hukum.

Berdasarkan jenis perjanjian, maka perjanjian kerjasama tentang pemasangan iklan di lembaga penyiaran radio termasuk perjanjian atas dasar konsensual, karena perjanjian dianggap sah setelah terjadi kesepakatan antara para pihak yang membuat perjanjian, yaitu antara pihak lembaga penyiar radio dengan pemasang iklan.

Menurut Pasal 1319 KUHPerdara, perjanjian dibedakan menjadi dua macam yaitu :

1. Perjanjian Bernama (*Nominaat*)

Perjanjian bernama adalah perjanjian-perjanjian yang diatur dan diberi nama oleh pembentuk undang-undang. Berdasarkan tipe yang paling banyak terjadi sehari-hari. Perjanjian ini terdapat dalam Bab V – Bab XVIII KUHPerdara.

2. Perjanjian Tidak Bernama (*Innominaat*)

Perjanjian tidak bernama yaitu perjanjian yang tidak diatur dalam KUHPerdara, tetapi tumbuh dimasyarakat. Lahirnya perjanjian ini disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan pihak- pihak yang mengadakannya, seperti perjanjian kerjasama, perjanjian pemasaran, perjanjian pengelolaan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat kita ketahui bahwa perjanjian kerjasama tentang pemasangan iklan di lembaga penyiaran radio termasuk perjanjian tidak bernama (*Innominaat*). Menurut Pasal 1319 KUHPerdara, baik perjanjian yang

bernama maupun tiak bernama (semua perjanjian baik yang diatur dalam KUHPerdara Buku III bab V sampai dengan Bab XVIII dan yang terdapat di luar Buku III KUHPerdara) tunduk pada ketentuan-ketentuan umum dari KUHPerdara Buku III Bab I dan Bab II.

2. Asas-Asas Hukum Perjanjian

Dalam menciptakan keseimbangan memelihara hak-hak yang dimiliki oleh para pihak sebelum perjanjian yang dibuat menjadi perikatan yang mengikat bagi para pihak maka kitab undang-undang hukum perdata memberikan asas umum yang merupakan pedoman dan menjadi rambu dalam mengatur dan membentuk perjanjian yang akan dibuat hingga menjadi suatu perikatan yang berlaku bagi para pihak yang pelaksanaannya dan pemenuhannya dapat dipaksakan.²¹

Dalam KUHPerdara terdapat beberapa asas umum yang harus di taati bagi para pihak yang melakukan perjanjian :

a. Asas personalia

Pasal 1315 KUHPerdara menyatakan bahwa “pada umumnya tak seorang dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta di tetapkannya suatu perjanjian dari pada untuk dirinya sendiri

b. Asas konsensualitas

Dasarnya suatu perjanjian yang dibuat secara lisan antara dua orang atau lebih mengikat, dan oleh karena itu menimbulkan perjanjian tersebut yang berlaku segera setelah orang-orang tersebut mencapai kesepakatan atau konsensus

²¹ Subekti, 2008, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: intermasa, hlm14

c. Asas kebebasan berkontrak

Seperti halnya asas konsensual, pentingnya asas kebebasan berkontrak juga dirumuskan dalam ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara dengan adanya asas ini maka para pihak membuat dan mengadakan suatu perjanjian dibolehkan untuk menyusun dan membuat kesepakatan untuk menemukan keinginan maupun tujuan dibentuknya perjanjian tersebut sepanjang tidaklah sesuatu yang dilarang²².

d. Perjanjian berlaku sebagai undang-undang (*pacta sunservanda*)

Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

e. Perjanjian dilaksanakan dengan ikhtikad baik

Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara menyatakan bahwa “suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan ikhtikad baik”. Pasal tersebut menegaskan bahwa sesuatu yang sepakati dan disetujui oleh para pihak, “pelaksanaan prestasi dalam tiap-tiap perjanjian harus dihormati sepenuhnya sesuai dengan kehendak para pihak pada saat perjanjian ditutup”.²³

²²Abdul kadir Muhammad,1990,*Hukum Perikatan*, Bandung : Citra Aditya Bakti, hlm. 78,Op.cit,hlm. 87

²³Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja,2003, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta,hlm 14

3. Syarat Sahnya Perjanjian

Menurut Pasal 1320 KUHPerdara, suatu perjanjian harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :²⁴

a. Kesepakatan (*Toesteming/Izin*) Kedua Belah Pihak

Syarat yang pertama sahnya kontrak adalah adanya kesepakatan para pihak. Kesepakatan antara para pihak yang membuat perjanjian berarti terjadinya pertemuan atau kesesuaian kehendak yang terjadi diantara para pihak, dan kesepakatan tersebut harus diberikan secara bebas, artinya bebas dari paksaan, kekhilafan, dan penipuan sebagaimana tercantum dalam Pasal 1321 KUHPerdara.

b. Kecakapan Bertindak

Cakap disini menurut hukum yaitu seseorang memiliki kewenangan untuk melakukan perbuatan hukum, baik untuk kepentingan diri sendiri atau pihak lain yang diwakili misalnya mewakili sebuah badan hukum. Dalam Pasal 1330 KUHPerdara telah ditentukan siapa saja para pihak yang tidak cakap yaitu : 1) orang-orang yang belum dewasa; 2) mereka yang ditaruh dibawah pengampuan; 3) orang-orang perempuan dan orang-orang tertentu yang dilarang untuk membuat perjanjian tertentu. Dengan berlakunya Undang –Undang Nomor 1 tahun 1974 tentang Perkawinan, maka istri adalah cakap untuk melakukan perbuatan hukum, termasuk membuat perjanjian. Sedangkan kewenangan

²⁴Sri Soesilowati Mahdi, Surini Ahlan Sjarif, Akhmad Budi Cahyono,2005,*HUKUM PERDATA (SUATU PENGANTAR)*, CV. Gitama Jaya, Jakarta, hlm. 141 – 144.

untuk mewakili sebuah badan hukum harus dilihat dari anggaran dasarnya atau berdasarkan surat kuasa yang diberikan kepadanya.

c. Hal Tertentu

Hal tertentu maksudnya adalah obyek perjanjian atau prestasi yang diperjanjikan harus jelas, dapat dihitung, dan dapat ditentukan jenisnya.

d. Sebab Yang Halal

Sebab yang halal maksudnya adalah isi suatu perjanjian tidak boleh bertentangan dengan Undang-undang, ketertiban umum, dan kesusilaan.

Pada syarat pertama dan kedua disebut dengan syarat subyektif karena menyangkut subyeknya. Akibat hukum yang terjadi dengan dilanggarnya syarat tersebut baik salah satu atau keduanya mengakibatkan perjanjian dapat dibatalkan (*Voidable*). Sedangkan syarat ketiga dan keempat disebut dengan syarat obyektif, karena menyangkut obyek yang diperjanjikan. Akibat hukum jika syarat obyektif ini dilanggar maka perjanjian tersebut tidak memiliki kekuatan hukum sejak semula dan tidak mengikat para pihak yang membuat perjanjian atau biasa disebut dengan batal demi hukum (*null and void*).²⁵

4. Akibat Hukum Perjanjian

Sebagaimana telah dijelaskan diatas, perjanjian bukanlah perikatan moral tetapi perikatan hukum yang memiliki akibat hukum. Akibat hukum dari perjanjian yang sah adalah berlakunya perjanjian sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Yang dimaksud dengan berlaku sebagai undang-

²⁵Riduan Syahrani,1992,*Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata*, Cet.III, Penerbit Alumni, Bandung, hlm. 222.

undang bagi mereka yang membuatnya, adalah bahwa kesepakatan yang dicapai oleh para pihak dalam perjanjian mengikat para pihak sebagaimana mengikatnya suatu undang-undang. Para pihak dalam perjanjian tidak boleh keluar dari perjanjian secara sepihak, kecuali apabila telah disepakati oleh para pihak atau apabila berdasarkan pada alasan-alasan yang diatur oleh undang-undang atau hal-hal yang disepakati dalam perjanjian.

Sekalipun dasar mengikatnya perjanjian berasal dari kesepakatan dalam perjanjian, namun suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga mengikat untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan oleh kepatutan, dan kebiasaan atau undang-undang. Untuk itu setiap perjanjian yang disepakati harus dilaksanakan dengan itikad baik dan adil bagi semua pihak.

5. Wanprestasi

Wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dan debitur.²⁶ Apabila salah satu pihak tidak melakukan apa yang dijanjikan, maka dikatakan bahwa ia melakukan wanprestasi, alpa atau lalai atau ingkar janji. Wanprestasi dapat berwujud empat macam:²⁷

- a. Pihak debitur sama sekali tidak melakukan prestasi.
- b. Pihak debitur terlambat dalam melakukan prestasi.
- c. Pihak debitur salah atau keliru dalam melakukan prestasi.
- d. Pihak debitur melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.

²⁶Salim H.S, 2003, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafik, Jakarta, hlm 98.

²⁷Subekti, *Hukum Perjanjian*, cetakan ke IV, PT Intermasa, Jakarta, hlm 45.

Untuk menentukan saat terjadinya wanprestasi ternyata tidaklah mudah. Undang-undang memberikan pemecahannya dengan mengadakan lembaga pernyataan lalai (*ingebrekestelling*). Fungsi pernyataan lalai itu adalah merupakan upaya hukum untuk menentukan kapankah saat mulai terjadinya wanprestasi.

Pernyataan lalai merupakan pemberitahuan kreditur kepada debitur yang berisi ketentuan yang menyatakan pada saat kapan selambat-lambatnya kreditur itu meminta pemenuhan prestasi yang harus dilakukan oleh debitur itu semuanya dengan mengingat asas kepantasan.

Apakah pernyataan lalai juga diperlukan terhadap seluruh bentuk wanprestasi? Untuk menjawab pertanyaan tersebut harus diterapkan pada masing-masing bentuk wanprestasi tersebut yaitu:

- a. Wanprestasi dimana debitur sama sekali tidak melakukan prestasi. Dalam hal ini debitur tidak perlu dinyatakan lalai oleh kreditur karena dalam hal ini tidak dapat diharapkan debitur dapat berprestasi.
- b. Wanprestasi terlambat melakukan prestasi. Jika dalam perjanjian ditentukan bahwa dengan lewatnya waktu tertentu debitur sudah dianggap lalai, maka tidak diperlukan pernyataan lalai lagi. Sedangkan bila debitur sebetulnya masih bersedia memenuhi prestasi, hanya terlambat saja maka masih diperlukan pernyataan lalai.
- c. Untuk wanprestasi keliru / salah melakukan prestasi. Prof. Pitlo berpendapat bahwa dalam hal debitur keliru melakukan prestasi,

ingebrekestelling adakalanya perlu, namun ada kalanya tidak, dankriterianya adalah : apabila kelirunya dengan *te goeder trouw* maka perlu *ingebrekestelling* sedang apabila kelirunya dengan *te kweder trouw* maka disini tidak perlu *ingebrekestelling*. Disini kreditur langsung meminta pemenuhan / pemutusan perikatan.

- d. Untuk wanprestasi dimana debitur melakukan yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan, maka berdasarkan pada Pasal 1242 KUH Perdata, pelanggaran larangan tersebut, debitur dapat dituntut di muka pengadilan untuk mengganti biaya, rugi dan bunga. Dengan demikian pernyataan lalai tidak diperlukan.

Tentang bentuk pernyataan lalai dalam Pasal 1238 KUH Perdata diatur sebagai berikut : Si berutang adalah lalai apabila ia dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan atau demi perikatannya sendiri ialah jika ini menetapkan bahwa si berutang akan harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan. Dari pasal tersebut dapat diketahui bahwa bentuk pernyataan lalai adalah suatu “surat perintah”. Yang dimaksud surat perintah ini adalah suatu peringatan resmi yaitu peringatan oleh seorang juru sita pengadilan negeri. Sedang pengertian “akta sejenis” oleh undang-undang dimaksudkan adalah suatu peringatan tertulis. Akan tetapi dalam perkembangannya sekarang ditafsirkan sebagai suatu peringatan atau teguran yang juga boleh dilakukan secara lisan, asalkan cukup tegas menyatakan desakan kreditur supaya prestasi dilakukan dengan seketika atau dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Tetapi untuk mengajukan pernyataan lalai

dilakukan secara tertulis supaya nanti dimuka pengadilan mudah membuktikannya dan sulit dipungkiri oleh debitur.

Terhadap wanprestasi itu diancam beberapa sanksi atau hukuman yaitu:

- a. Membayar kerugian yang diderita oleh kreditur atau dengan singkat dinamakan ganti rugi;
- b. Pembatalan perjanjian atau juga dinamakan “pemecahan” perjanjian;
- c. Peralihan risiko
- d. Membayar biaya perkara, apabila sampai diperkarakan di muka hakim.²⁸

Seseorang debitur yang dituduh lalai dan dimintakan supaya kepadanya diberikan hukuman atas kelalaiannya, ia dapat membela diri dengan mengajukan beberapa macam alasan untuk membebaskan dirinya dan hukuman-hukuman itu. Peembelaan ada tiga macam, yaitu:²⁹

- a. Mengajukan tuntutan adanya keadaan memaksa (*overmacht* atau *force majeure*)
- b. Mengajukan bahwa si berpiutang (kreditur) juga telah lalai (*exception non adimpleti contractus*)
- c. Mengajukan bahwa kreditur telah melepaskan haknya untuk menuntut ganti rugi (pelepasan hak; bahasa Belanda: *rechtserwerking*)

6. Pengertian dan Unsur-unsur Perjanjian Melakukan Pekerjaan

Perjanjian untuk melakukan pekerjaan diatur dalam Buku III BabIV KUH Perdata. Dengan melihat rumusan Pasal 1601 KUH Perdata, maka

²⁸Ketut Oka setiawan, S.H., M.H., SpN, 2016, *Hukum Perikatan*, Jakarta : Sinar Grafika, hlm 19

²⁹Subekti, *Op.cit*,hlm.27.

pengertian perjanjian untuk melakukan pekerjaan adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan diri untuk melakukan pekerjaan bagi lainnya dengan menerima upah.

Dari pernyataan di atas, maka perjanjian untuk melakukan pekerjaan mempunyai unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Ada dua pihak yang saling mengikatkan diri;
- b. Ada pekerjaan tertentu yang diselenggarakan;
- c. Ada upah atau harga tertentu untuk menyelenggarakan pekerjaan tersebut.

Undang-undang membagi pekerjaan diatas hanya ada dua pihak, ini tidak berarti menutup kemungkinan hadirnya pihak ketiga.

Pengaturan perjanjian melakukan pekerjaan terdapat dalam Pasal 1601 KUH Perdata. Dalam hal perjanjian pemasangan iklan di radio, pihak radio mengikatkan dirinya untuk melakukan pekerjaan bagi pihak pemasang iklan dengan menerima pembayaran. Pihak radio melakukan jasa-jasa tertentu untuk kemudian dibayar oleh pihak pemasang iklan. Sedangkan pada Pasal 1604 KUH Perdata mengatur bagaimana pemborongan kerja dilakukan. Pasal ini juga berkaitan dengan permasalahan yang di teliti karena dalam perjanjian pemasangan iklan di radio akan ada dua pilihan yaitu, pihak stasiun radio akan melakukan pekerjaan yaitu memproduksi iklan sampai dengan menyiarkannya atau hanya akan menerima materi dari pihak pemasang iklan dan tugas stasiun radio hanya menyiarkannya sesuai kesepakatan. Hal ini juga harus menjadi perhatian dari masing-masing pihak, karena materi iklan yang akan di sampaikan harus sesuai dengan apa yang di kehendaki oleh pemasang iklan.

Dalam perjanjian pemasangan iklan di radio, tidak terdapat unsur perjanjian kerja/buruh, karena dalam perjanjian ini yang ada yaitu pihak penjual dalam hal ini pihak stasiun radio dan pihak pembeli dalam hal ini adalah pemasang iklan. Jadi penulis hanya akan menggunakan dua hal dalam perjanjian melakukan pekerjaan yaitu perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu dan perjanjian pemborongan pekerjaan.

7. Berakhirnya perjanjian

a. Pembayaran

Pasal 1382 KUHPerduta sampai dengan Pasal 1403 KUH Perdata. Pelunasan utang oleh debitur kepada kreditur. Pembayaran seperti ini dilakukan dalam bentuk uang atau barang.

b. Pembaruan utang (novasi)

Novasi diatur dalam Pasal 1413 KUH Perdata sampai dengan Pasal 1421 KUH Perdata. Pembaruan utang (novasi) adalah sebuah persetujuan di mana suatu perikatan telah dibatalkan dan sekaligus suatu perikatan lain harus dihidupkan, yang ditempatkan ditempat yang asli.

c. Kompensasi

Kompensasi atau perjumpaan utang diatur dalam Pasal 1425 KUH Perdata sampai dengan Pasal 1435 KUH Perdata. Yang diartikan dengan kompensasi adalah penghapusan masing-masing utang dengan jalan saling memperhitungkan utang yang sudah dapat ditagih antara kreditur dan debitur

d. Pembebasan utang

Pembebasan utang diatur dalam Pasal 1438 KUH Perdata s.d. 1443 KUH Perdata. Pembebasan utang adalah suatu pernyataan sepihak dari kreditur kepada debitur, bahwa debitur dibebaskan dari perutangan.

e. Kebatalan atau Pembatalan Kontrak

Kebatalan kontrak diatur dalam Pasal 1446 KUH Perdata s.d. Pasal 1456 KUH Perdata. Ada tiga penyebab timbulnya pembatalan kontrak, yaitu:

- 1) Adanya perjanjian yang dibuat oleh orang-orang yang belum dewasa dan dibawah pengampuan;
- 2) Tidak mengindahkan bentuk perjanjian yang disyaratkan dalam undang-undang;
- 3) Adanya cacat kehendak. Cacat kehendak (*vrilsgebreken*) adalah kekurangan dalam kehendak orang atau orang-orang yang melakukan perbuatan yang menghalangi terjadinya persesuaian kehendak dari para pihak dalam perjanjian.
- 4) Berlakunya Syarat Batal. Syarat batal adalah suatu syarat yang bila dipenuhi akan menghapuskan perjanjian dan membawa segala sesuatu pada keadaan semula, seolah-olah tidak ada suatu perjanjian (Pasal 1265 KUH Perdata).
- 5) Jangka Waktu Kontrak telah berakhir. Setiap kontrak yang dibuat oleh para pihak, baik kontrak yang dibuat melalui akta dibawah tangan maupun yang dibuat oleh atau di muka pejabat yang

berwenang telah ditentukan secara tegas jangka waktu dan tanggal berakhirnya kontrak.

- 6) Dilaksanakan Objek Perjanjian
- 7) Kesepakatan Kedua Belah Pihak. Kesepakatan kedua belah pihak merupakan salah satu cara berakhirnya kontrak, di mana kedua belah pihak telah sepakat untuk menghentikan kontrak yang telah ditutup antara keduanya.
- 8) Pemutusan Kontrak Secara Sepihak.
- 9) Putusan Pengadilan. Penyelesaian sengketa di bidang kontrak dapat ditempuh melalui dua pola, yaitu melalui pengadilan dan di luar pengadilan.

B. Tinjauan Umum Tentang Siaran Iklan

1. Pengertian Siaran Iklan

Menurut Pasal 1 Ayat 5 Undang-Undang RI No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran di tegaskan bahwa: “Siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan”.

2. Macam-Macam Siaran Iklan

Dalam bisnis periklanan di media, ada dua jenis iklan yang selama ini digunakan oleh para pihak pelaku bisnis periklanan dan tercantum dalam Pasal 46 Ayat (1) Undang-Undang Penyiaran No 32 Tahun 2002, yaitu: Siaran iklan niaga dan siaran iklan layanan masyarakat.

a. Siaran Iklan Niaga

Pengertian siaran iklan niaga menurut Pasal 1 ayat (6) Undang-undang No 32 Tahun 2002 adalah “Siaran iklan niaga adalah siaran iklankomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan”. Adapun Pasal 46 berisi hal hal yang harus diperhatikan dalam pemasangan iklan di radio yaitu:

- 1) Siaran iklan niaga dilarang melakukan:
 - a) Promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain;
 - b) Promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif;
 - c) Promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;
 - d) Hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau
 - e) Eksploitasi anak dibawah umur 18 tahun, (Ayat 3).
- 2) Materi siaran iklan yang disiarkan melalui lembaga penyiaran wajib memenuhi persyaratan yang dikeluarkan oleh komisi penyiaran Indonesia (KPI), (Ayat 4).

- 3) Siaran iklan niaga yang disiarkan menjadi tanggung jawab lembaga penyiaran, (Ayat 5).
- 4) Siaran iklan niaga yang disiarkan pada mata acara siaran untuk anak-anak wajib mengikuti standar siaran untuk anak-anak, (Ayat 6).
- 5) Lembaga Penyiaran wajib menyediakan waktu untuk siaran iklan layanan masyarakat, (Ayat 7).
- 6) Waktu siaran iklan niaga untuk Lembaga Penyiaran Swasta paling banyak 20% (dua puluh persen), sedangkan untuk Lembaga Penyiaran Publik paling banyak 15% (lima belas persen) dari seluruh waktu siaran, (Ayat 8).

b. Siaran iklan layanan masyarakat

Siaran iklan layanan masyarakat menurut Pasal 1 Ayat (7) adalah: siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.

3. Pengertian Pemasangan Iklan di Radio

Pemasangan iklan adalah pekerjaan yang dibebankan kepada pihak radio dari pemasang iklan (*client*) agar produk yang dipunyai oleh pemasang iklan dapat diperkenalkan dan dipromosikan kepada masyarakat luas khususnya pendengar radio. Mengacu pada pengertian siaran iklan, maka

pemasangan iklan di radio lazimnya dapat mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.

Setiap pekerjaan yang dibebankan dari pemasang iklan kepada pihak radio melalui biro iklan harus mendapat persetujuan dari pemasang iklan tersebut. Persetujuan harus dilakukan secara tertulis karena berkaitan dengan mekanisme pembayaran yang akan dilakukan oleh pemasang iklan kepada pihak stasiun radio. Inilah yang dinamakan perjanjian pemasangan iklan di radio. Dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di sebuah stasiun radio, antara pihak stasiun radio dengan pihak pemasang iklan mempunyai standar sendiri dalam menentukan perjanjiannya. Setiap radio mempunyai klausul yang berbeda-beda yang dituangkan dalam Surat Pesanan Iklan. Namun isi perjanjian tersebut sebenarnya mempunyai arti yang sama yaitu apabila pemasang iklan sudah membayar atau membarter maka pihak stasiun radio berkewajiban memutar iklan yang sudah di bayar tersebut Sama seperti perjanjian pada umumnya, perjanjian pemasangan iklan akan berakhir dengan sendirinya apabila para pihak sudah melaksanakan prestasinya dengan sempurna.

4. Pengertian Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio

Setiap pekerjaan yang dibebankan dari pemasang iklan kepada pihak radio melalui biro iklan harus mendapat persetujuan dari pemasang iklan tersebut. Persetujuan harus dilakukan secara tertulis karena berkaitan dengan mekanisme pembayaran yang akan dilakukan oleh pemasang iklan kepada pihak stasiun radio. Inilah yang dinamakan perjanjian pemasangan iklan di radio.

5. Pengaturan Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio

Dalam perjanjian pemasangan iklan niaga di sebuah stasiun radio, antara pihak stasiun radio dengan pihak pemasang iklan mempunyai standar sendiri dalam menentukan perjanjiannya. Setiap radio mempunyai klausul yang berbeda-beda yang dituangkan dalam Surat Pesanan Iklan. Namun isi perjanjian tersebut sebenarnya mempunyai arti yang sama yaitu apabila pemasang iklan sudah membayar atau membarter maka pihak stasiun radio berkewajiban memutar iklan yang sudah di bayar tersebut. Sama seperti perjanjian pada umumnya, perjanjian pemasangan iklan akan berakhir dengan sendirinya apabila para pihak sudah melaksanakan prestasinya dengan sempurna.

6. Para pihak dalam Perjanjian Pemasangan Iklan Niaga di Radio

a. Pemasang Iklan (*Client*)

Pemasang iklan adalah pihak yang membayar sejumlah uang atau barter agar produk yang ia punya di iklankan oleh pihak stasiun radio.

b. Biro iklan

Biro iklan adalah pihak yang menghubungkan antara produsen dan pihak radio. Tugas biro iklan adalah mendata tiap-tiap radio secara lengkap baik secara format, gaya siaran, pendengar dan lain sebagainya, sehingga dapat memberikan gambaran dan informasi

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan Produk Jasa di Radio Modilla di Kota Solok

Radio Modilla Fm adalah salah satu radio swasta di Kota Solok yang didirikan oleh seseorang yang bernama Alwiyang yang kini sebagai direktur Radio Modilla yang bertujuan guna memberikan sarana hiburan, informasi, pendidikan, sosial serta sebagai media promosi bagi masyarakat di Kota dan Kabupaten Solok. Radio Modilla sudah terdaftar secara resmi dan terdaftar pada Akta Pendirian Perseroan Terbatas (PT) dan Menkumham PT. Radio Modilla Media Utama dengan nomor register: C-00964 HT.01.01.TH 2006 pada Tanggal 26 Januari 2006. Radio Modilla berkantor di Jalan Talao No. 93 C Sinapa Piliang Kota Solok.

Modilla FM merupakan perusahaan penyiaran yang memiliki visi misi yakni “*The Smart Radio*” yang berharap dapat membuat program yang cerdas menciptakan peluang, mencerdaskan masyarakat dalam kehidupannya dan cerdas mengapresiasi budaya lokal dan budaya global. Dengan melihat pola kehidupan penduduk Kota dan Kabupaten Solok yang masih mencintai budaya karya anak nagari, sesuai dengan visi dan misinya maka radio Modilla Fm dengan slogan “*The Smart Radio*” memilih topik penyiaran yang mudah untuk diterima dan dipahami oleh para pendengar di semua kalangan.

Tujuan utama didirikannya PT. Radio Modilla Media Utama adalah menciptakan diri sebagai lembaga siaran kemajuan media elektronika yang mampu mengajak masyarakat lebih cerdas ke perubahan masa depan yang lebih

baik seperti sektor pendidikan, informasi dan hiburan serta mengikuti perkembangan teknologi yang dewasa ini semakin berkembang. Adapun Misi dari didirikannya Radio Modilla Fm sebagai berikut :

1. Kepada pendengar
 - a. Berpartisipasi pada kegiatan sosial dalam bentuk media
 - b. Menumbuhkan minat masyarakat untuk mendengar radio
 - c. Memberikan informasi dengan hiburan yang bersifat mendidik
 - d. Melayani publik secara optimal
2. Kepada Mitra Kerja
 - a. Memberikan informasi tentang materi siaran radio
 - b. Saling melengkapi data antara radio dengan media pengiklan
 - c. Menciptakan posisi tawar dalam kesejahteraan radio
3. Kepada KPI
 - a. Menjadikan mitra KPI dalam aktualisasi media penyiaran radio terkait dengan pemberdayaan masyarakat
4. Kepada karyawan
 - a. Memberikan pendidikan supaya maksimal dalam memenuhi selera pendengar
 - b. Membuka kesempatan untuk ikut memiliki saham di perusahaan
 - c. Meningkatkan kesejahteraan karyawan

Pemegang saham PT. Radio Modilla Media Utama adalah Puji Rahayu dan Nasrul Nasir, yang mempunyai saham masing-masing 50% dari keseluruhan. Melihat dari pola hidup masyarakat di kota Solok yang masih mengikuti pola kehidupan masyarakat daerah dan jumlah penduduk yang mayoritas asli Kota

Solok dan sekiratnya maka Radio Modilla FM memilih tema siaran yang berkaitan dengan kebudayaan serta tradisi adat daerah setempat yang meliputi lagu daerah, tradisi dan kreasi daerah, kuliner, pendidikan dan lain sebagainya.

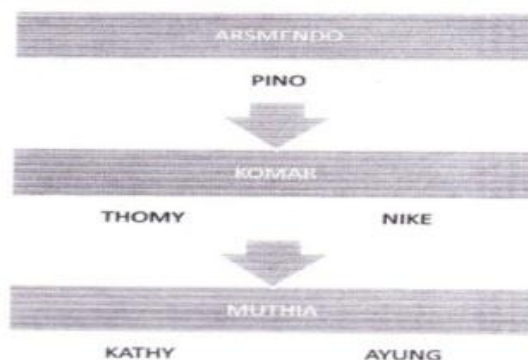
Berikut pembagian komposisi siaran berdasarkan presentase:

Informasi	15 %
Pendidikan	15 %
Hiburan	45 %
Iklan	25 %

Sebagai sebuah perusahaan tentunya Radio Modilla FM memiliki struktur Organisasi yang terdiri dari Direktur, Kepala Studio, Marketing, Bendahara, Teknisi, dan team Penyiar. Yang tergambar pada bagan berikut.



PENYIAR



Seperti halnya dengan perjanjian umum, perjanjian kerjasama terkait penyiaran iklan di radio membutuhkan adanya kontrak. Karena dengan adanya kontrak hal ini menandakan adanya sebuah hak dan kewajiban yang harus dipatuhi kedua belah pihak sebagai subyek hukum pelaksana perjanjian. Pasal 1338 KUHPerdara menjelaskan bahwa semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Hal ini dikenal dengan *Pacta Sun Servanda* yang salah satu asas dalam perjanjian.

Maksudnya adalah dengan adanya isi perjanjian yang telah disepakati bersama akan mengikat kedua belah pihak sehingga melahirkan suatu hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Hak yang diterima satu pihak merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan sebagaimana ketentuan dalam isi perjanjian. Apabila salah satu pihak tidak menerima haknya maka berarti pihak yang satu telah melalaikan kewajibannya. Tuntutan atau meminta ganti rugi dalam pemasangan iklan yang ditujukan oleh pihak yang lalai dengan kewajibannya tertuang dalam Pasal 1243 KUH Perdata tentang pergantian biaya yang lalai pada kewajibannya.

Seperti hasil wawancara penulis dengan Bapak Alwian selaku direktur Radio Modilla FM menyatakan bahwasanya dalam pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pelaksanaannya di buat secara tertulis berdasarkan ketentuan kontrak perjanjian dan isi dari perjanjian di tentukan bersama sesuai dengan

kesepakatan. Surat perjanjian tersebut selanjutnya disebut dengan Surat Pesanan Iklan.³⁰

Bapak Alwian pun menjelaskan bahwa dalam kontrak perjanjian atau Surat Pesanan Iklan harus berisi³¹:

1. Nama Pemasang Iklan
2. Mulainya waktu pengiklanan
3. Nama Produk yang akan diiklankan
4. Durasi iklan
5. Frekuensi atau lamanya hari pengiklanan
6. Harga yang harus dibayarkan
7. Tanda tangan para pihak yang membuat perjanjian beserta tanggal dibuatnya perjanjian
8. Berakhirnya kontrak perjanjian

Hal tersebut serupa dengan pandangan atau pendapat para ahli yakni Abdullah yang menyatakan kontrak berfungsi untuk mengamankan transaksi bisnis . Suatu kontrak dalam bisnis sangatlah penting, karena dari kontrak itu paling tidak dapat diketahui :

1. Perikatan apa yang dilakukan, kapan, dan dimana kontrak tersebut dilakukan.
2. Siapa saja yang saling mengikatkan diri dalam kontrak tersebut.
3. Hak dan kewajiban para pihak, apa yang harus, apa yang boleh,dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh para pihak.

³⁰Hasil wawancara dengan bapak Alwian (Direktur Radio Modilla Fm).Pada hari Jumat, Pukul 14.00.

³¹Hasil wawancara dengan bapak Alwian (Direktur Radio Modilla Fm).Pada hari Jumat, Pukul 14.20.

4. Syarat-syarat berlakunya kontrak tersebut.
5. Cara-cara yang dipilih untuk menyelesaikan perselisihan dan pilihan domisi hukum yang dipilih bila terjadi perselisihan antara para pihak.
6. Kapan berakhirnya kontrak atau hal-hal apa saja yang mengakibatkan berakhirnya kontrak tersebut.
7. Sebagai alat kontrol bagi para pihak, apakah masing-masing pihak telah menunaikan kewajiban atau prestasinya atau belum ataukah telah melakukan suatu wanprestasi.
8. Sebagai alat bukti bagi para pihak apabila dikemudian hari terjadi perselisihan di antara mereka, misalnya salah satu pihak wanprestasi. Termasuk juga apabila ada pihak ketiga yang mungkin keberatan dengan suatu kontrak yang mengharuskan kedua belah pihak untuk membuktikan hal-hal yang berkaitan dengan kontrak tersebut.

Dalam melakukan pemasangan iklan perlu adanya perjanjian atas kesepakatan para pihak yang melakukan hal tersebut. Pihak-pihak yang melakukan pemasangan iklan tersebut yaitu stasiun radio atau lembaga penyiar terhadap pemasangan iklan apakah pribadi atau organisasi dan badan hukum.

Adapun tata cara dalam proses pengajuan hingga pengiklanan seperti yang dijelaskan oleh Bapak Alwian sebagai berikut:

1. Pihak pemasang iklan mengajukan kerjasama kepada pihak radio untuk memasang iklan terhadap suatu produk dengan langsung mendatangi kantor Radio Modilla fM.
2. Pihak pemasang iklan memberikan informasi kepada pihak Radio Modilla FM terkait tujuan dan kerjasama, sekaligus pembatasan

kontrak perjanjian sesuai dengan kebutuhan dan ketentuan yang telah disepakati bersama.

3. Pihak Radio Modilla FM berdiskusi terkait pengiklanan kepada team penyiaran. Setelah terjadi kesepakatan antara biro iklan dengan pihak pemasang iklan, maka biro iklan mencoba untuk berdiskusi terlebih dahulu dengan marketing radio apakah materi iklan yang akan di pasang sudah cocok atau mungkin kepala studio radio punya ide lain sehingga iklan yang disiarkan menjadi lebih menarik. Mereka berdiskusi berusaha untuk tidak mengubah apa yang telah diinginkan pihak pemasang iklan tetapi hanya menambahkan ide-ide yang lebih bagus di dalam materi iklan agar iklan yang di siarkan menjadi lebih menarik.
4. Iklan di siarkan sesuai dengan isi kontrak . Apabila bentuk iklan sudah didapatkan, maka radio mulai membuat dan merekamnya dalam cd maupun langsung dalam computer dan siap untuk disiarkan, tentunya setelah pihak radio Modilla FM mengkonsultasi kepada pihak pemasang iklan apakah bentuk iklan sudah sesuai dengan yang di kehendaki atau belum. Apabila sudah sesuai, maka iklan siap disiarkan. Tetapi apabila belum sesuai, akan direvisi atau diubah sesuai dengan yang dikehendaki pemasang iklan. Setelah semua prosedur tersebut dijalankan, maka iklan akan disiarkan oleh penyiar sesuai dengan jam yang telah di sepakati.

Dari hasil wawancara penulis dengan bapak Alwian dapat ditarik kesimpulan pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan dilaksanakan atas dasar

kesepakatan atau dikenal dengan asas konsensualisme. Hal ini sesuai dengan syarat sah perjanjian yang di atur pada pasal 1320 yakni:

1. Kesepakatan
2. Kecakapan
3. Objek tertentu
4. Sebab yang halal

Perjanjian tersebut juga menggambarkan bahwa perjanjian itu lahir dan berlaku karena kesepakatan oleh kedua belah pihak yang menyetujuinya dengan sah melalui kesepakatan dengan tanda tangan hal ini sesuai dengan KUHPdata, Pasal 1315 yang berbunyi “Pada umumnya tak seorang dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji dari pada untuk dirinya sendiri”.

Dari bentuk dan isi kontrak perjanjian penyiaran iklan di radio Modilla FM dapat dilihat bahwa kekuatan hukum perjanjian sangat mengikatkan diri antara pihak pertama dengan pihak kedua. Menurut KUHPdata bahwa perjanjian Kontrak periklanan tersebut sesuai dengan isi Pasal 1313 yang berbunyi: “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”

Mark Zimmerman juga mengemukakan orang barat tentang fungsi kontrak, ia mengemukakan bahwa :“bagi orang-orang barat kontrak adalah dokumen hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari para pihak yang membuatnya. Apabila terjadi perselisihan mengenai pelaksanaan perjanjian diantara para pihak. Dokumen hukum itu akan dirujuk untuk menyelesaikan perselisihan itu. Apabila perselisihan tidak dapat diselesaikan dengan mudah melau

perundingan di antara para pihak sendiri (karena memakan waktu dan tenaga yang tidak sedikit). Mereka akan menyelesaikan melalui litigasi . isi kontrak itu yang akan dijadikan dasar oleh hakim untuk menyelesaikan perikatan itu”.

Menurut Pasal 1319 KUH Perdata, perjanjian dibedakan menjadi 2(dua) macam, yaitu:³²

a. Perjanjian Bernama (*Nominal*)

Perjanjian bernama adalah perjanjian-perjanjian yang diatur dan diberi nama oleh pembentuk undang-undang, berdasarkan tipe yang paling banyak terjadi sehari-hari. Perjanjian ini terdapat dalam Bab V- Bab XVIII KUH Perdata.³³

b. Perjanjian Tidak Bernama (*Innominaat*)

Perjanjian tidak bernama yaitu perjanjian yang tidak diatur dalam KUH Perdata, tetapi tumbuh di masyarakat. Lahirnya perjanjian ini disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan pihak-pihak yang mengadakannya, seperti perjanjian kerjasama, perjanjian pemasaran, perjanjian pengelolaan.³⁴

Berdasarkan uraian diatas, dapat kita ketahui bahwa perjanjian kerjasama tentang pemasangan iklan di lembaga penyiaran radio termasuk Perjanjian Tidak Bernama (*innominaat*). Menurut pasal 1319 KUH Perdata, baik perjanjian bernama maupun tidak bernama (semua perjanjian baik yang diatur dalam KUH Perdata Buku III bab V sampai dengan Bab XVIII dan yang terdapat di luar buku

³² Salim HS, *Perkembangan Hukum Kontrak di-Indonesia*, Sinar Grafik, Jakarta, 2005, hlm 32

³³ Mariam Darus Badruzaman, 2007, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung. hlm 67

³⁴ *Ibid*

II KUHPerdato) tunduk pada ketentuan-ketentuan umum dari KUH Perdata Buku III Bab I dan Bab II.³⁵

Radio Modilla Fm selalu menggunakan surat perjanjian dalam setiap melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pihak lain. Hal ini yang membuat radio Modilla Fm dipandang sebagai radio yang sangat baik dalam urusan penyiaran iklan di kota Solok. Seperti yang sudah dibahas penulis sebelumnya, dalam hal pemasangan iklan, radio Modilla Fm selalu memberikan surat perjanjian yang dinamakan Surat Pesanan Iklan

Sesuai dengan Pasal 1601 KUP Perdata, mengenai pemborongan pekerjaan, perjanjian pemasangan iklan di radio termasuk dalam Pasal tersebut. Hal ini karena dalam perjanjian pemasangan iklan termuat bahwa satu pihak dalam hal ini pemasangan iklan, menyerahkan tugasnya kepada biro iklan. Dari biro iklan, akan menyerahkan iklan pesanan tersebut kepada pihak penyiar di radio dengan bentuk iklan yang sudah di sepakati.

Berikut adalah hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam perjanjian pemasangan iklan di radio Modilla FM yang di jelaskan oleh Bapak Alwian:³⁶

- a. Hak dan kewajiban radio Modilla FM;
 - 1) Hak radio Modilla FM :
 - a) Menerima materi iklan dari pemasang iklan;
 - b) Menerima pembayaran pemasangan iklan;

³⁵Salim H.S., Op.cit., hlm 47.

³⁶Hasil wawancara dengan bapak Alwiyan (Direktur Radio Modilla Fm). Pada hari Jumat, Pukul 14.30.

- c) Menolak pemesanan iklan yang rasanya tidak sesuai dengan ketentuan periklanan atau tidak sesuai dengan format radio Modilla FM.:
- 2) Kewajiban radio Modilla FM;
- a) Memberi laporan kepada pemasang iklan secara terperinci mengenai iklan yang sudah diputar;
 - b) Menyiarkan iklan sesuai dengan Surat Pesanan iklan;
 - c) Memelihara materi iklan dengan baik.
- b. Hak dan kewajiban Pemasang Iklan
- 1) Hak pemasang iklan;
- a) Meminta iklan disiarkan sesuai dengan perjanjian iklan yang sudah disepakati;
 - b) Memperoleh bukti penyiaran iklan berupa rekaman maupun catatan;
 - c) Membatalkan surat pesanan iklan sebelum iklan disiarkan
- 2) Kewajiban pemasang iklan;
- a) Menyerahkan materi iklan dengan jelas dan terperinci pada waktu yang telah ditentukan;
 - b) Mematuhi ketentuan-ketentuan periklanan;
 - c) Membayar semua biaya atau tarif iklan yang telah disepakati dalam perjanjian kepada pihak radio.

B. Bentuk-Bentuk Wanprestasi Yang Terjadi Di Radio Modilla Kota Solok

Pada dasarnya prestasi merupakan hal-hal yang berkaitan dengan apa yang seharusnya dilakukan oleh seseorang, baik karena adanya perjanjian maupun

karena ketentuan peraturan perundangan-undangan . Prestasi tersebut juga dapat diartikan sebagai kewajiban yang akan di penuhi oleh pihak-pihak sesuai dengan syarat-syarat yang di perjanjikan. Berdasarkan Pasal 1234 KUHPerdara wujud prestasi ada dalam tiga bentuk, yakni:

1. Memberi sesuatu
2. Berbuat sesuatu
3. Tidak berbuat sesuatu.³⁷

Sementara itu, kata “Wanprestasi” menurut Abdul Kadir Muhammad berasal dari istilah dalam Bahasa Belanda “Wansprestatie” yang artinya adalah tidak memenuhi kewajiban yang ditetapkan dalam suatu perikatan, baik peikatan yang timbul dari perjanjian maupun perikatan yang timbul karena undang-undang. Tidak terpenuhinya kewajiban oleh salah satu pihak itu ada dua kemungkinan alasannya, yaitu:

1. karena kesalahan debitur baik karena kesengajaan maupun karena kelalaian;
2. karena keadaan memaksa (force Majeure), jadi terjadi diluar kemampuan debitur atau debitur tidak bersalah.³⁸

Berkaitan dengan itu ada tiga keadaan dimana debitur dapat dikatakan wanprestasi, antara lain :

1. Debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali, artinya debitur tidak memenuhi kewajiban yang telah disanggupinya untuk dipenuhi dalam suatu perjanjian atau tidak memenuhi kewajiban yang ditetapkan Undang-undang dalam perikatan yang timbul karena Undang-undang;

³⁷M.Hasbi,2012, *Perancangan kontrak*,Surya Indah, Padang, hlm.24.

³⁸*ibid.*hlm 25.

2. Debitur memenuhi prestasi, tetapi tidak baik atau keliru. Dalam hal ini debitur melaksanakan/memenuhi apa yang telah diperjanjikan atau apa yang telah ditentukan oleh Undang-undang, tetapi tidak sebagaimana mestinya menurut kualitas yang ditentukan oleh Undang-undang atau menurut kualitas yang telah ditentukan dalam perjanjian;
3. Debitur memenuhi prestasi, tetapi tidak tepat pada waktunya dalam hal ini debitur memenuhi prestasinya tetapi terlambat dari waktu yang telah ditetapkan dalam perjanjian;
4. R.Subekti menambahkan satu keadaan lagi mengenai wanprestasi yaitu: melakukan suatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.³⁹

Dalam bentuk wanprestasi itu sendiri jika dikaitkan dengan masalah di Radio Modilla FM sering terjadi bentuk wanprestasi yang ketiga yaitu melakukan prestasi namun terlambat hal ini dilihat dari pihak pemasang iklan yang sering terlambat melakukan pembayaran iklan.

Mengenai pelaksanaan hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam perjanjian pemasangan iklan di radio Modilla FM, sebenarnya sudah cukup jelas. Pihak radio menerima kerjasama penyiaran iklan dari pemasang iklan, setelah itu pihak radio kemudian membuat materi iklan yang akan disiarkan sesuai yang diinginkan oleh pemasang iklan. Iklan yang sudah siap disiarkan akan diberikan kepada team penyiar yang bertugas untuk siap disirkan . Penyiar berkewajiban memutar iklan sesuai dengan order dan *traffic* iklan yang sudah dibuat oleh pihak radio. Penyiar yang bertugas berkewajiban memberikan laporan berupa catatan di komputer iklan yang sudah disediakan oleh pihak radio di dalam ruang penyiaran.

³⁹*Ibid.* hlm.26.

Laporan iklan itu nantinya sebagai bukti siaran yang akan diperlihatkan ke pemasang iklan.

Setelah iklan disiarkan, maka hari berikutnya si penyiar akan mencatat kembali iklan yang sudah di siarkan di hari kemarin. Setelah itu, penyiar memberikan laporan kepada manajer untuk selanjutnya memberikan laporan kepada pihak pemasang iklan.

Pihak radio berkewajiban memberikan laporan iklan kepada pihak produsen atau pemasang iklan. Laporan iklan tersebut bernama bukti siaran sebagai bukti bahwa pihak radio Modilla FM telah melaksanakan perjanjian sesuai dengan kesepakatan. Dalam hal ini berarti pihak radio Modilla FM sudah melaksanakan kewajibannya dan pihak pemasang iklan sudah menerima haknya.

Setelah pihak pemasang iklan menerima bukti siaran yang juga disertai kuitansi dan faktur pajak, maka pihak pemasang iklan berkewajiban melakukan pembayaran sesuai dengan perjanjian dan laporan bukti siaran sebagai bukti bahwa pihak radio Modilla FM telah melaksanakan kewajibannya. Pada perjanjian iklan di radio Modilla FM, pihak pemasang iklan bisa membayar iklan di muka maupun setelah iklan ditayangkan, tetapi kebanyakan dari pihak pemasang iklan lebih memilih untuk melakukan pembayaran iklan di setelah penyiaran dilaksanakan. Apabila pemasang iklan segera membayar uang penyiaran iklan, maka berarti pihak pemasang iklan juga sudah menjalankan kewajibannya dan pihak radio Modilla FM sudah menerima haknya. Maka secara otomatis, seperti perjanjian pada umumnya, perjanjian pemasangan iklan tersebut berakhir karena masing-masing sudah menjalankan kewajibannya dan menerima haknya.

Kemungkinan lain berakhirnya perjanjian pemasangan iklan di radio Modilla FM adalah karena adanya pembatalan perjanjian pemasangan iklan oleh pihak pemasang iklan. Pembatalan pemasangan iklan ini bisa untuk sebagian atau seluruhnya dari surat Pesanan Iklan. Pembatalan penyiaran iklan dilakukan dengan pihak pemasang iklan langsung datang ke radio untuk pembatalan penyiaran iklan, setelah pembatalan penyiaran iklan di konfirmasi oleh pihak radio, maka perjanjian pemasangan iklan tersebut berakhir.

Pembatalan penyiaran iklan dapat dilakukan terhadap iklan yang belum disiarkan. Sedangkan untuk iklan yang sudah disiarkan, pihak pemasang iklan hanya akan membayar iklan yang sudah disiarkan saja. Sering terjadi permasalahan dalam pembayaran iklan tersebut karena kebanyakan pihak pemasang iklan melakukan pembayaran di belakang. Pihak pemasang iklan terkadang tidak membayar uang pemasangan iklan sesuai dengan waktu yang disepakati atau membatalkan iklan secara sepihak yang membuat radio menjadi rugi. Sehingga dalam hal ini pihak radio adalah sebagai pihak yang lemah.

Dalam perjanjian pemasangan iklan di radio, pada umumnya para pihak sudah mengetahui hak dan kewajibannya dan bagaimana melaksanakan hak dan kewajiban tersebut, namun terkadang masih saja sering terjadi wanprestasi.

Mengenai masalah wanprestasi,

Bentuk dari wanprestasi yang terjadi antara pihak radio Modilla FM dengan pemasang adalah :

- a) Iklan yang sudah di pesan ternyata tidak di putar oleh pihak radio

Iklan yang sudah di pasang dan di lakukan kerjasama melalui proses tanda tangan kontrak untuk pemasangannya sudah seharusnya

menjadi kewajiban oleh pihak radio untuk menayangkan iklan sesuai dengan waktu yang sudah di tentukan. Tetapi masih ada di temukan pihak radio Modilla FM tidak menayangkan iklan sesuai waktu yang di tentukan sehingga pihak pemasang iklan merasa pihak dari radio tidak melakukan kewajibannya dengan baik dan sudah melanggar kontrak yang telah disepakati

- b) Pihak radio tidak menerima pembayaran sesuai dengan waktu yang perjanjikan yang telah disepakati

Karena pembayaran iklan lebih sering di lakukan di belakang, banyak dari pihak pemasang iklan tidak membayar sesuai dengan tanggal yang sudah di tetapkan, bahkan ada yang sampai tidak membayar sama sekali dan kabur sehingga menyebabkan kerugian oleh pihak radio Modilla FM itu sendiri. Untuk si pemasang iklan yang sering terlambat melakukan pembayaran sesuai tanggal yang telah di sepakati mereka harus dulu untuk di beri surat peringatan sampai 3 kali barulah si pemasang iklan membayar uang pemasangan iklan tersebut. Karna sering terjadi hal seperti ini pihak radio sangat merasa di rugikan dan menilai pihak pemasang iklan tidak menjalankan kewajibannya dengan baik

- c) Pembatalan penyiaran iklan secara sepihak oleh pemasang iklan

Berakirnya perjanjian penyiaran iklan di radio adalah dengan adanya pembatalan perjanjian penyiaran iklan oleh pemasang iklan. Pembatalan penyiaran iklan ini bisa untuk sebagian atau untuk seluruhnya dari surat pesanan iklan. Pembatalan penyiaran iklan dapat

dilakukan terhadap iklan yang belum disiarkan, namun apabila iklan sudah di siarkan umunya pemasang iklan hanya membayar untuk iklan yang sudah di siarkan oleh radio saja. Tetapi yang sering menjadi masalah adalah pihak pemasang iklan sering melakukan pembatalan penyiaran iklan secara sepihak tanpa adanya persetujuan kedua belah pihak dalam pembatalan perjanjian tersebut sedangkan di dalam kontrak itu sendiri di tuliskan bahwa kontrak bisa di batalkan atas persetujuan kedua belah pihak.

Permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan di radio Modilla FM biasanya dapat disebabkan karena beberapa hal yaitu:

- a) Gangguan aliran listrik dan adanya kerusakan alat pemancar

Dalam penyelenggaraan acara siaran, radio siaran kebanyakan menggunakan aliran listrik dari Perusahaan Listrik Negara (PLN), jadi apabila ada gangguan listrik dan PLN maka siaran radio akan terhenti dan konsekuensi penyiaran iklan juga terhambat. Untuk mengantisipasi hal tersebut, radio Modilla FM mempunyai sumber listrik cadangan berupa mesin diesel, yang dapat dinyalakan sewaktu-waktu apabila listrik tiba-tiba padam. Hal ini untuk mengantisipasi iklan yang tidak di putar.

Apabila pemancar rusak atau mati, maka segala produksi dan aktifitas siaran tidak dapat mengudara dan tidak dapat didengarkan oleh pendengar, termasuk juga dalam pelaksanaan penyiaran iklan. Untuk kendala ini, radio Modilla FM sudah melakukan antisipasi dengan melakukan perawatan peralatan. Namun apabila masih terjadi

kerusakan, maka radio Modilla FM selalu menghubungi pihak pemasang iklan untuk membicarakan tentang masalah yang sedang dihadapi.

- b) Tidak adanya peraturan tertulis yang konkret mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak

Tidak adanya peraturan tertulis yang konkret inilah yang menyebabkan pelaksanaan hak dan kewajiban hanya berdasarkan kebiasaan dan asas saling percaya saja. Memang dalam perjanjian pemasangan iklan di radio, masing-masing pihak sudah mengerti akan hak dan kewajibannya. Namun terkadang terjadi pihak radio Modilla FM bertemu dengan konsumen yang tidak bertanggung jawab atau pernah terjadi usaha dari pemasang iklan bangkrut dan pihak radio Modilla FM tidak bisa berbuat banyak kecuali hanya menunggu itikad baik dari yang bersangkutan.

- c) Hambatan dalam pembayaran

Hambatan pembayaran iklan ini sering terjadi karena pembayaran iklan yang sering dilakukan di belakang, maksudnya adalah pembayaran dilakukan apabila iklan sudah diputar sesuai dengan perjanjian. Hambatan ini terjadi karena beberapa hal seperti terjadinya keterlambatan pembayaran dari pihak pemasang iklan. Hambatan pembayaran yang dilakukan oleh pemasang iklan sangat berpengaruh terhadap nilai ekonomis yang ada di radio Modilla FM.

C. Upaya Yang Ditempuh Para Pihak Untuk Menyelesaikan Sengketa Akibat Wanprestasi Di Radio Modilla Kota Solok

Terdapat dua upaya hukum yang dapat di tempuh oleh para pihak apabila terjadi sengketa dalam pelaksanaan perjanjian kerja sama penyiaran iklan. Yang pertama dapat melalui proses Litigasi dan Non Litigasi. Litigasi merupakan upaya hukum yang ditempuh dengan proses peradilan. Sedangkan non litigasi adalah proses atau upaya hukum yang di tempuh di luar pengadilan. Non litigasi dapat berupa Mediasi, Negosiasi dan juga Arbitrasi.

Sengketa yang terjadi didalam penyiaran iklan di radio Modilla FM kota Solok di selesaikan dengan cara *non litigasi* atau di selesaikan diluar pengadilan dengan cara *negosiasi*, yaitu penyelesaian sengketa melalui musyawarah atau perundingan antara para pihak yang bertikai dengan maksud mencari dan menemukan bentuk-bentuk penyelesaian yang dapat diterima para pihak. Apabila wanprestasi terjadi antara para pihak maka sesuai dengan hukum perjanjian konsekuensi yang di terima para pihak menurut pasal 1243 dan 1244 KUH Perdata adalah:

1. Pihak radio wajib memutar iklan di waktu lain

Dalam pelaksanaan pemutaran iklan harus terjadi sinkronisasi antara program iklan dengan penyiar, karena dalam pelaksanaan pemutaran iklan, penyiar sebagai *eksekutor* terakhir. Iklan akan diputar atau tidak, tergantung penyiar yang bertugas ketika itu. Apabila dari program iklan sudah memberikan daftar iklan yang akan diputar dan penyiar tidak memutar iklan tersebut entah karena lupa atau disengaja maka pihak radio dianggap melakukan wanprestasi. Apabila hal

tersebut terjadi maka pihak radio akan mengganti pemutaran iklan tersebut di waktu lain tanpa mengurai iklan yang sudah di pesan oleh pemasang iklan.

2. Pihak Radio tidak menerima pembayaran sesuai dengan perjanjian yang telah di sepakati

Pihak radio mempunyai dua cara dalam hal pembayaran iklan, yang pertama pembayaran di muka, pembayaran di muka biasanya tidak pernah terjadi permasalahan mengenai pembayaran karna pihak pemasang iklan sudah membayar iklan sepenuhnya sehingga pihak pemasang iklan hanya menunggu dan melihat pihak radio untuk memenuhi kewajiban untuk menyiarkan iklan yang sudah mereka pesan. Jika memang terjadi masalah atau hambatan bagi pihak radio untuk menyiarkan iklan, pihak radio akan bertanggung jawab dengan memutar iklan tersebut di waktu lain. kedua, pembayaran di belakang. Pembayaran di belakang adalah pembayaran yang dilakukan apabila iklan sudah diputar sesuai dengan perjanjian. Jadi pihak pemasang iklan tersebut berkewajiban membayar uang pemasangan iklan sesudah iklan tersebut ditayangkan sampai kontrak pemasang iklan habis.

Untuk pembayaran iklan, yang sering terjadi masalah adalah pembayaran iklan di belakang dimana pihak radio sudah menjalankan kewajibannya tetapi pihak pemasang iklan tidak menepati janji dengan tidak membayar iklan sesuai waktu yang ditentukan. Pihak radio umumnya tidak mempersulit terjadinya pelaksanaan hak dan kewajiban apabila terjadi wanprestasi. Dalam pembayaran pihak radio hanya

menginginkan pembayaran iklan dilaksanakan tepat waktu, karena hal itu berkaitan dengan kelangsungan operasional radio Modilla FM.

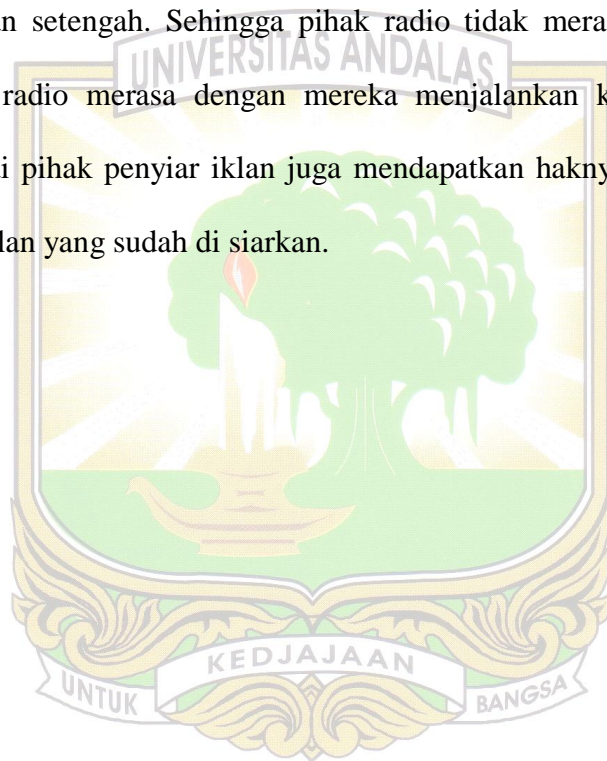
Terjadinya keterlambatan pembayaran iklan oleh pihak pemasang iklan biasanya yang dilakukan oleh pihak radio adalah dengan mengirim surat peringatan atau menghubungi pihak pemasang iklan, dan menanyakan mengenai tagihan iklan yang sebelumnya mereka sepakati. Jika masih belum mendapatkan kejelasan pihak radio datang ke alamat pemasang iklan untuk menagih pembayaran iklan tersebut, jika memang alasan dari pemasang iklan dapat diterima pihak radio coba untuk memberi waktu untuk pemasang iklan melunasi uang tersebut. Jika tidak, pihak radio hanya menunggu iktikad baik dari pemasang iklan untuk melunasi pembayaran seperti yang sudah mereka sepakati sebelum kontrak pemasangan iklan tersebut sama-sama mereka tanda tangan.

3. Pembatalan penyiaran iklan oleh pemasang iklan

Salah satu berakhirnya perjanjian penyiaran iklan di radio siaran adalah dengan adanya pembatalan perjanjian peyiaran iklan oleh pemasang iklan. pembatalan penyiaran iklan dilakukan dengan menghubungi pihak radio. Setelah pihak radio mengkonfirmasi pembatalan penyiaran iklan tersebut maka perjanjian penyiaran itu berakhir.

Pembatalan penyiaran iklan dapat dilakukan terhadap iklan yang belum disiarkan. Namun apabila iklan sudah disiarkan, umumnya pemasang iklan hanya membayar untuk iklan yang sudah ditayangkan

oleh radio Modilla FM saja. Inilah kelemahan dari radio Modilla FM dalam pemasangan iklan, karna pembayaran iklan umumnya dilakukan dibelakang, tidak banyak pihak pemasang iklan memilih untuk melakukan pembayaran dimuka, maka apabila terjadi pembatalan dari pihak pemasang iklan, maka pihak radio hanya bisa menekankan kepada pihak pemasang iklan untuk membayar iklan yang sudah ditayangkan agar dibayar, walaupun memang kontrak perjanjian hanya berjalan setengah. Sehingga pihak radio tidak merasa dirugikan, dan pihak radio merasa dengan mereka menjalankan kewajiban mereka sebagai pihak penyiar iklan juga mendapatkan haknya berupa bayaran atas iklan yang sudah di siarkan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dipaparkan disertai dengan data-data yang telah dikumpulkan oleh penulis mengenai Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan di Radio Modilla Kota Solok, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan Produk Jasa di Radio Modilla di Kota Solok, bahwasanya pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan di laksanakan atas dasar kesepakatan atau dikenal dengan asas konsensualisme yang menggambarkan bahwa perjanjian itu lahir dan berlaku karena kesepakatan oleh kedua belah pihak yang menyetujuinya dengan sah melalui kesepakatan dengan tanda tangan, hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 1315. Pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan dilaksanakan berdasarkan asas kebebasan berkontrak, bahwanya pihak pemasang iklan bebas untuk menentukan hal apa saja yang ingin diperjanjikan sesuai dengan siaran yang akan di siarkan selama apa yang di perjanjikan dan di sepakati kedua belah pihak tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.
2. Bentuk-bentuk wanprestasi yang terjadi di Radio Modilla Kota Solok antara lain sebagai berikut:
 - a. Iklan yang sudah di pesan ternyata tidak di putar oleh pihak radio
 - b. Pihak radio tidak menerima pembayaran sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati

- c. Pembatalan penyiaran iklan secara sepihak oleh pemasang iklan
 - d. Terjadinya wanprestasi tersebut disebabkan oleh beberapa hal antara lain:
 - a) Gangguan aliran listrik dan adanya kerusakan alat pemancar;
 - b) Tidak adanya peraturan tertulis yang konkret mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak;
 - c) Hambatan dalam pembayaran iklan oleh pemasang iklan:
3. Upaya yang ditempuh para pihak untuk menyelesaikan sengketa akibat wanprestasi di Radio Modilla Kota Solok Sengketa yang terjadi didalam penyiaran iklan di radio Modilla FM kota Solok di selesaikan dengan cara *non litigasi* atau di selesaikan diluar pengadilan dengan cara *negosiasi*, yaitu penyelesaian sengketa melalui musyawarah atau perundingan antara para pihak yang bertikai dengan maksud mencari dan menemukan bentuk-bentuk penyelesaian yang dapat diterima para pihak. Apabila wanprestasi terjadi antara para pihak maka sesuai dengan hukum perjanjian konsekuensi yang di terima para pihak

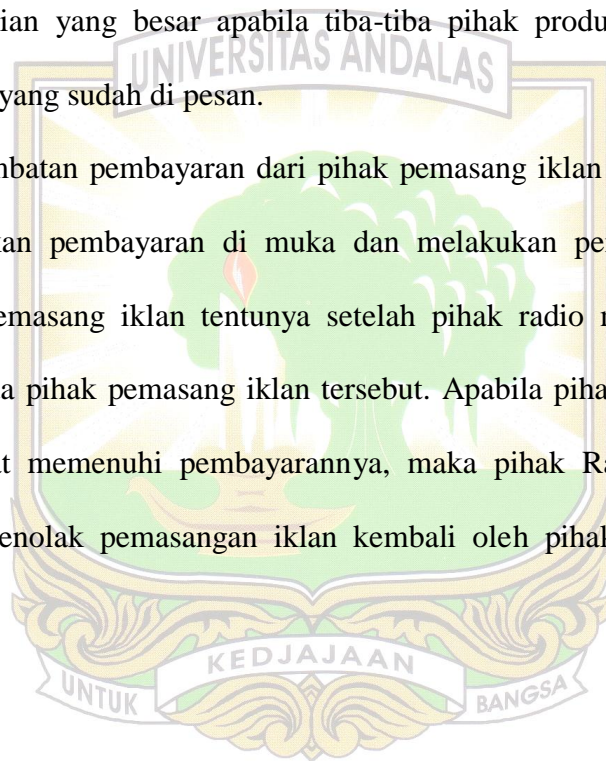
B. Saran

Dari permasalahan yang muncul dalam perjanjian iklan di radio Modilla FM diatas, maka penulis memberikan saran-saran yang sekiranya bermamfaat yaitu sebagai berikut :

1. Radio Modilla FM mengantisipasi kendala yang berkaitan dengan teknis, terutama peralatan-peralatan yang tergolong tua.

2. Radio Modilla FM membuat sebuah ketetapan khusus mengenai pelaksanaan hak dan kewajiban di tujukan kepada pihak radio Modilla FM sendiri maupun pemasang iklan atau produsen dengan dituliskan secara jelas di dalam kontrak pemasangan iklan termasuk akibat yang di tanggung jika masing-masing pihak tidak menjalankan kewajiban dengan baik.
3. Pembayaran iklan di lakukan di muka saja untuk menghindari kerugian yang besar apabila tiba-tiba pihak produsen membatalkan iklan yang sudah di pesan.

Keterlambatan pembayaran dari pihak pemasang iklan dapat diantisipasi dengan melakukan pembayaran di muka dan melakukan penagihan langsung dengan pihak pemasang iklan tentunya setelah pihak radio memberikan surat penagihan kepada pihak pemasang iklan tersebut. Apabila pihak pemasang iklan tetap tidak dapat memenuhi pembayarannya, maka pihak Radio Modilla FM berhak untuk menolak pemasangan iklan kembali oleh pihak pemasang iklan tersebut.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

A. Buku

AmiruddindanZainalAsikin, 2004,*PengantarMetodePenelitianHukum*,PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Abdul Kadir Muhammad, 1990, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Jakarta
Bambang Sunggono, 2013, *Metodelogi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Harley Prayuda, 2005, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana, Dan Praktik Penyiaran*, Malang: Bayumedia Punlishin.

I Ketut Okta Setiawan, 2016, *Hukum Perikatan*, Sinar Grafika.

Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, 2003, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, P.T Raja Grafindo Persada, Jakarta

Lexi J. Moleong, 1991, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Rosyda Karya.

M. Hasbi,2012, *Perancangan kontrak*, Surya Indah, Padang

Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Komplikasi Hukum Perikatan*, PT Citra Aditya Bankti, Bandung.

Mukti Fajar dan Yulianto Achmad,2017, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Prof.Dr.H.Zainuddin Ali,M.A, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.

Riduan Syahrani, 1992, *Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata*, Cet.III, Penerbit Alumni Bandung

Salim H.S, 2005, *Perkembangan Hukum Kontrak di-Indonesia*, Sinar Grafik, Jakarta.

_____, 2003, *Hukum Kontrak Teori dan Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafik, Jakarta.

Soerjono Soekanto, 2008, *Pengantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia Press, Jakarta.

_____, 1986, *Perngantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia Press, Jakarta.

Sugiarto, Dergibson, Siagian. 2001, *Teknik Sampling*, Gramedia PustakaUtama, Jakarta.

Sugiyono, 2011, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, Alfabeta, Bandung.

Subekti, 2008, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta.

Sri Soesolowati Mahdi, Surini Ahlan Sjarif, Akhmad Budi Cahyono, 2005, *Hukum Perdata (Suatu Pengantar)*, CV. Gitama Jaya, Jakarta

Zainuddin Ali, 2017, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta

_____, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta

B. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945

Undang-undang No. 34 Thn 1999 Tentang Hak Asasi Manusia (HAM)

Undang-Undang RI No 32 Tahun 2003 Tentang Penyiaran

C. Internet

<http://repository.usu.ac.id/> diakses pada tanggal 21 Juli 2020 pukul 02.00 Wib

