

SKRIPSI

MIRZA PARAMITA

AKIBAT HUKUM PEMASANGAN IKLAN YANG TIDAK
SESUAI DENGAN PERJANJIAN



FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A
2002

**AKIBAT HUKUM PEMASANGAN IKLAN YANG TIDAK
SESUAI DENGAN PERJANJIAN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA HUKUM**

Dosen Pembimbing,

Penyusun,


Agus Yudha Hernoko, S.H., M.S.
NIP. 131 878 393


Mirza Paramita
NIM. 039814703

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Panitia Penguji
Pada hari Selasa, tanggal 22 Januari 2002**

Panitia Penguji Skripsi :

Ketua : Lisman Iskandar, S.H., M.S.

Anggota : 1. Agus Yudha Hernoko, S.H., M.S.

2. Bambang Sugeng Ariyadi S, S.H., M.H.



Handwritten signatures of the thesis committee members, including the Chairman and two members, positioned to the right of the printed names.

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. Hubungan hukum yang terjadi dalam perihal pemasangan iklan adalah didasarkan pada perjanjian antara para pihak terkait, yaitu berdasarkan pasal 1338 BW jo 1329 BW. Perjanjian ini meliputi antara media surat kabar selaku produsen dan pemasang iklan selaku konsumen jasa. Produsen disini berkewajiban untuk memuat memasang atau memuat iklan sesuai yang dipesan oleh konsumen berdasarkan perjanjian yang dibuat dalam blanko formulir pemasangan iklan. Selain itu, konsumen diminta agar membayar membayar ongkos pemasangan tersebut dimuka.
- b. Upaya hukum yang dapat dilakukan pemasang iklan selaku konsumen yang dirugikan akibat pemasangan iklan yang tidak sesuai dengan perjanjian adalah pengajuan tuntutan wanprestasi atas janji produsen untuk memasang iklan sesuai dengan perjanjian. Sehingga akibat pemasangan iklan tidak sesuai dengan perjanjian itu maka konsumen dapat menuntut ganti rugi akibat wanprestasi dari produsen tersebut berdasarkan pasal 1243 BW. Namun tidak pula menutup kemungkinan bahwa berdasarkan pasal 1365 BW, dapat diajukan gugatan atas perbuatan melanggar hukum.

2. Saran

- a. Sebaiknya perjanjian selalu dituangkan dalam suatu perjanjian tertulis. Karena hal ini membuat kedudukan konsumen kuat dalam hal pembuktian.

Pihak pemasang iklan diharapkan ikut mengawasi proses pemasangan iklan dan melakukan konfirmasi intensif antar pihak sehingga apabila ada sesuatu hal yang kurang berkenan akan dapat segera dicegah atau ditangani.

Dari sisi produsen, pencegahan umum yang dapat diupayakan antara lain: membenahi administrasi; berhati-hati saat melaksanakan proses pemasangan iklan; dan merekrut tenaga kerja yang berkualitas.

- b. Masalah perlindungan konsumen di Indonesia masih tergolong masalah baru. Maka wajar apabila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Kesadaran akan hak sebenarnya sejalan dengan kesadaran hukum. Oleh karena itu, dihimbau agar masyarakat mendapat pendidikan konsumen, tidak harus melalui pendidikan formal, akan tetapi dapat ditempuh dengan pesan melalui media masa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat.

Disamping itu, pemerintah hendaknya lebih gencar mensosialisasikan UUPK dan TKTCPI. Dengan demikian, para pemasang iklan dapat mengetahui apa saja yang menjadi haknya sebagai konsumen apabila dirugikan oleh produsen.