

## **Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan Pengobatan Alternatif Madinah Melalui Radio (Studi Pada Radio Tuba Fm Menggala)**

**Dina Haryati Sukardi, Emilia Susanti**

**Dosen Fakultas Hukum Universitas Mitra Indonesia, Dosen Fakultas Hukum Universitas Lampung**  
[dinaharyati@umitra.ac.id](mailto:dinaharyati@umitra.ac.id), [emiliasusanti@gmail.com](mailto:emiliasusanti@gmail.com)

### **Abstrak**

Melalui iklan diharapkan konsumen mengetahui barang dan jasa yang ditawarkan sehingga merasa tertarik untuk memiliki dan menikmati produk atau jasa yang ditawarkan, masyarakat sebagai pendengar radio belum banyak yang mengetahui isi dari kontrak perjanjian penyiaran iklan. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pengobatan alternatif madinah melalui radio, apa saja hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian penyiaran iklan pengobatan alternatif madinah melalui radio.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif empiris. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan metode pengumpulan data dilakukan secara studi kepustakaan, studi dokumen, dan wawancara. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa radio Tuba FM adalah sebagai media terdepan di Tulang Bawang dalam penyampaian informasi, pihak radio Tuba FM dan pemasang iklan harus menandatangani dan menyetujui surat perjanjian kerjasama seperti yang dilakukan oleh pihak pemasang iklan pengobatan alternatif madinah. Syarat sahnya perjanjian penyiaran iklan yang ditetapkan oleh pihak radio Tuba FM Menggala dan harus dipenuhi oleh pihak pemasang iklan dan menyetujui surat perjanjian kerjasama yang telah disepakati, pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan radio Tuba FM dengan memberikan surat penawaran harga untuk memberikan kesepakatan awal dalam penyiaran iklan.

**Kata Kunci : Perjanjian penyiaran**

## 1. PENDAHULUAN

Periklanan memang merupakan salah satu cara promosi yang efektif dalam kemampuannya menjangkau khalayak luas. Periklanan dapat menembus ke segala lapisan masyarakat tanpa batas-batas yang melingkupinya, karena secara sadar maupun tidak dalam kesehariannya hampir setiap orang akan selalu menyaksikan iklan dalam berbagai media. Dalam menciptakan pesan iklan, diperlukan kreativitas yang tinggi agar pesan iklan tersebut mampu menarik perhatian masyarakat dan berbuat seperti yang diharapkan. Akhir-akhir ini cukup jelas terlihat adanya usaha dari pihak komunikator, baik media massa maupun individu untuk menyampaikan suatu gagasan berupa pesan yang mudah dimengerti dan ditangkap oleh khalayak ramai yang terdiri dari berbagai kalangan, berbagai usia, berbagai status dan lain sebagainya.

Salah satu media yang digunakan dalam penampilan pesan iklan adalah radio. Kemudahan mobilitas radio dengan sendirinya memudahkan individu untuk mendengarkan radio dimana saja mereka inginkan. Orang bisa mendengarkan siaran radio dalam berbagai aktifitas, dapat mendengarkan radio sambil makan, bekerja, beristirahat, melakukan aktifitas rumah, bahkan sambil mengemudi mobil. Pendek kata radio dapat tetap didengarkan sambil tetap beraktifitas lain dalam waktu yang bersamaan. Berikutnya sifat radio yang akrab atau personal menjadikan radio sebagai media yang potensial untuk beriklan dimana kekuatan utamanya terletak pada persuasif suara.

Dewasa ini perkembangan penyiaran iklan di radio cukup pesat, oleh sebab itu saat ini dimungkinkan beberapa perusahaan barang dan jasa menggunakan jasa radio untuk menyampaikan atau mempromosikan barang dan jasa yang mereka tawarkan. Radio adalah media yang cepat untuk menyampaikan informasi-informasi, karena nilai ekonomis dari radio tersebut dapat menjangkau masyarakat lapisan bawah sekalipun, sehingga dapat menimbulkan keingintahuan masyarakat untuk dapat cepat mengetahui produk barang dan jasa yang dilakukan melalui radio tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 Tentang Penyiaran, selanjutnya disingkat UU Penyiaran, Pasal 1 Butir (2) menentukan bahwa "Penyiaran adalah kegiatan memancar luaskan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, laut, atau di antariksa baik yang bersifat interaktif atau pun tidak yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran. Selanjutnya Pasal 1 Butir (3) Undang-Undang Penyiaran menentukan bahwa penyiaran radio adalah media komunikasi masa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Setiap tahunnya 10-15 perusahaan yang mengiklankan suatu produk pada radio Tuba FM. Untuk mengiklankan suatu produk melalui radio Tuba FM ini harus melalui syarat dan prosedur tertentu yang ditetapkan oleh radio Tuba FM tersebut pihak perusahaan yang akan mengiklankan produknya melakukan kesepakatan untuk melakukan penyiaran iklan produk tersebut. Kesepakatan dituangkan dalam perjanjian atau kontrak. Salah satu produk yang menggunakan layanan iklan pada radio Tuba FM adalah jasa pengobatan alternatif madinah cabang unit dua Tulang Bawang. Perjanjian yang sah adalah perjanjian yang memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh undang-undang, perjanjian yang sah diakui dan diberikan akibat hukum (*legally cun Cluded contract*). Menurut ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara syarat-syarat sahnya perjanjian ada 4 yaitu:

1. Ada kesepakatan kehendak antara pihak-pihak yang membuat perjanjian (*consensus*);
2. Ada kesepakatan pihak-pihak untuk membuat perjanjian (*capacity*);
3. Ada suatu hak tertentu (*object*);
4. Ada suatu sebab yang halal (*causa*).

**Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan Pengobatan Alternatif Madinah Melalui Radio  
(Studi Pada Radio Tuba Fm Menggala), Dina Haryati Sukardi**

Menurut Pasal 1339 KUHPerdata, suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan dalam perjanjian, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan (diwajibkan) oleh kepatutan, kebiasaan dan undang-undang. Dapat dilihat dalam pasal 1339 KUHPerdata tersebut bahwa suatu kebiasaan disamping undang-undang ikut menentukan hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam perjanjian penyiaran iklan.

Menurut Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata, semua perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik, dimaksudkan bahwa pelaksanaan perjanjian itu harus berjalan dengan mengindahkan norma kepatutan dan kesusilaan. Jadi ukuran objektif untuk menilai pelaksanaan perjanjian adalah pelaksanaan perjanjian harus dilaksanakan pada jalur yang benar.

Perjanjian penyiaran iklan dibuat oleh kedua belah pihak sesuai perjanjian yang telah disepakati. Masyarakat sebagai pendengar radio saat ini belum banyak yang mengetahui bagaimana isi dari kontrak perjanjian penyiaran iklan yang dibuat oleh pihak pemasang iklan dan pihak radio siaran. Masing-masing pihak yaitu pihak pemasang iklan dan pihak radio siaran mempunyai hak dan kewajiban yang sesuai dengan isi perjanjian yang telah disepakati.

Setiap perjanjian dibuat oleh masing-masing pihak yaitu pihak pemasang iklan dan pihak radio siaran suatu saat akan berakhir. Berdasarkan Pasal 1381 KUHPerdata, disebutkan salah satu cara hapusnya atau berakhirnya suatu perikatan adalah melalui pembayaran. Permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimanakah pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pengobatan alternatif madinah melalui radio?
- b. Apa saja hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian penyiaran iklan pengobatan alternatif madinah melalui radio?

## **2. METODE PENELITIAN**

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif dan yuridis empiris. Data dalam penelitian ini bersumber dari data kepustakaan (*library research*) dan data lapangan (*field research*).

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Syarat perjanjian penyiaran iklan**

Mengenai syarat-syarat sahnya suatu perjanjian penyiaran iklan yang ditetapkan oleh pihak radio Tuba FM Menggala yang harus dipenuhi oleh pemasang iklan baik pribadi ataupun badan hukum untuk mengiklankan produk atau jasanya di radio Tuba FM harus menandatangani dan menyetujui surat perjanjian kerjasama yang harus dipenuhi oleh pemasang iklan.

Syarat-syarat lain yang ditetapkan oleh pihak radio Tuba FM sebagai berikut:

- 1) Produk/jasa yang diiklankan dapat tertuju pada seluruh lapisan masyarakat. Hal ini sesuai dengan sasaran pengelola radio Tuba FM Menggala yaitu dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat baik remaja, dewasa atau pun orang tua, karena pangsa pasar radio Tuba FM adalah seluruh masyarakat Tulang Bawang dan sekitarnya.
- 2) Iklan yang disiarkan sifatnya gaul (sesuai dengan tuntutan remaja), meskipun pangsa pasar radio Tuba FM menyeluruh terhadap semua kalangan dan lapisan masyarakat namun pengelola

**Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan Pengobatan Alternatif Madinah Melalui Radio  
(Studi Pada Radio Tuba Fm Menggala), Dina Haryati Sukardi**

radio Tuba FM senantiasa mengiklankan barang dan jasa sesuai dengan dinamika remaja dan anak muda dikarenakan sebagian besar pendengar radio Tuba FM adalah remaja dan anak muda.

- 3) Mengenai pembayaran iklan yang ditayangkan dapat dilakukan pada awal penayangan, pada saat iklan ditayangkan atau sesudah akhir penayangan. Pihak radio Tuba FM Menggala menetapkan demikian untuk mempermudah pemasang iklan untuk memilih sendiri waktu pembayaran iklan sesuai dengan kemampuan pemasang iklan.

Pengobatan alternatif madinah pangsa pasarnya adalah untuk seluruh kalangan termasuk orang-orang tua, sehingga dalam pengiklannya pun ditujukan kesemua kalangan, namun dalam pengiklannya pun tetap bersifat gaul agar para remaja dan anak muda yang sebagai komunitas pendengar terbesar dapat mengsuggestikan produk jasa tersebut kepada orang tua mereka atau kalangan orang-orang tua. Iklan tersebut harus menarik semua kalangan untuk dapat mencoba bentuk jasa pengobatan tersebut.

Perjanjian penyiaran iklan seperti halnya perjanjian-perjanjian lainnya dalam KUHPerdada diatur dalam Pasal 1320 yang menyatakan bahwa untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat yaitu:

- 1) Sepakat mereka yang mengikatkan diri;
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- 3) Suatu hal tertentu;
- 4) Suatu sebab yang halal.

Perjanjian yang memenuhi syarat-syarat tersebut adalah perjanjian yang sah dan diakui hukum, sedangkan yang tidak memenuhinya tidak akan diakui oleh hukum walaupun diakui oleh para pihak.

Apabila dihubungkan dengan Pasal 1320 KUHPerdada tersebut, maka perjanjian penyiaran iklan dapat dilakukan dengan syarat pertama, mengenai “sepakat antara pihak radio siaran dengan pihak pemasang iklan yang mengikatkan diri”. Sepakat atau setuju saja tanpa dituntutnya suatu bentuk/cara (formalitas) apa pun, seperti tulisan, pemberian tanda jadi maka sah sudah perjanjian itu atau mengikat perjanjian itu berlakulah ia sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Jadi, dapat dianggap perjanjian penyiaran iklan memenuhi syarat pertama.

Syarat kedua, mengenai “kecakapan untuk membuat suatu perikatan” Radio Tuba FM sebagai pihak radio siaran milik Pemerintah Kabupaten Tulang Bawang, telah memiliki izin resmi, sedangkan pemasangan iklan juga perusahaan atau badan usaha yang telah memiliki badan hukum. Jadi dapat dikatakan bahwa perjanjian penyiaran iklan memenuhi syarat kedua.

Syarat ketiga mengenai “suatu hal tertentu” objek perjanjian harus dapat ditentukan yaitu sesuatu yang logis dan praktis. Objek perjanjian itu adalah iklan produk atau jasa perusahaan pemasang iklan.

Syarat keempat “suatu sebab yang halal” artinya suatu sebab atau alasan yang benar maksudnya bahwa pihak perusahaan pemasang iklan ingin agar masyarakat mengetahui atau memaklumi keberadaan, maksud dan tujuan dilakukannya penyiaran iklan tersebut yang mempromosikan produknya, dan radio Tuba FM sebagai radio siaran memperoleh keuntungan dalam perjanjian tersebut. Maksud dan tujuan itu tidak bertentangan dengan undang-undang, kepentingan umum dan kesusilaan. Jadi, perjanjian penyiaran iklan adalah sah, karena telah memenuhi keempat syarat tersebut, kecuali untuk syarat yang keempat itu harus dilaksanakan dengan itikad baik menurut undang-undang.

## **Prosedur Penyiaran Iklan**

### **a. Tahap Pembuatan Perjanjian**

Sebelum melakukan perjanjian penyiaran iklan, radio Tuba FM sebagai pihak radio siaran memberikan penawaran kepada pihak pemasang iklan. Ada juga dalam pelaksanaannya beberapa perusahaan, instansi atau perorangan yang melakukan permohonan dahulu kepada radio siaran. Penawaran yang dilakukan biasanya bermula dari hubungan telepon oleh marketing dari radio Tuba FM, kemudian apabila diterima maka dibuat surat penawaran harga untuk diberikan harga untuk diberikan kepada pihak pemasang iklan. Setelah adanya respon positif dari pihak pemberi iklan maka dibuat media order oleh pihak radio siaran sebagai bukti adanya suatu kesepakatan atau persetujuan dari pihak pemasang iklan untuk menyiarkan iklan perusahaannya. Hal yang menunjukkan adanya kesepakatan adalah media order tersebut yang ditandatangani oleh kedua belah pihak. Respon positif disini maksudnya bahwa pihak pemberi iklan setuju dengan harga yang ditawarkan oleh pihak radio siaran.

Sebelum melakukan penyiaran iklan pengobatan alternatif madinah juga terlebih dahulu melakukan permohonan kepada radio Tuba FM sebagai radio siaran. Pihak pemasang iklan dalam hal ini balai pengobatan alternatif madinah. Madinah datang langsung ke Radio Tuba FM untuk melakukan permohonan langsung, setelah semua persyaratan di terima kemudian pihak marketing radio Tuba FM membuat surat penawaran dan selanjutnya membuat media order untuk perjanjian penyiaran iklan pengobatan alternatif madinah di radio siaran Tuba FM Menggala.

Bentuk penawaran yang dipilih oleh pihak balai pengobatan alternatif madinah dengan durasi maksimal 60 detik, frekuensi penayangan 10 spot/hari (7 spot + bonus 3 spot/hari), total penayangan iklan 300 spot/bulan (210 spot + bonus 90 spot), harga penawaran Rp. 30.000,-/spot, total harga penawaran untuk iklan pengobatan alternatif madinah adalah 210 spot x Rp. 30.000,- = Rp. 6.300.000,-/bulan atau terbilang enam juta tiga ratus ribu rupiah.

Pihak pemasang iklan mengiklankan produk jasanya selama satu bulan pada radio Tuba FM dengan sistem pembayaran setelah akhir masa penayangan iklan, hal tersebut telah disetujui oleh kedua belah pihak dalam hal ini pihak balai pengobatan alternatif madinah dan pihak radio Tuba FM.

Surat penawaran yang diberikan kepada pemasang iklan dalam hukum perjanjian merupakan pra kontrak, karena untuk mencapai suatu kesepakatan haruslah persesuaian kehendak oleh kedua belah pihak, namun dalam surat penawaran harga pihak pemasang iklan dapat menerima penawaran tersebut.

Suatu perjanjian lahir pada detik tercapainya kesepakatan, maka perjanjian itu lahir pada detik diterimanya suatu penawaran. Apabila pihak radio siaran melakukan suatu penawaran dan penawaran itu diterima oleh pihak pemasang iklan secara tertulis artinya menyampaikan surat penerimaan tersebut kepada pihak radio siaran. Menurut ajaran yang lazim dianut sejarah, perjanjian dianggap lahir pada saat pihak yang melakukan penawaran menerima jawaban yang termaksud dalam surat tersebut, sebab detik itulah yang dapat dianggap sebagai detik lahirnya kesepakatan.

Apabila dinyatakan bahwa perjanjian itu lahir setelah adanya kesepakatan maka perjanjian penyiaran iklan lahir setelah adanya persetujuan dari pihak pemasang iklan atas harga yang ditawarkan oleh pihak radio siaran, tetapi bagaimana halnya dengan media order yang ditandatangani, maka media order tersebut adalah sebagai bukti adanya pemesanan iklan yang memuat:

**Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan Pengobatan Alternatif Madinah Melalui Radio  
(Studi Pada Radio Tuba Fm Menggala), Dina Haryati Sukardi**

- (1). Nama klien/pemasang iklan;
- (2). Jenis produk;
- (3). Frekuensi iklan;
- (4). Waktu penyiaran iklan;
- (4). Waktu penyiaran iklan;
- (5). Tanggal penyiaran;
- (6). Jumlah iklan;
- (7). Harga dan pajak;
- (8). Waktu pembayaran.

Media order yang dibuat untuk perjanjian iklan antara balai pengobatan alternatif madinah dengan radio Tuba FM berisikan antra lain:

- |                              |  |
|------------------------------|--|
| (1). Nama klien              | : Indra  |
| (2). Jenis produk            | : Jasa pengobatan alternatif                   |
| (3). Frekuensi iklan         | : 10 spot/hari                                 |
| (4). Waktu penyiaran iklan   | : pada seluruh program siaran radio Tuba FM    |
| (5). Tanggal penyiaran iklan | : 21 Juni 2011 s/d 21 Juli 2011                |
| (6). Jumlah iklan            | : satu buah iklan                              |
| (7). Harga dan pajak         | : enam juta tiga ratus ribu rupiah dan PPN 10% |
| (8). Waktu pembayaran        | : tanggal 20 juni 2011.                        |

Di dalam media order tersebut tandatangan tercantum kata “menyetujui” ini berarti akibat hukumnya pihak yang telah menandatangani media order adalah menyatakan kesanggupan dan mengikatkan diri dengan pihak lain. Media order dalam hukum perjanjian merupakan suatu penguat perjanjian saja bukan akta perjanjian atau surat perjanjian, karena didalamnya tidak memenuhi bagian-bagian dari suatu perjanjian, seperti tidak menyebutkan secara moralitas pihak-pihak, hanya diistilahkan kedalam klien, oleh sebab itu media order menurut hukum perjanjian bukan suatu perjanjian namun hanya sebagai penguat perjanjian belaka. Guna menguatkan suatu perjanjian biasanya dibuat suatu perjanjian kerjasama antara radio siaran dengan pihak pemasang iklan. Hal-hal yang dimuat dalam perjanjian pemasangan iklan antara pihak radio siaran dengan pemasang iklan memuat hal-hal sebagai berikut:

- (1). Nama dan spesifikasi pekerjaan;
- (2). Harga pekerjaan dan cara pembayaran;
- (3). Saksi-saksi;
- (4). Jangka waktu perjanjian;
- (5). *Force majeure*;
- (6). Penyelesaian perselisihan;
- (7). Lain-lain.

Hal-hal tersebut lazim terdapat didalam perjanjian pemasangan iklan di radio siaran baik radio siaran swasta maupun radio siaran pemerintah, seperti radio seperti radio Tuba FM Menggala.

#### **b. Tahap Pelaksanaan perjanjian**

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf marketing radio Tuba FM Menggala dapat diuraikan bahwa penyiaran iklan dilalui dengan beberapa langkah, berikut langkah-langkah penyiaran iklan yang dimaksud:

- (1). Pembuatan atau memproduksi iklan oleh pihak radio siaran.

Pihak radio membuat rekaman audio (suara) untuk spot iklan yang diperjanjikan. Isi dan redaksi dari spot iklan tersebut ditentukan oleh pihak pemasang iklan, pihak radio hanya menyempurnakan dan menyesuaikan dengan format siaran radio Tuba FM .

Pasal 36 Ayat (5) undang-undang penyiaran menjelaskan tentang materi isi siaran iklan niaga yang dilarang, antara lain:

- a. bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan, dan/atau bohong;
- b. menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika dan obat-obatan terlarang; atau
- c. mempertentangkan suku, agama, ras dan antar golongan.

Berdasarkan ketentuan pasal tersebut, maka setiap bentuk siaran khususnya siaran iklan niaga melalui radio baik radio swasta maupun radio siaran pemerintah dilarang memuat hal-hal yang dilarang tersebut.

Jika dihubungkan dengan syarat sah perjanjian, yaitu mengenai syarat ke empat dalam hukum perjanjian, apa bila isi dari siaran iklan yang dibuat melanggar pasal ini nama perjanjian yang dibuat tidak sah dan pelaksanaan perjanjian tidak dapat dilaksanakan karena melanggar undang-undang. Oleh sebab itu diharapkan dalam pembuatan iklan ini kedua pihak bekerjasama untuk tidak melanggar dengan hal-hal demikian yang menyebabkan penyiaran iklan tersebut tidak dapat dilaksanakan.

## (2). Menyiarkan iklan tersebut oleh radio siaran

Tahap kedua ini iklan yang telah selesai diproduksi siap untuk disiarkan pada waktu yang telah diperjanjikan, pada saat penyiaran ini penyiar yang bertugas pada saat itu haruslah memberikan pada pihak radio *script* spot iklan, untuk mengetahui iklan apa saja yang telah disiarkan pada hari itu, hal ini berguna sebagai lampiran alat bukti siar pada pemasang iklan pada saat perlunasan biaya administrasi. Kemudian pada tahap ini pihak radio siaran melaksanakan kewajibannya untuk menyiarkan iklan niaga tersebut berdasarkan pada waktu yang telah diperjanjikan. Bagi pihak radio siaran pelaksanaan perjanjian dilakukan atas dasar pemenuhan waktu siar.

### c. Tahap Penyelesaian perjanjian

Tahap terakhir ini merupakan tahap penyelesaian perjanjian dimana pada tahap ini setelah masa kontrak berakhir, maka pihak pemasang iklan harus segera menyelesaikan pembayaran administrasi sesuai dengan jumlah yang telah tertera dalam perjanjian. Pihak radio siar juga harus menunjukkan *script* radio sebagai bukti siar. Pada tahap ini bagi pihak pemasang iklan merupakan pelaksanaan atas kewajiban pada perjanjian penyiaran iklan yaitu melalui pembayaran atau pelunasan.

Pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan pada umumnya sama tergantung dari jumlah frekuensi spot dan adlips yang disepakati oleh pemasang iklan, dan pada dasarnya pelaksanaan perjanjian juga ditentukan dengan keinginan pemasang iklan dalam hal ini mengenai materi yang disiarkan karena biasanya pemasang iklan telah menentukan isi dari siaran iklan niaga dan juga ada beberapa yang menyerahkan kepada pihak radio siaran, mengenai cara untuk mencapai tujuan tersebut diserahkan kepada pihak radio siaran.

Saat melaksanakan suatu perjanjian, terlebih dahulu harus ditetapkan secara tegas dan cermat apa saja isi perjanjian atau dengan kata lain, apa saja hak dan kewajiban masing-masing pihak. Biasanya suatu perjanjian yang dibuat tidak mengatur atau menetapkan secara teliti hak dan kewajiban mereka, dan hanya menetapkan hal-hal pokok dan penting saja. Menurut Pasal 1339 KUHPerdata, dinyatakan dalam perjanjian, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan (diwajibkan) oleh kepatutan, kebiasaan dan undang-undang. Selanjutnya dapat dilihat dalam Pasal 1339 tersebut bahwa suatu kebiasaan disamping undang-undang ikut menentukan hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam perjanjian penyiaran iklan. Apabila tidak

diatur dalam undang-undang dan juga belum ada kebiasaan, maka dapat berpedoman kepada kepatutan.

Menurut Pasal 1338 Ayat (3) KUHPerdara, semua perjanjian itu harus dilaksanakan dengan itikad baik, dimaksudkan bahwa pelaksanaan perjanjian itu harus berjalan dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan. Jadi ukuran objektif untuk menilai pelaksanaan perjanjian adalah perjanjian harus dilaksanakan pada jalur yang benar.

### **Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian Penyiaran Iklan Pengobatan Alternatif Madinah Melalui Radio.**

Sebagaimana layaknya sebuah perjanjian, maka perjanjian penyiaran iklan mengatur mengenai hak dan kewajiban pihak-pihak. Berikut hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian penyiaran iklan.

#### **1). Hak dan Kewajiban Radio Tuba FM**

Masing-masing pihak dalam perjanjian penyiaran iklan mempunyai hak dan kewajiban. Hak yang dimiliki oleh pihak radio siaran dalam hal ini Radio Tuba FM Menggala adalah sebagai berikut:

- a). Melakukan penawaran iklan terhadap setiap klien yang datang dan melakukan persetujuan kontrak dan kesepakatan perjanjian. Termasuk melakukan penawaran paket iklan yang akan dipilih, terhadap pihak balai pengobatan alternatif madinah ketika melakukan permohonan kepada pihak marketing radio Tuba FM.
- b). Menerima pembayaran dari pemasang iklan yaitu balai pengobatan alternatif madinah, sesuai dengan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak pada awal dilakukannya perjanjian. Pembayaran dapat dilakukan diawal penayangan, saat iklan ditayangkan atau selambat-lambatnya setelah penyiaran iklan berakhir, dan dalam hal ini pihak balai pengobatan alternatif madinah sepakat untuk melakukan pembayaran diakhir penyiaran iklan.
- c). Pihak radio Tuba FM berhak melakukan penawaran perpanjangan kepada pihak balai pengobatan alternatif madinah bila masa penayangan iklan telah berakhir.

Radio siaran juga selain mempunyai hak juga mempunyai kewajiban yang harus dipenuhi, berikut kewajiban yang dimiliki oleh pihak radio siaran:

- a) Pihak radio Tuba FM berkewajiban membuat *voice recording* penyiaran iklan pengobatan alternatif madinah, dengan isi, format dan bahasa yang menarik sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui antara radio Tuba FM dengan pihak balai pengobatan madinah.
- b) Menyiarkan iklan sesuai dengan waktu yang telah disepakati dalam perjanjian. Pihak radio Tuba FM menyiarkan iklan yang telah dipesan oleh pemesan dalam hal ini balai pengobatan alternatif madinah sesuai dengan waktu yang telah disepakati dalam surat perjanjian. Waktu yang telah disepakati biasanya mengenai frekuensi disiarkan iklan dalam satu hari dan lamanya iklan tersebut disiarkan, serta disesuaikan dengan keinginan pemasang iklan dalam program radio siaran. Iklan pengobatan alternatif madinah disiarkan dengan frekuensi penyiaran 10 spot/hari daam setiap program siaran Radio Tuba FM antara lain dalam program: selamat pagi Tuba I, selamat pagi Tuba II, musik dan informasi, Tulang Bawang membangun, campur sari, komposisi istirahat sore, Tuba berdendang, derap pemuda Tuba, *your fave, your memories*.
- c) Menyiarkan iklan ulang apabila terjadi kesalahan waktu dalam penyiaran iklan. Kesalahan waktu yang dimaksud adalah jika tidak sesuai dengan perjanjian yang sepakati oleh kedua belah pihak, misalnya mengenai materi iklan yang dibuat tidak sesuai dengan permintaan pihak



pemohon. Penyiaran iklan pengobatan alternatif madinah tidak mengalami penyiaran iklan ulang Karena semuanya sudah sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak.

Berikut adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak radio siaran:

- a) Menyiarkan iklan sesuai dengan waktu yang telah disepakati dalam perjanjian. Pihak radio siaran dalam hal ini radio Tuba FM Menggala akan menyiarkan iklan yang dipesan oleh pemasang iklan sesuai dengan waktu yang telah disepakati dalam surat perjanjian. Waktu yang disepakati biasanya mengenai frekuensi disiarkan iklan dalam satu hari dan lamanya iklan tersebut disiarkan serta disesuaikan dengan keinginan pemasang iklan dalam program radio siaran.
- b) Menyerahkan bukti siar kepada pihak pemasang iklan berupa radio *script* (panduan siar untuk penyiaran).

Pihak radio Tuba FM akan menyerahkan bukti siar (radio *script*) kepada pemesan iklan yaitu balai pengobatan alternatif madinah sebagai bukti bahwa iklan yang dipesan oleh pemasang iklan telah disiarkan oleh radio Tuba FM.

## 2) Hak dan Kewajiban Pemasang iklan

Berikut ini adalah hak dan kewajiban yang dimiliki oleh balai pengobatan alternatif madinah sebagai pihak pemasang iklan.

- a) Memintakan agar disiarkan ulang apabila iklan telah disiarkan tetapi tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan, tanpa pembayaran. Pihak pemasang iklan akan meminta kepada pihak radio siaran untuk disiarkan ulang iklan yang telah disiarkan tetapi tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan dalam perjanjian, tanpa pembayaran. Ini merupakan kewajiban pihak radio siaran untuk menyiarkan ulang iklan yang dipesan oleh pemasang iklan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
- b) Menolak tanggung jawab dan pembayaran iklan yang penyiarannya tidak sesuai dengan perjanjian.

Pihak pemasang iklan dapat menolak tanggung jawab yang dibebankan kepadanya serta menolak pembayaran yang diminta oleh radio siaran iklan yang dipesan apabila penyiaran iklan tidak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati kedua belah pihak.

- c) Memperoleh bukti siar (radio *script*)

Pihak pemasang iklan diwajibkan membayar tunai kepada radio siaran yang menyiarkan iklan yang telah dipesan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Kewajiban yang dimiliki oleh pihak pemasang iklan adalah:

- a) Menjalankan isi perjanjian yang telah disepakati sebagaimana mestinya. Terdapat klausul-klausul dalam perjanjian yang harus disepakati oleh kedua belah pihak.
- b) Membayar harga yang telah disepakati pada perjanjian penyiaran iklan. Pihak pemasang iklan dalam hal ini balai pengobatan alternatif madinah diwajibkan membayar tunai iklan kepada radio siaran yaitu radio Tuba FM yang telah menyiarkan iklan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Pembayaran dapat dilakukan di akhir penayangan iklan seperti yang telah disepakati dalam perjanjian.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka perjanjian penyiaran iklan telah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam hukum perjanjian, dan dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Syarat sahnya perjanjian penyiaran iklan yang ditetapkan oleh pihak radio Tuba FM Menggala yang harus dipenuhi oleh pemasang iklan (pribadi/badan hukum) untuk mengiklankan produk atau jasanya di radio Tuba FM harus menandatangani dan menyetujui surat perjanjian kerjasama yang telah disepakati. Prosedur perjanjian penyiaran iklan pada radio Tuba FM pada

**Pelaksanaan Perjanjian Penyiaran Iklan Pengobatan Alternatif Madinah Melalui Radio  
 (Studi Pada Radio Tuba Fm Menggala), Dina Haryati Sukardi**

awalnya dilakukan melalui tahap pembuatan perjanjian yaitu dengan memberikan surat penawaran berisi penawaran harga dan berguna untuk memberikan kesepakatan awal dalam penyiaran iklan kemudian dituangkan dalam bentuk surat perjanjian kerjasama antara pihak radio siaran dengan pihak pemasang iklan atau disebut dengan tahap pelaksanaan perjanjian. Setelah masa kontrak perjanjian berakhir, maka pihak pemasang iklan harus segera menyelesaikan pembayaran biaya administrasi sesuai dengan jumlah yang tertera dalam perjanjian. Pihak radio siaran juga harus menunjukkan radio *script* sebagai bukti siar dan tahap ini merupakan tahap penyelesaian perjanjian.

2. Hak yang dimiliki oleh pihak radio siaran adalah menerima pembayaran dari pemasang iklan sesuai dengan harga yang telah disepakati sedangkan kewajiban yang dimiliki oleh pihak radio siaran adalah menyiarkan iklan sesuai dengan waktu yang telah disepakati dalam perjanjian, menyerahkan bukti siar kepada pihak pemasang iklan berupa radio *script* (panduan siaran untuk penyiaran) dan menyiarkan ulang iklan apabila terjadi kesalahan waktu dalam penyiaran. Hak yang dimiliki oleh pihak pemasang iklan adalah memintakan agar disiarkan ulang apabila iklan telah disiarkan tetapi tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan, tanpa pembayaran, menolak tanggung jawab dan pembayaran iklan yang penyiarannya tidak sesuai dengan perjanjian serta memperoleh bukti siar (*radio script*) sedangkan kewajiban yang dimiliki oleh pihak pemasang iklan adalah membayar harga yang telah disepakati pada perjanjian penyiaran iklan.
3. Perjanjian penyiaran iklan berakhir apabila semua pelaksana perjanjian tersebut telah dilaksanakan. Setelah waktu siaran atau masa tayang yang di perjanjikan selesai dan pihak pemasang iklan melakukan pembayaran maka perjanjian berakhir.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Abdulkadir Muhammad, 1997, *Hukum Perjanjian Indonesia*. Edisi Revisi 2003. Dewa Rucci Press Jakarta.

Khairudin, 2001, *Media Iklan*. Jembatan Bandung.

Poewadarminta, 2001, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Sinar Baru Bandung.

Subekti, 2000, *Pokok-Pokok Perjanjian*, Balai pustaka Jakarta.

Sudjana, 2001, *Hukum Penyiaran Indonesia*. Gedung agung Jakarta.

Setiawan, 2007, *Kapita Selekta Hukum Perjanjian*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.

Soerjono Soekanto, 2001, *Penelitian Hukum Normatif*. Bina Aksara Jakarta.

Subekti, 2001, *Hukum Perikatan*. Balai pustaka Jakarta.

W.J.S.Poerwodarminto, 2002, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai pustaka Jakarta.

Harahap Hardian, 2005, *Pengantar Hukum Perikatan*. Raja Grafindo Raya. Jakarta.

### Peraturan Perundang-undangan :

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Keputusan Bupati Tulang Bawang Nomor: B/LPPLR/HK/2009 tentang penetapan nama-nama penyelenggara Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Tulang Bawang Tahun 2009.