

BAB I

PENDAHULUAN

Bangsa Indonesia dalam memasuki pasar bebas, dimana produk-produk dari luar negeri akan dengan mudah keluar masuk ke Indonesia hal ini tentu akan berdampak terhadap barang-barang produksi dalam negeri, dan menimbulkan produk-produk dalam negeri harus bersaing dengan produk-produk dari luar negeri yaitu dengan menciptakan suatu produk yang berkualitas namun dengan harga yang bersaing.

Selain kualitas barang yang tak kalah penting adalah promosi dalam upaya memasarkan dan memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat luas selaku konsumen. Salah satu caranya adalah dengan melalui iklan, karena iklan merupakan alat yang efektif dalam memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat.

Iklan merupakan sarana bagi produsen untuk menarik minat konsumen akan barang atau jasa yang diproduksinya. Bagi pihak konsumen sendiri, iklan merupakan pemberitahuan akan barang yang dibutuhkannya dan konsumen juga dapat menjatuhkan pilihan terhadap barang-barang yang menurut mereka paling baik.

Tanggal 7 April 2002 terbit Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 2002 yang mengubah stasiun TVRI dari Perjan ke PT. Persero. Keputusan swastanisasi

TVRI ini menimbulkan ketidakpastian program karena sumber-sumber keuangan

belum tetap. Sehingga dengan swastanisasi, maka TVRI dapat menayangkan iklan untuk mendapatkan sumber keuangan yang dahulu didapat dari pemerintah.

Televisi merupakan salah satu media yang dapat menyediakan tempat bagi adanya iklan. Televisi dapat menjadi pilihan bagi pihak produsen atau pemasang iklan, karena televisi sebagai media hiburan yang banyak digunakan oleh masyarakat. Maka suatu iklan yang terdapat dalam televisi akan dapat mudah tersebar dengan cepat, hemat, murah dan dapat menjangkau jutaan khalayak dalam satuan waktu tertentu.

TVRI setelah swastanisasi dapat menayangkan iklan. Iklan memegang peranan yang sangat penting, karena TVRI membutuhkan dana yang cukup besar untuk dapat terselenggaranya program siaran dan melalui iklan inilah dapat memperoleh pemasukan dana untuk kelancaran program siaran.

Agar dapat terselenggaranya proses penyampaian iklan di suatu media khususnya televisi, maka diantara kedua belah pihak yang terlibat langsung dengan proses penyampaian iklan tersebut harus terlebih dahulu mengadakan perjanjian. Dalam perjanjian ini ditentukan hal-hal pokok yang berkaitan dengan penayangan iklan. Antara lain jam penayangan, momen penayangan serta biaya penayangan iklan itu sendiri.

Setelah ada kata sepakat dari masing-masing pihak, maka terbentuklah perjanjian penayangan iklan tersebut. Perjanjian penayangan iklan tersebut dapat dikategorikan sebagai perjanjian yang bersifat obligatoir, maka hak dan kewajiban yang ditimbulkan bersifat timbal balik. Pihak televisi berkewajiban menyiarkan iklan sesuai dengan permintaan pihak pemasang iklan dan berhak menerima

imbalan akan hal itu. Pihak pemasang iklan sendiri berkewajiban membayar uang atau barang yang telah dijanjikan.

Mengenai waktu penayangan iklan, berdasarkan kesepakatan antara pihak penayang iklan dan pihak pemasang iklan telah ditentukan waktunya. Dalam prakteknya penayangan iklan terkadang tidak tepat waktu sesuai dengan yang disepakati. Dalam hal ini, apabila pihak penayang iklan tidak dapat melakukan penayangan sesuai dengan waktu yang telah disepakati, maka pihak pemasang iklan sebagai pihak yang dirugikan dapat mengajukan komplain kepada televisi penayang iklan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan di atas, maka perumusan masalahnya adalah : Bagaimanakah penyelesaian sengketa dalam hal penayangan iklan tidak tepat waktu pada PT. Stasiun Televisi Republik Indonesia (Persero) Semarang?

Tujuan dari penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Obyektif

Untuk memperoleh data tentang penyelesaian dalam hal penayangan iklan pada PT. Stasiun Televisi Republik Indonesia (Persero) Semarang tidak tepat waktu.

2. Tujuan Subyektif

Untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi yang merupakan salah

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian kepustakaan (*library search*) dan penelitian lapangan.

1. Penelitian Kepustakaan

Yaitu penelitian diperoleh dengan cara mengumpulkan, membaca dan meneliti peraturan perundang-undangan, buku-buku dan sebagainya berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Adapun penelitian kepustakaan ini didapat dari bahan hukum.

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang bersifat mengikat seperti :

- 1) KUH Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan yang mendukung dan erat kaitannya dengan bahan hukum primer serta dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum sekunder yaitu, berupa buku-buku tentang perjanjian, tentang iklan dan televisi, surat kabar dan majalah, serta laporan-laporan penelitian yang telah ada dan lain sebagainya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

2. Penelitian Lapangan

Yaitu dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang diperlukan meliputi :

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Televisi Republik Indonesia Semarang

b. Responden

1. Pimpinan Televisi Republik Indonesia Semarang
2. Staff bagian periklanan Televisi Republik Indonesia Semarang
3. Pemasang iklan di Televisi Republik Indonesia Semarang

c. Teknik Pengumpulan Data

Dilakukan dengan wawancara yaitu dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan responden untuk memperoleh keterangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel, penulis menggunakan teknik *non random sampling*, yaitu tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap individu untuk dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan jenis yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan berdasarkan kriteria yang berhubungan dengan obyek penelitian.

4. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu metode analisis data yang menjelaskan dan menggambarkan secara tepat dan jelas sesuatu atau yang diperoleh dari teori (data kepustakaan) maupun fakta yang ditemukan dilapangan (data lapangan) yang kemudian dipelajari dan di analisis untuk mencari pemecahan