

**AKIBAT HUKUM PELAKSANAAN PERJANJIAN
PEMASANGAN IKLAN YANG TERLAMBAT
DITERBITKAN
(Studi Di UKM-LPM Teropong UMSU)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum**

Oleh:

**TAMAM ABDULLAH
NPM 1506200462**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624-567 Medan 20238 Fax. (061) 662
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir. Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata 1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, bagi:

NAMA : TAMAM ABDULLAH
NPM : 1506200462
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : AKIBAT HUKUM PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN YANG TERLAMBAT DITERBITKAN (Studi di UKM – LPM Teropong UMSU)

PENDAFTARAN : 05 Oktober 2019

Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah Lulus dari Ujian Skripsi Penulis berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM (S.H)

Diketahui
DEKAN FAKULTAS HUKUM

Dr. IDA HANIFAH, S.H., M.H
NIP: 196003031986012001

PEMBIMBING

SYOFIATY LUBIS, S.H., M.H
NIDN: 0128017401



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624-567 Medan 20238 Fax. (061) 662
Website : <http://www.umsuac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir. Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA
BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I

Panitia Ujian Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, Tanggal 09 Oktober 2019 Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan menimbang:

MENETAPKAN

NAMA : TAMAM ABDULLAH
NPM : 1506200462
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : AKIBAT HUKUM PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN YANG TERLAMBAT DITERBITKAN (Studi di UKM - LPM Teropong UMSU)

Dinyatakan : (B/A) Lulus Yudisium dengan Predikat Sangat Baik
() Lulus Bersyarat, Memperbaiki/Ujian Ulang
() Tidak Lulus

Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam Bagian Perdata

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. IDA HANIFAH, SH., M.H
NIP: 196003031986012001

Sekretaris

FAISAL, SH., M.Hum
NIDN: 0122087502

ANGGOTA PENGUJI:

1. MHD. NASIR SITOMPUL, S.H., M.H
2. NURHILMIYAH, S.H., M.H
3. SYOFIATY LUBIS, S.H., M.H

1.

3.

2.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624-567 Medan 20238 Fax. (061) 662

Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir. Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : TAMAM ABDULLAH
NPM : 1506200462
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : AKIBAT HUKUM PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN YANG TERLAMBAT DITERBITKAN (Studi di UKM – LPM Teropong UMSU)

Disetujui Untuk Disampaikan Kepada
Panitia Ujian

Medan, 03 Oktober 2019

DOSEN PEMBIMBING

SYOFIATY LUBIS, S.H., M.H

NIDN: 0128017401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **TAMAM ABDULLAH**
NPM : 1506200462
Program : Strata – I
Fakultas : Hukum
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum Perdata
Judul Skripsi : **AKIBAT HUKUM PELAKSANAAN
PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN YANG
TERLAMBAT DITERBITKAN (Studi di
UKM-LPM Teropong UMSU)**

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri. Kecuali bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, Oktober 2019
Saya yang menyatakan



TAMAM ABDULLAH

ABSTRAK

AKIBAT HUKUM PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN YANG TERLAMBAT DITERBITKAN (STUDI DI UKM-LPM TEROPONG UMSU)

Tamam Abdullah

Keterlambatan dalam penerbitan iklan di media cetak yang telah diperjanjikan oleh UKM-LPM Teropong UMSU dengan pihak Pemasang Iklan tentu saja menimbulkan suatu kerugian bagi pihak pemasang iklan. Selain menimbulkan kerugian, keterlambatan ini juga menimbulkan suatu akibat hukum karena tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan sebelumnya apalagi dalam perjanjian ini, perjanjian dilakukan secara lisan. Selain menimbulkan kerugian bagi pihak pemasang iklan keterlambatan ini menimbulkan kerugian bagi pihak UKM-LPM Teropong UMSU karena dapat mengakibatkan pemasang iklan kurang percaya lagi dalam menggunakan jasa UKM-LPM Teropong UMSU untuk mempromosikan produk mereka.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan yuridis empiris yang diambil dari data primer, dimana untuk mendapatkan data primer tersebut dengan melakukan wawancara langsung kepada pihak UKM-LPM Teropong UMSU, membandingkan langsung beberapa edisi produk cetak UKM-LPM Teropong UMSU yang berupa *Newsletter* dan Majalah dan data sekunder yang didapat dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa keterlambatan penerbitan iklan di media cetak UKM-LPM Teropong UMSU terjadi karena faktor internal UKM-LPM Teropong UMSU dan faktor eksternal UKM-LPM Teropong UMSU. Keterlambatan ini menimbulkan kerugian bagi pihak pemasang iklan, dan pihak UKM-LPM Teropong haruslah bertanggung jawab atas keterlambatan itu, dalam hal ini UKM-LPM Teropong UMSU bertanggung jawab atas kerugian yang timbul atas keterlambatan penerbitan iklan di media cetak UKM-LPM Teropong UMSU. Dengan demikian dalam hal keterlambatan ini pihak UKM-LPM Teropong UMSU bertanggung jawab sepenuhnya atas keterlambatan penerbitan iklan di media cetak UKM-LPM Teropong UMSU

Kata kunci: Akibat Hukum, UKM-LPM Teropong, Perjanjian Pemasangan Iklan.

KATA PENGANTAR



Asssalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur Saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas Rahmat, Karunia, serta Ridho-Nya yang tiada henti kepada kita semua terutama kepada Saya, sehingga Saya mendapat kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini, dimana skripsi ini sangat Saya butuhkan dalam rangka sebagai kelengkapan penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan segala keterbatasan ilmu dan kemampuan yang dimiliki, Saya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati Saya mengharapkan para pembaca berkenan memberikan saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Selanjutnya, Saya mengucapkan terimakasih atas dukungan serta bimbingan yang diberikan dari berbagai pihak, diantaranya:

1. Kedua orang tua, Ayahanda tersayang Al Haris dan Ibunda tercinta Ir. Suci Harnita yang telah memberikan pengorbanan yang tak terhingga baik dengan dorongan materi maupun non materi, serta doa dan perhatian yang begitu tulus kepada Saya.
2. Bapak Dr. H. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Ibu Dr. Ida Hanifah, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Faisal Riza, S.H., M.H, selaku Kepala Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Sofiaty Lubis, S.H., M.H, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing Saya dalam membuat skripsi ini.
6. Seluruh Pengurus UKM-LPM Teropong UMSU yang telah membantu saya dalam penelitian untuk skripsi saya.
7. Kepada Kakak dan Abang saya, Ramadita Sarah, S.E dan Hagi Darajat, Amd yang selalu memberikan dukungannya kepada Saya.
8. Kepada teman-teman kelas G-1 Pagi dan B-1 Pagi yang telah berjuang bersama-sama dalam mendapatkan ilmu selama perkuliahan.
9. Kepada Ade Nadira Sunersa, S.Ak, yang telah setia menemani, membantu dan menyemangati saya selama pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi Saya maupun para pembaca.

Aamiin Ya Rabbal'alamiin..

Medan, September 2019
Penulis

Tamam Abdullah
NPM: 1506200462

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
1. Rumusan Masalah	4
2. Faedah Penelitian	5
B. Tujuan Penelitian.....	6
C. Definisi Operasional.....	6
D. Keaslian Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	9
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	10
2. Sifat Penelitian.....	10
3. Sumber Data	10
4. Alat Pengumpul Data	11
5. Analisis Data	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Tinjauan Umum Perjanjian	13
1. Perjanjian Dalam Arti Luas	14
2. Perjanjian Dalam Arti Sempit	15
3. Asas-Asas Perjanjian	15
4. Unsur-Unsur Perjanjian	18

5. Syarat Sah Perjanjian.....	21
B. Perjanjian Dalam Islam	24
C. Tinjauan Umum Iklan	25
1. Tujuan Iklan	26
2. Manfaat Iklan	27
3. Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Isi	27
4. Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Tujuannya	28
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Hak Dan Kewajiban UKM-LPM Teropong UMSU Dan Pemasang Iklan Dalam Perjanjian Pemasangan Iklan.....	31
1. Tata Cara Penawaran Iklan	32
2. Hak dan Kewajiban Dalam Perjanjian Pemasangan Iklan Di UKM- LPM Teropong UMSU.....	35
B. Penyebab Terjadinya Keterlambatan Penerbitan Iklan Di Media Cetak UKM-LPM Teropong UMSU	40
1. Proses Pembuatan <i>Newsletter</i>	42
a. Tahap Pra Cetak	43
1) Proyeksi	43
2) Menawarkan Iklan	45
3) Editing Berita.....	45
4) Desain Iklan	47
5) <i>Layout</i>	48
b. Tahap Cetak.....	50

1) Evaluasi <i>Newsletter</i>	50
2) Perbaiki <i>Newsletter</i>	51
3) Cetak.....	51
c. Tahap Pasca Cetak	52
2. Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Keterlambatan Cetak	
<i>Newsletter</i>	52
a. Faktor Internal	54
1) Terlambat Mengirim Berita	54
2) Tidak Mendapat Iklan.....	56
3) Proses Desain dan Layout.....	56
4) Proses Cetak	58
b. Faktor Eksternal	59
3. Proses Pembuatan Majalah.....	61
a. Tahap Pra Cetak	61
1) Proyeksi Majalah.....	61
2) Rapat Reportase.....	62
3) Reportase.....	62
4) Menawarkan Iklan.....	63
5) Editing Berita	64
6) Desain Iklan.....	64
7) <i>Layout</i>	65
b. Tahap Cetak.....	66
1) Evaluasi Majalah.....	67

2) Proyeksi Rektorat	67
3) Cetak.....	68
c. Tahap Pasca Cetak.....	69
4. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Keterlambatan Cetak	
Majalah.....	70
a. Faktor Internal	71
1) Terlambat Mengirim Berita.....	71
2) Proses Desain dan <i>Layout</i>	72
3) Reportase.....	72
b. Faktor Eksternal	73
C. Tanggung Jawab UKM-LPM Teropong UMSU Terhadap Pemasang	
Iklan Atas Terlambat Terbitnya Iklan	74
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	
1. DAFTAR WAWANCARA	
2. SURAT KETERANGAN RISET	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UKM-LPM Teropong UMSU (Unit Kegiatan Mahasiswa – Lembaga Pers Mahasiswa Teropong Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara) adalah sebuah unit kegiatan mahasiswa yang bergerak pada bidang jurnalistik dan penerbitan. UKM-LPM Teropong UMSU merupakan media kampus yang menyampaikan informasi sekitar kampus ataupun Kota Medan melalui digital dan cetak. Anggota UKM-LPM Teropong UMSU adalah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang terdaftar di UKM-LPM Teropong UMSU.¹

UKM-LPM Teropong UMSU memiliki beberapa produk berupa Majalah, Newsletter dalam menyampaikan informasi dalam media cetak. Bukan hanya di media cetak saja, UKM-LPM Teropong juga memberikan informasi melalui media sosial berupa Instagram, Facebook dan juga melalui *Website*.

Produk-produk UKM-LPM Teropong merupakan salah satu sumber pendapatan yang digunakan oleh UKM-LPM Teropong untuk membiayai kegiatan organisasinya. Bukan hanya dari produknya, UKM-LPM Teropong UMSU juga membiayai kegiatannya melalui iklan yang mereka dapat dari pemasang iklan yang ingin mempromosikan produk atau jasa mereka di media cetak ataupun media sosial UKM-LPM Teropong.

Dalam mencari iklan biasanya UKM-LPM Teropong UMSU melalui Divisi Perusahaanlah yang bertanggung jawab mencari calon pemasang iklan

¹ Anggaran Dasar UKM-LPM Teropong UMSU Pasal 9 Ayat 1.

untuk memasang iklan di produk mereka khususnya media cetak berupa majalah dan *newsletter*. Namun walaupun yang bertanggung jawab mencari iklan adalah Divisi Perusahaan, tidak menutup kemungkinan anggota dari divisi yang lain juga bisa mencari klien untuk memasang iklan.

Apabila pihak yang ingin memasang iklan sudah ditemukan, maka akan dilakukannya perjanjian pemasangan iklan, Perjanjian pemasangan iklan antara pihak UKM-LPM Teropong UMSU dan pihak pemasang iklan diawali dengan negosiasi harga untuk penerbitan iklan tersebut. Harga tersebut tentu saja ditentukan berdasarkan pertimbangan apakah iklan tersebut harus didesain lagi atau desain tersebut sudah langsung diberikan pihak pemasang iklan, apabila iklan itu harus didesain lagi maka harganya berbeda dengan iklan yang diberikan langsung oleh pemasang iklan dan pihak UKM-LPM Teropong UMSU harus memberikan hasil desain tersebut kepada pemasang iklan agar disetujui untuk diletakkan dalam rubrik iklan atau halaman yang sudah disediakan pihak UKM-LPM Teropong UMSU dan setiap ukuran dan rubrik berbeda harganya, dan juga apakah iklan ini hanya untuk majalah atau *newsletter* satu edisi saja, majalah dan *newsletter* satu edisi atau berlangganan beberapa edisi, apabila kedua belah pihak telah sepakat, maka keduanya akan terikat perjanjian.

Namun perjanjian ini merupakan perjanjian tidak tertulis, dimana perjanjian ini berasal dari lisan Antara pihak UKM-LPM Teropong UMSU dengan pihak pemasang iklan dan dalam perjanjian ini yang diperjanjikan itu hanya membahas tentang hak dan kewajiban, namun hak dan kewajiban yang

dibahas hanyalah mengenai harga dan waktu penerbitan, sedangkan untuk hak dan kewajiban yang lain tidak dibahas dalam perjanjian ini.

Pihak UKM-LPM Teropong UMSU sama sekali tidak memberikan informasi kepada pihak pemasang iklan yang ingin menggunakan jasa mereka untuk memasang iklan tentang apa saja hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam perjanjian ini selain harga dan waktu penerbitan.

Sering sekali perjanjian pemasangan iklan tersebut tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dalam hal waktu penerbitan khususnya dalam pemasangan iklan di media cetak berupa majalah dan *newsletter* karena produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU sendiri sering cetak diluar waktu yang dijanjikan. Sehingga dalam hal ini, timbul suatu akibat hukum dalam perjanjian ini, dimana UKM-LPM Teropong telah melakukan “wanprestasi” dalam perjanjian ini.

Banyak beberapa pemasang iklan yang telah memasangkan iklannya di produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU merasa kurang puas dengan kinerja UKM-LPM Teropong UMSU yang mengabaikan terjadinya keterlambatan penerbitan iklan mereka di produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU dan ada beberapa pihak pemasang iklan menanyakan kenapa sering terjadinya keterlambatan penerbitan.

Bukan hanya dalam penerbitan, sering sekali pemasang iklan yang memberikan kepercayaan kepada pihak UKM-LPM Teropong UMSU untuk mendesain iklan mereka kecewa lantaran lamanya pihak UKM-LPM Teropong untuk memberikan hasil desain tersebut sehingga sering hampir terjadinya pembatalan dalam pemasangan iklan tersebut.

Keterlambatan penerbitan produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU membuat beberapa pihak pemasang iklan merasa dirugikan apalagi ada juga pihak pemasang iklan sudah melaksanakan kewajiban mereka berupa melunaskan biaya jasa pemasangan iklan namun mereka belum menerima mendapatkan hak mereka.

Hal ini apabila terus terjadi akan mengakibatkan berkurangnya kepercayaan pihak pemasang iklan kepada UKM-LPM Teropong UMSU dan dapat membuat nama UKM-LPM Teropong UMSU tidak baik di beberapa kalangan orang atau mahasiswa yang ingin menggunakan jasa UKM-LPM Teropong untuk mempromosikan produk mereka di UKM-LPM Teropong UMSU.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik mengkaji perjanjian UKM-LPM Teropong UMSU dengan pihak pemasang iklan tersebut dengan judul: **“AKIBAT HUKUM PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN YANG TERLAMBAT DITERBITKAN (STUDI DI UKM-LPM TEROPONG UMSU)”**.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana hak dan kewajiban antara UKM-LPM Teropong UMSU dengan pihak Pemasang Iklan dalam perjanjian pemasangan iklan di UKM-LPM Teropong UMSU ?

- b. Apa penyebab terjadinya keterlambatan penerbitan pemasangan iklan di media cetak UKM-LPM Teropong UMSU?
- c. Bagaimana tanggung jawab UKM-LPM Teropong UMSU terhadap pemasangan iklan apabila terjadinya keterlambatan penerbitan iklan?

2. Faedah Penelitian

Suatu penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat atau faedah, baik bagi Penulis sendiri dan juga bagi perkembangan khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam hukum perdata. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik dari segi teoritis dan praktis. Adapun manfaat secara teoritis dan praktis tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam bidang ilmu pengetahuan hukum khususnya hukum perdata terkait dengan perjanjian dalam pemasangan iklan di media cetak
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat umumnya pada seseorang yang ingin memasang iklan agar lebih paham akan hak dan kewajibannya dalam hal perjanjian pemasangan iklan dan badan usaha atau organisasi yang bergerak dalam jasa penerbitan iklan untuk lebih memahami tentang pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan untuk memperbaiki sistem administrasi mereka.

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada hakekatnya mengungkapkan apa yang menjadi suatu permasalahan yang akan dicapai oleh peneliti, adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana hak dan kewajiban antaran pihak pertama dalam hal ini penyedia jasa penerbitan iklan yaitu UKM-LPM Teropong UMSU dengan pemasang iklan
2. untuk mengetahui bagaimana implementasi dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan antara UKM-LPM Teropong UMSU dengan pemasang iklan
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggung jawab UKM-LPM Teropong UMSU terhadap pemasang iklan apabila terjadinya keterlambatan dalam penerbitan iklan

C. Definisi Operasional

Definisi Operasional atau kerangka konsep adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara definisi-definisi atau konsep-konsep khusus yang diteliti.² Dalam kerangka konseptual diungkapkan beberapa konsepsi atau pengertian yang akan dipergunakan sebagai dasar penelitian hukum. Sesuai dengan judul penelitian yang diajukan yaitu “Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Iklan Di UKM-LPM Teropong UMSU (Studi Di UKM-LPM Teropong UMSU)”, maka dapat diterangkan definisi operasional penelitian, yaitu:

² Ida Hanifah, dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: CV. Pustaka Prima, halaman 17.

1. Perjanjian menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Pasal 1313 adalah suatu perbuatan dengan nama satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.
2. Perjanjian diatur dalam Buku III KUHPerdata yang mengatur mengenai perjanjian yang meliputi bagian umum dan khusus.
3. Perjanjian menurut Abdulkadir Muhammad³ adalah persetujuan dengan mana dua pihak atau lebih mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal yang bersifat kebendaan di bidang harta kekayaan.
4. Perjanjian menurut Setiawan merupakan perjanjian sebagai suatu perbuatan hukum, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih⁴.
5. Perjanjian menurut Wirjono Prodjodikoro disebutkan sebagai persetujuan yaitu suatu kata sepakat antara dua pihak atau lebih mengenai harta kekayaan mereka yang bertujuan mengikat kedua belah pihak.
6. Iklan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah berita atau pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan; pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum.⁵

³ Abdulkadir Muhammad. 2012. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, halaman 290.

⁴ Titik Triwulan Tutik. 2018. *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, halaman 222.

⁵ <https://kbbi.web.id/iklan>

D. Keaslian Penelitian

Dari beberapa judul penelitian yang diangkat oleh peneliti sebelumnya, ada dua judul yang mendekati dengan penelitian dalam penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Skripsi Chadra Yudha Pratama, C100130013, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Tahun 2017 yang berjudul “PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN NIAGA DI RADIO”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang meneliti mengenai fakta dan data yang ada dilapangan mengenai tata cara pelaksanaan perjanjian pemasangan iklan di radio yang ada di Solo.
2. Abuddzar Muhammad Iqbal, E. 0002049, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret, Tahun 2007 yang berjudul “TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN NIAGA DI RADIO PTPN FM SOLO”. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian deskriptif dimana menganalisis fakta dan data yang ada dilapangan di radio PTPN FM Solo.

E. Metode Penelitian

Penelitian adalah suatu metode belajar yang dilakukan seseorang melalui penyelidikan yang hati-hati dan sistematis terhadap suatu masalah sehingga diperoleh pemecahan yang tepat terhadap masalah tersebut.⁶ Penelitian merupakan sarana yang dipergunakan oleh manusia untuk memperkuat, membina serta

⁶ Arfan Ikhsan,dkk. 2014, , *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Citapustaka Media, Halaman 7.

mengembangkan ilmu pengetahuan.⁷ Penelitian juga merupakan salah satu proses, yaitu suatu rangkaian langkah yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk memperoleh pemecahan masalah atau jawaban terhadap pernyataan tertentu. Kegiatan penelitian dimulai ketika manusia menaruh perhatian pada sesuatu yang ada (fakta) disekitar kehidupannya.⁸

Pada dasarnya penelitian adalah suatu upaya pencarian dan bukannya sekedar mengamati dengan teliti terhadap suatu obyek yang mudah terpegang di tangan. Hal ini disebabkan oleh karena penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis, dan konsisten. Melalui proses penelitian tersebut diadakan analisa dan kontruksi terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah. Agar mendapatkan hasil yang maksimal, maka metode yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris, dimana peneliti menganalisis permasalahan yang dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum (yang merupakan data sekunder) dengan data primer yang diperoleh di lapangan.⁹

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif, dimana penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya

⁷ Soerjono Soekanto. 2014, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), Halaman 3.

⁸ Arfan Ikhsan, dkk. *Op. Cit*, halaman 6

⁹ Ida Hanifah, dkk. *Op. Cit*, halaman 19.

semata-mata melukiskan keadaan obyek atau peristiwanya tanpa suatu maksud untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.¹⁰

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder yang terdiri dari:

- a. Data yang bersumber dari hukum Islam, yaitu sumber yang didapat dari Al-Qur'an dan Hadist.
- b. Sumber Data Primer, dimana sumber data atau keterangan yang didapat merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama berdasarkan penelitian lapangan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui keterangan dan informasi yang didapat dari pihak UKM-LPM Teropong UMSU
- c. Sumber Data Sekunder adalah data yang bersumber dan didapatkan dari pustaka, seperti peraturan perundang-undangan, dokumen, laporan, buku ilmiah dan hasil penelitian terdahulu, yang terdiri dari :
 - 1) Bahan hukum primer, dalam penelitian ini adalah KUHPerdara.
 - 2) Bahan hukum sekunder,yaitu sumber data yang dapat memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yang berupa suatu karya-karya ilmiah, buku dan hasil penelitian dari kalangan hukum yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti yang sesuai dengan judul skripsi.

¹⁰ Ida Hanifah, dkk. *Op. Cit*, halaman 20.

- 3) Bahan hukum tersier yaitu berupa bahan-bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus hukum, internet, dan sebagainya yang ada hubungannya dengan permasalahan yang sesuai dengan judul ini.

4. Alat pengumpul data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris, maka sesuai dengan kebutuhan penelitian digunakan studi lapangan dan studi kepustakaan.

- a. Studi Lapangan (*Field Research*) yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber yang berasal dari instansi dan orang-orang yang terkait dalam permasalahan yang diteliti yaitu UKM-LPM Teropong UMSU.
- b. Sedangkan studi kepustakaan dilakukan peneliti dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara, yaitu:
 - 1) *Offline*, yaitu menghimpun data dengan cara mengunjungi perpustakaan (baik di dalam kampus maupun di luar kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara) guna untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
 - 2) *Online*, yaitu dengan cara mencari data melalui media internet untuk mendapatkan data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

5. Analisis data

Data yang terkumpul dari sudi lapangan (*field research*) dan studi kepustakaan dikumpulkan serta diurutkan kemudian diorganisasikan dalam satu pola, kategori, dan uraian dasar. Sehingga dapat diambil pemecahan masalah yang akan diuraikan dengan menggunakan analisis kualitatif.

BAB II

TIJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Perjanjian

Istilah perjanjian berasal dari bahasa Belanda *overeenkomst* dan *verbinten*.¹¹ *Verbinten* dalam bahasa Indonesia, yaitu perikatan, perjanjian, dan perutusan. Sedangkan *overeenkomst* dalam bahasa Indonesia adalah perjanjian dan persetujuan.¹²

Secara umum perjanjian lahir pada saat terjadinya kesepakatan antara para pihak mengenai hal yang pokok atau unsur esensial dari kontrak tersebut.

Kontrak atau perjanjian ini merupakan suatu peristiwa hukum dimana seorang berjanji kepada orang lain atau dua orang saling berjanji untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu¹³.

Dalam perjanjian pada umumnya setiap janji-janji para pihak itu saling “berlawanan”¹⁴, misalnya dalam perjanjian jual-beli, salah satu pihak menginginkan barang sedangkan pihak lainnya menginginkan uang.

Walaupun dikatakan perjanjian merupakan janji-janji pihak yang saling berlawanan, dalam perjanjian tertentu para pihak melakukan janji-janji yang tidak berlawanan.

Perjanjian merupakan suatu peristiwa konkret dan dapat diamati, baik kontrak tersebut dilaksanakan secara tertulis maupun tidak tertulis. Hal ini

¹¹ R. Soeroso, S.H., 2018. *Perjanjian Di Bawah Tangan “Pedoman Praktis Pembuatan dan Aplikasi Hukum*. Jakarta : Sinar Grafika Offset, halaman 3

¹² *Ibid.*

¹³ Ahmadi Miru. 2017. *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak* Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, halaman 2.

¹⁴ *Ibid.*

berbeda dari perikatan yang tidak konkret, tetapi abstrak atau tidak dapat diamati karena perikatan merupakan akibat dari adanya perjanjian tersebut yang menyebabkan terikatnya kedua belah pihak dalam suatu perjanjian yang telah dijanjikan.

1. Perjanjian Dalam Arti Luas

Menurut Pasal 1313 KUHPerdara menyebutkan bahwa Perjanjian adalah suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Menurut para ahli hukum, ketentuan Pasal 1313 KUHPerdara memiliki beberapa kelemahan, antara lain:¹⁵ (1) Tidak jelas, karena setiap perbuatan dapat disebut perjanjian, (2) Tidak tampak asas konsensualisme, dan (3) Bersifat dualisme. Sehingga menurut teori baru setiap perjanjian haruslah berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan hukum.

Rumusan ketentuan pasal ini sebenarnya tidaklah jelas. Ketidajelasan itu dapat dikaji dari beberapa unsur dalam rumusan Pasal 1313 KUHPerdara ini, sebagaimana diuraikan berikut ini.

Lingkup perjanjian dalam hal ini cukup luas, perjanjian dalam pasal ini juga mencakup perjanjian lainnya contohnya perjanjian perkawinan yang diatur dalam hukum keluarga. Padahal yang dimaksud merupakan hubungan antara debitor dengan kreditor yang bersifat kebendaan. Perjanjian yang diatur dalam Buku III KUHPerdara sebenarnya hanya mencakup perjanjian yang bersifat kebendaan, tidak mencakup perjanjian yang bersifat personal atau perseorangan.

¹⁵ Titik Triwulan Tutik. *Op. cit* halaman 221.

Perbuatan dapat dilakukan melalui persetujuan dan dapat juga dilakukan tanpa adanya persetujuan. Persetujuan dapat terjadi apabila ada suatu penawaran yang diikuti oleh suatu penerimaan. Apa yang diterima, haruslah sesuai dengan apa yang ditawarkan.¹⁶ Dalam hal ini tanpa persetujuan, yang disimpulkan dari unsur definisi “Perbuatan” yang meliputi juga perbuatan perwakilan sukarela (*zaakwaameming*), perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) yang terjadinya itu tanpa persetujuan. Seharusnya unsur tersebut dirumuskan perjanjian adalah “persetujuan”.¹⁷

2. Perjanjian Dalam Arti Sempit

Menurut Prof. Abdulkadir Muhammad S.H., konsep perjanjian dapat dirumuskan dalam arti sempit yaitu¹⁸ “perjanjian adalah persetujuan dengan mana dua pihak atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal yang bersifat kebendaan di bidang harta kekayaan”.

Definisi dalam arti sempit ini menunjukkan telah terjadi persetujuan antara debitor dengan kreditor untuk melaksanakan suatu hal yang bersifat kebendaan sebagai objek perjanjian. Objek perjanjian tersebut dalam bidang harta kekayaan dapat dinilai dengan uang.

¹⁶ Prof. DR. R. Wirjono Prodjodikoro, S.H., 20018. *Azas-Azas Hukum Perjanjian*. Bandung : CV. Mandar Maju, Halaman 28

¹⁷ Abdulkadir Muhammad. *Op.cit* Halaman 289

¹⁸ *Ibid*

3. Asas-Asas Perjanjian

a. Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme sering diartikan bahwa dibutuhkan kesepakatan untuk lahirnya kesepakatan¹⁹. Pengertian ini tidak tepat karena maksud dari asas konsensualisme sebenarnya adalah bahwa suatu perikatan itu terjadi sejak saat tercapainya kata sepakat antara para pihak.

Dengan demikian, apabila terjadinya kesepakatan antara kedua belah pihak maka lahirlah sebuah perjanjian, walaupun perjanjian tersebut belum dilakukan pada saat itu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dengan tercapainya sebuah kesepakatan antara kedua belah pihak, maka timbullah hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak atau biasa disebut perjanjian tersebut telah bersifat obligatoir, yakni melahirkan kewajiban bagi para pihak untuk memenuhi perjanjian tersebut.

b. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak merupakan salah satu asas yang sangat penting dalam hukum kontrak (perjanjian). Kebebasan ini adalah perwujudan dari kehendak bebas, pancaran hak asasi manusia²⁰.

Menurut Salim H.S, bahwa kebebasan berkontrak adalah suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk:

- 1) Membuat atau tidak membuat perjanjian;
- 2) Mengadakan perjanjian dengan siapapun;
- 3) Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratan;
- 4) Menentukan bentuknya perjanjian yaitu tertulis atau lisan;

¹⁹ Ahmadi Miru. *Op. Cit* Halaman 3.

²⁰ Titik Triwulan Tutik. *Op, Cit* Halaman 229

Sedangkan menurut Abdulkadir Muhammad, bahwa kebebasan berkontrak itu tetap dibatasi oleh tiga hal, yaitu:

- 1) Tidak dilarang oleh undang-undang;
- 2) Tidak bertentangan dengan kesusilaan;
- 3) Tidak bertentangan dengan keteriban umum;

c. *Asas Pacta Sunt Servanda*

Asas Pacta Sunt Servanda berhubungan dengan akibat dari perjanjian²¹ dimana setiap orang yang membuat perjanjian, maka dia terikat untuk menjalankan dan memenuhi perjanjian tersebut karena perjanjian tersebut mengandung janji-janji yang harus dipenuhi dan janji tersebut mengikat para pihak sebagaimana mengikatnya undang-undang. Hal ini dapat dilihat pada Pasal 1338 ayat (1) yang menentukan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

d. *Asas Itikad Baik*

Asas itikad merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang itikad baik ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Asas ini sangat penting dalam melaksanakan perjanjian sebab kedua belah pihak akan berhadapan dengan hukum khusus dalam perjanjian yang harus dilaksanakan dengan itikad baik, dan hubungan khusus ini membawa akibat lebih lanjut bahwa kedua belah pihak itu harus bertindak dengan mengingat kepentingan-kepentingan yang wajar dari pihak lain.

²¹ *Ibid* Halaman 228

Apabila dalam perjanjian salah satu pihak tidak melaksanakan itikad baik dalam perjanjian tersebut, maka akan timbulnya kecurigaan salah satu pihak lainnya terhadap pihak yang tidak melaksanakan itikad baik tersebut, yang mengakibatkan hilangnya kepercayaan salah satu pihak dalam perjanjian tersebut dan membuat perjanjian tidak berjalan dengan baik.

4. Unsur-Unsur Perjanjian

Suatu perjanjian tercipta jika disepakati tentang suatu hal pokok atau unsur esensial dalam suatu perjanjian. Penekanan unsur yang esensial tersebut karena ada unsur lain selain unsur esensial di dalam suatu perjanjian.

Dalam suatu perjanjian dikenal tiga unsur, yaitu sebagai berikut:

a. Unsur Esensialia

Unsur esensialia merupakan unsur yang harus ada dalam suatu kontrak atau perjanjian karena tanpa adanya kesepakatan tentang unsur esensial ini maka tidak akan terjadinya suatu perjanjian. Contoh unsur esensialia adalah harus ada kesepakatan barang dan harga dalam perjanjian jual beli. Apabila tidak adanya kesepakatan mengenai barang dan harga dalam perjanjian jual beli, maka perjanjian tersebut batal demi hukum karena tidak ada hal tertentu yang diperjanjikan.

b. Unsur Naturalia

Unsur naturalia merupakan unsur yang telah diatur dalam undang-undang sehingga apabila tidak diatur dalam sebuah perjanjian oleh para pihak dalam perjanjian, maka undang-undang yang mengaturnya. Dengan demikian, unsur naturalia ini merupakan unsur yang selalu dianggap ada dalam suatu perjanjian.

Contohnya, jika dalam suatu perjanjian jual-beli tidak diperjanjikan tentang cacat tersembunyi, secara otomatis berlaku ketentuan dalam KUHPdata bahwa penjual yang harus menanggung cacat tersembunyi.

c. Unsur Aksidentialia

Unsur aksidentialia merupakan unsur yang nanti ada atau mengikat para pihak jika para pihak memperjanjikannya, atau bisa disebut sebagai unsur pelengkap dalam suatu perjanjian, yang merupakan ketentuan-ketentuan yang dapat diatur secara menyimpang oleh pihak yang membuat perjanjian sesuai dengan keinginan para pihak yang dimana unsur ini merupakan persyaratan khusus yang diatur secara sama-sama.

Sedangkan menurut Abdulkadir Muhammad, unsur-unsur perjanjian itu dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Subjek Perjanjian

Subjek perjanjian yaitu pihak-pihak yang dalam perjanjian sekurang-kurangnya ada dua pihak²², subjek perjanjian dalam perjanjian adalah para pihak yang terikat dengan diadakannya suatu perjanjian. Subjek perjanjian dapat berupa orang atau badan hukum. Syarat menjadi subjek adalah harus cakap, cakap dalam hal ini tidak boleh bertentangan dengan Pasal 1330 KUHPdata.

b. Persetujuan Tetap

Persetujuan tetap yaitu antara pihak-pihak telah tercapainya suatu kesepakatan yang bersifat final, sebagai hasil akhir yang dicapai dalam negoisasi. Sifat persetujuan dalam suatu perjanjian haruslah bersifat tetap. Persetujuan itu

²² Abdulkadir Muhammad. *Op. Cit* hal 291

dinyatakan dengan penerimaan atas suatu tawaran. Persetujuan final berisi hak dan kewajiban yang mengikat para pihak dan wajib dipenuhi dengan iktikad baik dan tidak boleh dilakukannya pembatalan secara sepihak.

c. Objek Perjanjian

Objek perjanjian yaitu berupa prestasi yang wajib dipenuhi pihak-pihak²³. Objek tersebut dapat berupa benda bergerak atau tidak bergerak, berwujud atau tidak berwujud.

Objek perjanjian haruslah benda yang dapat diperdagangkan dan tidak dilarang oleh undang-undang, bukan barang selundupan, bukanlah benda yang berbahaya bagi kesehatan, dan benda tersebut tidak bertentangan dengan ketertiban umum. Apabila objek tersebut melanggar ketentuan-ketentuan tersebut, maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

d. Tujuan Perjanjian

Tujuan mengadakan perjanjian adalah untuk memenuhi kebutuhan para pihak, dimana kebutuhan tersebut hanya dapat terpenuhi apabila dilakukannya perjanjian.

Tujuan perjanjian adalah hasil akhir yang diperoleh pihak-pihak berupa pemanfaatan, penikmatan, dan pemilikan benda atau hak kebendaan sebagai pemenuh kebutuhan pihak-pihak²⁴.

e. Bentuk perjanjian

Bentuk perjanjian perlu ditentukan karena ada ketentuan undang-undang bahwa hanya dengan bentuk tertentu suatu perjanjian mempunyai kekuatan

²³ *Ibid* halaman 292.

²⁴ *Ibid*

hukum mengikat dan kekuatan bukti. Bentuk tertentu itu biasanya berupa akta autentik yang dibuat di hadapan notaris atau akta di bawah tangan yang dibuat oleh kedua belah pihak tersebut. Bentuk tertulis diperlukan biasanya jika perjanjian itu berisi hak dan kewajiban yang rumit serta sulit diingat. Jika dibuat dalam bentuk tertulis, maka kepastian hukum akan perjanjian tersebut tinggi.

Perjanjian itu dapat dibuat secara lisan, artinya dengan kata-kata yang jelas maksud dan tujuannya dalam perjanjian tersebut dan mudah diingat dan dipahami oleh para pihak yang membuat perjanjian tersebut. Walaupun perjanjian tersebut dibuat secara lisan, biasanya didukung oleh dokumen, berupa kuitansi atau faktur penjualan.

f. Syarat-Syarat Perjanjian

Suatu perjanjian pastilah memuat suatu syarat-syarat tertentu, maka berdasarkan syarat itu pula perjanjian dapat dipenuhi atau dilaksanakan oleh para pihak yang membuat perjanjian tersebut, karena dari syarat-syarat itulah dapat diketahui hak dan kewajiban kedua belah pihak dan tata cara melaksanakannya. Syarat-syarat tersebut biasanya terdiri dari pokok-pokok yang berupa hak dan kewajiban pokok.

5. Syarat Sah Perjanjian

Walaupun dikatakan bahwa sebuah perjanjian itu lahir pada saat setelah terjadinya kesepakatan mengenai hal pokok dalam kontrak tersebut, namun masih ada hal lain yang harus diperhatikan dalam kontrak tersebut, yaitu syarat sahnya suatu perjanjian yang telah diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu:

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- c. Suatu hal tertentu; dan
- d. Suatu sebab yang halal.

Keempat syarat tersebut biasa disingkat dengan sepakat, cakap, hal tertentu, dan sebab yang halal. Berikut penjelasan dari keempat syarat sahnya perjanjian tersebut.

- a. Kesepakatan

Kesepakatan para pihak merupakan unsur mutlak untuk terjadinya suatu perjanjian. Kesepakatan ini dapat terjadi dengan berbagai cara, namun yang terpenting adalah adanya penawaran dan penerimaan atas penawaran tersebut.

Berikut beberapa contoh yang dapat dikemukakan sebagai cara terjadinya kesepakatan/terjadinya penawaran dan penerimaan adalah:²⁵

- 1) Dengan cara tertulis;
- 2) Dengan cara lisan;
- 3) Dengan simbol-simbol tertentu; bahkan
- 4) Dengan berdiam diri.

Berdasarkan berbagai cara terjadinya kesepakatan yang disebutkan di atas, secara garis besar terjadinya kesepakatan dapat terjadi secara tertulis dan tidak tertulis, yang mana kesepakatan tersebut terjadi secara tidak tertulis itu dapat berupa kesepakatan lisan, simbol-simbol tertentu atau dengan berdiam diri.

²⁵ Ahmadi Miru. *Op. Cit*, halaman 14

Kesepakatan yang terjadi secara tertulis dapat dilakukan baik dengan akta di bawah tangan maupun dengan akta autentik.

Akta di bawah tangan merupakan akta perjanjian yang dibuat oleh para pihak tanpa melibatkan pejabat yang berwenang.

Sedangkan akta autentik adalah akta perjanjian yang dilakukan dihadapan pejabat yang berwenang dan dibuat oleh pejabat yang berwenang.

Kesepakatan secara lisan merupakan bentuk sebuah kesepakatan yang sering terjadi dalam kehidupan bermasyarakat, namun hal ini jarang disadari sebagai suatu perjanjian, padahal sebenarnya sudah terjadinya perjanjian antara pihak yang satu dengan pihak yang lain.

b. Kecakapan

Untuk mengadakan kontrak, para pihak haruslah cakap sesuai hukum. Seorang dianggap cakap oleh hukum apabila dia sudah berumur 21 tahun. Apabila seorang yang umurnya dibawah 21 tahun maka dia belum bias untuk melaksanakan sebuah perjanjian, kecuali dia sudah menikah.

Sementara dalam Pasal 1330 KUHPerdara, ditentukan bahwa seseorang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian menurut KUHPerdara adalah:

- 1) orang-orang yang belum dewasa;
- 2) mereka yang ditaruh di bawah pengampuan
- 3) orang-orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang; dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

Khusus untuk bagian c mengenai perempuan dalam hal yang ditetapkan undang-undang sekarang ini tidak dipatuhi lagi karena hak perempuan dan laki-laki telah disamakan dalam hal membuat perjanjian sedangkan untuk orang-orang yang dilarang oleh perjanjian untuk membuat perjanjian tertentu sebenarnya tidak tergolong sebagai orang yang tidak cakap, tetapi hanya tidak berwenang membuat perjanjian tersebut.²⁶

c. Hal Tertentu

Dalam suatu perjanjian objek yang diperjanjikan haruslah jelas dan telah ditentukan oleh para pihak yang membuat perjanjian tersebut, objek perjanjian tersebut dapat berupa sebuah barang maupun jasa, namun bias juga berupa berbuat sesuatu ataupun tidak berbuat sesuatu.

Hal tertentu dalam sebuah perjanjian disebut prestasi. Prestasi tersebut dapat berupa barang, keahlian atau tenaga, dan tidak berbuat sesuatu.

Sedangkan menurut KUHPerdara dan menurut beberapa sarjana hukum berpendapat bahwa prestasi itu dapat berupa:

- 1) Menyerahkan/memberikan sesuatu;
- 2) Berbuat sesuatu; dan
- 3) Tidak berbuat sesuatu.

d. Sebab Yang Halal

Istilah kata halal dalam hal ini adalah bahwa isi perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat.

²⁶ *Ibid* halaman 29.

B. Perjanjian Dalam Islam

Dalam bahasa Arab perjanjian disebut عقد berasal dari يعقد- عقد yang berarti mengikat.

Secara etimologis perjanjian (yang dalam Bahasa Arab diistilahkan dengan Mu'ahadah Ittif', Akad) atau kontrak adalah suatu perbuatan dimana seseorang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap seseorang lain.²⁷

Adapun yang dimaksud dengan perjanjian dalam Islam atau akad adalah janji setia kepada Allah SWT, dan juga meliputi perjanjian yang dibuat oleh manusia dengan sesama manusia dalam pergaulan hidupnya sehari-hari.

Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ..

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu ...” (Q.S Al-Maidah; 1)

Adapun yang dimaksud dengan akad adalah janji setia manusia kepada Allah SWT, dan meliputi perjanjian yang dibuat oleh manusia dengan sesama manusia dalam pergaulan hidupnya sehari-hari.²⁸

Menurut tafsir dari kementerian Arab Saudi ayat tersebut berarti wahai orang-orang yang beriman kepada Allah, sempurnakanlah perjanjian-perjanjian yang saling mengikat kuat antara kalian dengan pencipta kalian dan antara kalian dengan makhluk-Nya.²⁹

²⁷ Drs. H. Chairuman Pasaribu dan Suhrawadi K. Lubis, S.H., 2018. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika Offset. Halaman 1.

²⁸ *Ibid*, halaman 2

²⁹ <https://tafsirweb.com/1885-surat-al-maidah-ayat-1.html>

Maka bila dilihat dari tafsir tersebut maka kita sebagai makhluk Allah SWT harus menepati perjanjian-perjanjian yang telah dituliskan Allah SWT didalam Al-Qur'an, dan juga kita haruslah menepati janji-janji yang telah kita buat kesesama manusia.

C. Tinjauan Umum Iklan

Iklan atau dalam bahasa Indonesia formalnya pariwara adalah segala bentuk pesan promosi benda seperti barang, jasa, tempat usaha, dan ide yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan ditunjukkan kepada sebagian besar masyarakat. Manajemen pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan. Komponen lainnya dari promosi termasuk publisitas, hubungan masyarakat, penjualan, dan promosi penjualan.

Sedangkan iklan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah berita atau pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan; pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa (seperti surat kabar dan majalah) atau di tempat umum.

Iklan menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kemasyarakat luas.³⁰

1. Tujuan Iklan

Secara garis besar tujuan dari iklan adalah untuk membujuk atau mendorong orang lain agar menjadi tertarik untuk menggunakan suatu produk/

³⁰ Morissan, M.A. 2019 *Periklanan "Komunikasi Pemasaran Terpadu"*. Prenadamedia Group. Halaman 18

jasa. Mengacu pada pengertian iklan di atas, adapun tujuannya adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi kepada khalayak mengenai suatu produk barang atau jasa, merek, perusahaan, ataupun suatu ide. Iklan menggunakan bahasa persuasif dengan menonjolkan kelebihan produk/jasa yang ditawarkan.
- b. Mempengaruhi orang lain yang merupakan target market untuk menggunakan dan membeli produk atau jasa yang ditawarkan kepada mereka.

2. Manfaat Iklan

Iklan tidak akan pernah ada jika tidak memberikan manfaat bagi si pengiklan. Secara umum ada beberapa manfaat iklan yang bisa didapatkan oleh pengiklan, yaitu:

- a. Produk atau jasa yang diiklankan akan dikenal atau lebih terkenal di masyarakat luas.
- b. Konsumen baru semakin bertambah sehingga meningkatkan angka penjualan produk/ jasa yang diiklankan.
- c. Keuntungan pihak pengiklan akan meningkat karena penjualan produk/jasanya yang diiklankan.
- d. Meningkatkan *brand awareness* sebuah merek di masyarakat luas sehingga masyarakat mudah mengidentifikasi produknya.

3. Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan isi

a. Iklan Pemberitahuan

Iklan pemberitahuan adalah suatu iklan yang memberikan informasi berupa pemberitahuan kepada pembaca mengenai informasi suatu hal yang bersifat bukan untuk mempromosikan produk melainkan informasi umum.

Jenis iklan ini bertujuan tidak bukan adalah untuk menarik perhatian khalayak tertentu melalui sebuah informasi atau pemberitahuan. Contoh iklan pemberitahuan:

1) Iklan berita duka cita

Iklan berduka cita adalah suatu iklan yang memberikan informasi berupa pemberitahuan kepada pembaca mengenai informasi tentang seseorang yang telah meninggal dunia.

b. Iklan Penawaran

Iklan jenis ini bertujuan untuk menawarkan barang atau jasa kepada khalayak ramai. Contoh iklan penawaran:

a) Iklan penawaran barang/ produk, misalnya tas, sepatu, smartphone, dan lain-lain.

b) Iklan penawaran jasa, misalnya jasa kurir, jasa pengobatan alternatif, dan lain-lain.

c. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan jenis ini bertujuan untuk memberikan informasi dan pencerahan kepada masyarakat tentang suatu isu atau hal tertentu. Iklan layanan masyarakat dibuat oleh lembaga atau instansi pemerintah atau organisasi non-profit.

4. Jenis-Jenis Iklan Berdasarkan Tujuannya

Setiap iklan pasti memiliki tujuannya terhadap si pemasang iklan. Jenis iklan berdasarkan tujuannya dapat di bagi 2 yaitu:

a. Iklan Komersil

Tujuan iklan komersial adalah untuk mencari keuntungan ekonomi, atau untuk meningkatkan penjualan terhadap si pemasang iklan. Jenis iklan komersial dapat dibagi tiga, yaitu:

- 1) Iklan Konsumen
- 2) Iklan Bisnis
- 3) Iklan Profesional

b. Iklan Non Komersil

Jenis iklan non-komersial umumnya dibuat untuk tujuan memberikan informasi, ajakan, dan edukasi terhadap masyarakat. Iklan ini tidak untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, namun untuk keuntungan sosial bagi semua masyarakat.

Keuntungan yang didapat dari iklan tersebut adalah adanya pengetahuan, kesadaran, sikap, dan perubahan perilaku masyarakat terhadap isu yang diiklankan. Contoh iklan masyarakat misalnya kampanye Keluarga Berencana, iklan pentingnya pendidikan, iklan bahaya rokok, iklan global warming, iklan bahaya demam berdarah, dan lain-lain.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hak Dan Kewajiban UKM-LPM Teropong UMSU Dan Pemasang Iklan Dalam Perjanjian Pemasangan Iklan

Dalam KUHPerdara sebuah perjanjian merupakan suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Berdasarkan pengertian tersebut suatu perjanjian baru dapat dibuat apabila telah adanya dua atau lebih orang yang telah sepakat untuk melakukan perjanjian atau mengikatkan diri untuk melakukan sebuah kewajiban atau prestasi.

Hukum perjanjian merupakan suatu hukum yang rumit dalam pembuatan dan penerapannya, karena dalam pembuatan perjanjian dan penerapannya sangat diperlukan kehati-hatian bagi para pihak yang ingin melakukan perjanjian. Hal ini dikarenakan pada pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara menyebutkan, “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku bagi mereka yang membuatnya.” Maka oleh karena itu, sangat diperlukan wawasan dan pengetahuan dalam membuat suatu perjanjian, karena apabila perjanjian tersebut dibuat tidak dengan hati-hati dan perjanjian tersebut berat sebelah maka akan mengakibatkan kerugian bagi salah satu pihak.

Dalam perjanjian pemasangan iklan di UKM-LPM Teropong UMSU, UKM-LPM Teropong UMSU melakukannya dengan cara lisan. Dimana perjanjian ini tercipta apabila pihak pemasang iklan setuju untuk memasang iklan di produk UKM-LPM Teropong UMSU.

Perjanjian lisan adalah sebuah perjanjian yang dibuat secara lisan dan pada umumnya perjanjian ini tidak menjabarkan ketentuan-ketentuan secara rinci dalam pembuatannya.

Bila dilihat, seluruh aspek kehidupan sangat erat kaitannya dengan perjanjian. Dalam kehidupan sehari-hari tanpa kita sadari selalu berhubungan dengan namanya perjanjian, seperti jual-beli. Meskipun dalam hal ini jual-beli yang dilakukan tidaklah dengan nominal yang besar, dimana perjanjian yang tercipta dalam kehidupan sehari-hari kebanyakan adalah perjanjian lisan. Dimana kita sepakat melakukan perjanjian jual-beli, seperti halnya ibu-ibu yang pergi ke pasar untuk membeli bahan makanan.

Dalam hal perjanjian pemasangan iklan ini yang bertanggung jawab adalah Divisi Perusahaan, dimana Divisi Perusahaan ini bertugas untuk mencari pemasukan untuk UKM-LPM Teropong UMSU melalui jasa penerbitan iklan, pemasaran produk teropong atau biasa di kenal dengan istilah *marketing*.

Dalam perjanjian hak dan kewajiban sangatlah penting untuk dibahas dan dirumuskan dalam sebuah perjanjian. Apabila sebuah hak dan kewajiban tidak dijelaskan secara rinci dalam sebuah perjanjian maka dapat berakibat fatal dalam perjanjian tersebut dan dapat merugikan kedua belah pihak yang melakukan perjanjian.

1. Tata Cara Penawaran Iklan

Di UKM-LPM Teropong UMSU perjanjian pemasangan iklan dilakukan secara lisan, walaupun tidak sepenuhnya lisan, karena pihak UKM-LPM Teropong UMSU menawarkan iklan dengan cara memberikan proposal kepada

calon pemasang iklan agar pemasang iklan lebih mengetahui bagaimana sistem pemasangan iklan diproduksi mereka.³¹

Berikut tata cara penawaran iklan yang dilakukan UKM-LPM Teropong UMSU:

a. Menawarkan Proposal Kepada Calon Pemasang Iklan

Dalam mendapatkan iklan, UKM-LPM Teropong UMSU menawarkan jasa pemasangan iklan kepada pemasang iklan melalui proposal. Di dalam proposal sudah ditentukan mengenai harga dan setiap halaman harganya berbeda-beda, serta *benefit* antara UKM-LPM Teropong dengan pihak pemasang iklan. Proposal pemasangan iklan tersebut hanya digunakan untuk menawarkan iklan kepada calon pemasang iklan agar tertarik untuk memasang iklan di dalam produk cetak mereka berupa *newsletter* (Koran) dan majalah. Sedangkan untuk iklan di media sosial berupa di Instagram maupun *website* tidak menunjukkan proposal penawaran iklan kepada calon pemasang iklan.³²

Selain harga, di dalam proposal tersebut juga sudah dijelaskan kapan produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU akan terbit, maukah itu produk cetak *newsletter* maupun majalah.

³¹ hasil wawancara dengan yuli selaku pimpinan perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

³² hasil wawancara dengan yuli selaku pimpinan perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

b. Menentukan Harga Pemasangan Iklan

Walaupun harga sudah di tentukan di dalam proposal, pemasang iklan masih bisa untuk menawar harga pemasangan iklan tersebut.³³ Dalam hal harga iklan, UKM-LPM Teropong UMSU memberikan kesempatan untuk calon pemasang iklan untuk menawar harga jasa tersebut, namun hal tersebut berdasarkan dari apakah calon pemasang iklan tersebut sudah mempunyai desain iklan sendiri atau tidak, apabila calon pemasang iklan sudah memiliki hasil desain sendiri maka harga iklan tersebut dapat berkurang sesuai dengan kesepakatan antara pihak Divisi Perusahaan dengan calon pemasang iklan. Apabila pihak pemasang iklan belum memiliki desain, bukan berarti tidak bisa untuk menawar harga iklan tersebut, namun harganya tidak seperti sudah memiliki desain sendiri, hal itu dipertimbangkan berdasarkan karena setelah adanya perjanjian maka iklan tersebut akan masuk dalam proses sunting dan desain yang dilakukan pihak UKM-LPM Teropong UMSU melalui Divisi Multimedia selaku divisi yang bertanggung jawab atas desain iklan tersebut dan iklan yang telah didesain juga harus ditunjukkan terlebih dahulu kepada pemasang iklan untuk mendapatkan persetujuan apakah pemasang iklan setuju atau tidak, suka atau tidak suka, apakah perlu ada yang ditambah dalam desain tersebut atau tidak.³⁴

³³ hasil wawancara dengan yuli selaku pimpinan perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

³⁴ hasil wawancara dengan yuli selaku pimpinan perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

c. Membuat Perjanjian

Setelah melewati proses tawar menawar dalam harga dan calon pemasang iklan setuju dengan harga pemasangan iklan tersebut dan setuju untuk memasang iklan di produk cetak UKM-LPM Teropong UMSU, maka pertinggal dan tanda telah setuju dari perjanjian ini hanyalah sebuah kwitansi pembayaran dan juga nama pemasang iklan dan produk yang akan di terbitkan akan di catat dalam buku besar Divisi Perusahaan dan pemasangan iklan juga tanda tangan di buku tersebut sebagai bentuk serah terima dalam perjanjian ini.³⁵

Berdasarkan uraian di atas, perjanjian yang dilakukan oleh UKM-LPM Teropong UMSU adalah perjanjian lisan dimana perjanjian ini sebenarnya tidak dilarang oleh KUHPerdara, karena menurut pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara menyebutkan “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Berdasarkan ketentuan pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara menjelaskan bahwasannya apapun bentuk perjanjian, apakah itu perjanjian lisan atau tertulis dan telah disepakati bersama oleh kedua belah pihak maka perjanjian itu telah mengikat kedua belah pihak dimana dalam hal ini UKM-LPM Teropong UMSU dengan pemasang iklan telah terikat dengan perjanjian tersebut selama syarat-syarat sahnya sebuah perjanjian yang diatur dalam pasal 1320 KUHPerdara tidak dilanggar dan telah terpenuhi.

³⁵ hasil wawancara dengan yuli selaku pimpinan perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata tidak memaksa dan menitikberatkan bahwa perjanjian yang telah dibuat dan disepakati oleh kedua belah pihak tersebut haruslah dilakukan secara lisan maupun tulisan.

Arti dari pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata ini menyatakan bahwa semua bentuk perjanjian yang dibuat oleh para pihak sebagaimana yang diatur di dalam undang-undang atau suatu perjanjian yang lahir dari suatu kebiasaan berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Dalam buku III KUHPerdata, setiap orang diberikan kebebasan (menentukan isi, bentuk dan jenis perjanjian) untuk mengadakan suatu perjanjian dengan syarat tidak melanggar peraturan perundang-undangan, kesusilaan, ketertiban umum, serta memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian, baik perjanjian itu dibuat secara lisan maupun tertulis. Artinya selama para pihak dalam hal ini adalah pihak UKM-LPM Teropong UMSU dan pemasang iklan telah setuju dengan ini perjanjian ini dan perjanjian ini tidak bertentangan juga dengan ketentuan-ketentuan yang ada didalam pasal 1320 KUHPerdata, maka perjanjian yang di buat oleh UKM-LPM Teropong UMSU dengan pemasang iklan adalah sah menurut hukum.

2. Hak dan Kewajiban Dalam Perjanjian Pemasangan Iklan Di UKM-LPM Teropong UMSU

Dalam perjanjian hak dan kewajiban sangatlah penting untuk dibahas dan dirumuskan dalam sebuah perjanjian. Apabila sebuah hak dan kewajiban tidak dijelaskan secara rinci dalam sebuah perjanjian maka dapat berakibat fatal dalam

perjanjian tersebut dan dapat merugikan kedua belah pihak yang melakukan perjanjian.

Sebuah perjanjian melahirkan sebuah hak dan kewajiban untuk mereka yang melaksanakan perjanjian tersebut. Namun Tidak lengkap suatu perjanjian bila tidak adanya hak dan kewajiban yang diatur secara rinci di dalamnya. Hak dan kewajiban yang diatur dalam sebuah perjanjian adalah untuk membuat beberapa orang yang melakukan perjanjian tersebut terikat untuk melaksanakan perjanjian tersebut, namun apabila hak dan kewajiban tersebut tidak diatur secara rinci maka akan mengakibatkan celah untuk membuat seseorang dalam perjanjian tersebut untuk tidak melaksanakan perjanjian tersebut dengan semestinya dimana dapat mengakibatkan kerugian salah satu pihak maupun kedua belah pihak dalam perjanjian ini.

Hak di dalam perjanjian adalah suatu hal yang berhak diterima atau diperoleh seseorang atas suatu perjanjian itu, dan hak tersebut tidak dapat di serahkan ke orang lain melainkan hanya untuk pihak yang melakukan perjanjian itu saja dan hak tersebut dapat dituntut secara paksa.

Dalam hal perjanjian pemasangan iklan ini, UKM-LPM Teropong UMSU tidak menjelaskan secara rinci apa saja hak yang berhak didapatkan pemasang iklan, dan juga pihak UKM-LPM Teropong UMSU tidak menyebutkan hak dalam perjanjian ini melainkan adalah *benefit*.³⁶

³⁶ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Benefit atau dalam Bahasa Indonesianya adalah keuntungan. Dalam hal ini *benefit* yang dimaksud adalah keuntungan atau manfaat yang didapat dalam perjanjian pemasangan iklan ini.

Benefit yang dijelaskan dalam proposal penawaran tersebut adalah keuntungan yang didapat oleh pemasang iklan yang berupa promosi produk di produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU berupa *newsletter* dan majalah. Sedangkan untuk pihak UKM-LPM Teropong UMSU *benefit* yang didapat adalah *fee* atau uang.³⁷

Bila melihat dari penjelasan di atas, maka maksud dari *benefit* yang didapat oleh pihak pemasang iklan maupun UKM-LPM Teropong UMSU merupakan hak yang seharusnya didapat mereka dalam perjanjian tersebut. Dimana pihak pemasang iklan mendapatkan promosi produk mereka di produk UKM-LPM Teropong UMSU, sedangkan pihak UKM-LPM Teropong UMSU mendapatkan haknya berupa uang atas penerbitan iklan tersebut.

Namun dalam perjanjian pemasangan iklan ini, hak yang diatur hanyalah sebatas penerbitan produk dan uang yang diterima.³⁸ Perjanjian ini tidak mengatur bagaimana bentuk hak yang dapat dilakukan atau diterima kedua belah pihak apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi. Dimana wanprestasi tersebut dapat merugikan salah satu pihak maupun kedua belah pihak. Contohnya adalah kerugian akibat keterlambatan pihak UKM-LPM Teropong UMSU untuk menerbitkan iklan pemasang iklan. Hal ini merupakan suatu kerugian karena

³⁷ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

³⁸ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

pihak pemasang iklan telah membayar setengah ataupun penuh uang jasa penerbitan iklan tersebut.

Dalam sebuah perjanjian dikenal dengan namanya prestasi, dimana prestasi merupakan kewajiban yang harus dilakukan parah pihak dalam suatu perjanjian.³⁹

Dalam perjanjian pemasangan iklan ini kewajiban yang diatur hanyalah mengenai harga yang harus dibayar oleh pemasang iklan kepada UKM-LPM Teropong UMSU dan kewajiban untuk UKM-LPM Teropong UMSU hanyalah menerbitkan iklan tersebut sesuai dengan tanggal waktu percetakan media cetak mereka.⁴⁰ Kewajiban yang lain seperti ganti rugi atas kesalahan terbit dan keterlambatan dalam menerbitkan iklan yang telah diperjanjikan tidaklah diberitahukan dan juga tidak diatur dalam perjanjian ini.

Hak dan kewajiban sangatlah penting untuk dibahas secara rinci dalam sebuah perjanjian, karena selain berguna untuk berlangsungnya sebuah perjanjian namun juga menjadi pengikat kepada kedua belah pihak dalam suatu perjanjian.

Namun dalam perjanjian ini, pemasang iklan juga tidak membahas dan mempertanyakan secara jelas apa saja hak yang diterima mereka selain penerbitan iklan produk mereka di produk cetak UKM-LPM Teropong UMSU dan kewajiban apa yang harus mereka lakukan selain membayar *fee* atas jasa penerbitan iklan tersebut di media UKM-LPM Teropong UMSU.

Padahal, seharusnya dalam sebuah perjanjian, kedua belah pihak harus lebih teliti dalam membuat perjanjian karena dapat merugikan mereka yang

³⁹ Ahmadi Miru. *Op.cit* halaman 68

⁴⁰ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

melakukan perjanjian ini apabila perjanjian tersebut tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan, karena tidak diaturnya secara rinci apa saja hak dan kewajiban kedua belah pihak apabila terjadi suatu wanprestasi dalam perjanjian ini. Namun lain halnya apabila dalam pembuatan perjanjian ini kedua belah pihak teliti dalam membuatnya, maka akan mendapatkan keuntungan bagi kedua belah pihak.

Dalam hal penerbitan iklan di media cetak yaitu *newsletter* dan majalah, UKM-LPM Teropong sering sekali telat dalam menerbitkan produk cetak mereka sehingga otomatis iklan yang berada di dalam produk cetak mereka juga terlambat diterbitkan, dimana dalam hal ini bukan hanya satu iklan saja di dalam produk mereka, namun minimal ada empat iklan yang ada di dalam produk cetak mereka.

Hal ini tentu saja sangat merugikan pihak yang memasang iklan di produk mereka dimana bukan hanya satu pemasang iklan yang dirugikan namun ada empat pemasang iklan yang dirugikan atas keterlambatan penerbitan iklan dan media cetak ini.

Bukan hanya pemasang iklan saja yang dirugikan dalam keterlambatan penerbitan iklan ini, keterlambatan penerbitan iklan ini juga merugikan pihak UKM-LPM Teropong UMSU sendiri dimana munculnya ketidakpercayaan dari pemasang iklan dan dapat mengakibatkan pemasang iklan tidak ingin memasang iklan lagi di produk mereka.

Dalam perjanjian pemasangan iklan ini juga tidak dijelaskan mengenai ganti rugi atas tidak terpenuhinya perjanjian tersebut. Sehingga dalam menyelesaikan masalah keterlambatan ini pihak pemasangan iklan tidaklah bisa

meminta ganti rugi kepada pihak UKM-LPM Teropong UMSU karena tidak diperjanjikan sebelumnya saat proses penawaran iklan.

Dalam perjanjian pemasangan iklan ini yang sangat dirugikan adalah pihak pemasang iklan, karena tidak diatur secara rinci mengenai hak dan kewajiban kedua belah pihak dan bagaimana bentuk ganti rugi yang dapat diterima pemasang iklan apabila UKM-LPM Teropong UMSU wanprestasi yang berupa keterlambatan penerbitan iklan sehingga pihak pemasang iklan tidak dapat meminta ganti rugi apabila terjadinya keterlambatan penerbitan iklan yang dilakukan oleh pihak UKM-LPM Teropong UMSU.

B. Penyebab Terjadinya Keterlambatan Penerbitan Iklan Di Media Cetak UKM-LPM Teropong UMSU

Suatu keterlambatan percetakan terjadi pasti karena ada suatu kendala yang terjadi dalam proses percetakan tersebut. Dalam proses percetakan media cetak UKM-LPM Teropong UMSU ada beberapa proses yang harus dilewati sebelum masuk ke tahap percetakan.

Namun dalam proses tersebut sering sekali terjadi kendala dalam pelaksanaannya, maukah itu dari internal teropong dan eksternal teropong. Sehingga akibat kendala yang dialami UKM-LPM Teropong UMSU proses percetakan produk media cetak mereka sering sekali molor dan terlambat dari waktu percetakan seharusnya.

Produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU berupa *Newsletter* dan Majalah ini merupakan program kerja dari Divisi Redaksi. Dimana Divisi Redaksilah yang bertanggung jawab atas percetakan *Newsletter* dan Majalah

UKM-LPM Teropong UMSU. Namun dalam berita yang ada di dalam *Newsletter* dan Majalah tersebut adalah tanggung jawab semua pengurus UKM-LPM Teropong UMSU.

Dalam menentukan tanggal cetak media cetak mereka berupa *Newsletter* dan Majalah, UKM-LPM Teropong telah mengadakan Rapat Program Kerja untuk keseluruhan divisi pada awal pengurusan pimpinan baru UKM-LPM Teropong UMSU, dan tanggal terbit *Newsletter* dan Majalah tersebut sudah ditentukan dan disahkan dalam rapat program kerja tersebut.

Dalam menentukan tanggal percetakan media cetak mereka, Divisi Redaksi haruslah berkoordinasi dengan Divisi Multimedia sebagai pihak yang bertanggung jawab atas *design* iklan dalam media cetak UKM-LPM Teropong UMSU dan dengan Divisi Perusahaan sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam mencari iklan dalam produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU.

Koordinasi antara Divisi Redaksi dengan Divisi Multimedia dan Divisi Perusahaan bertujuan untuk menjalin kerja sama antar divisi dalam mengeluarkan produk media cetak tersebut.

Oleh karena itu seharusnya UKM-LPM Teropong UMSU melalui Divisi Redaksi sebenarnya sudah bisa mengambil ancang-ancang dari jauh hari sebelum masuknya tanggal percetakan dalam hal memproduksi produk media cetak mereka, karena semua sudah terstruktur dan sudah diatur sebelumnya di Rapat Program Kerja tersebut.

Begitu juga dengan Divisi Perusahaan, seharusnya Divisi Perusahaan sudah bisa mencari calon pemasang iklan yang ingin menggunakan jasa UKM-

LPM Teropong UMSU dalam mempromosikan produk mereka di media cetak UKM-LPM Teropong UMSU yaitu *Newsletter* dan Majalah.

Namun keterlambatan dalam mencetak produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU seperti *Newsletter* dan Majalah bukan hanya terjadi pada saat memasuki proses percetakan namun sebelum masuknya proses percetakan ternyata sudah terjadi keterlambatan.

Keterlambatan cetak diproduk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU seperti *Newsletter* dan Majalah tidaklah sama, hal itu terjadi karena adanya perbedaan dalam proses pembuatan dan proses cetak *Newsletter* dan Majalah.

Bukan hanya proses percetakannya saja, namun dalam proses pembuatan atau desain dari *Newsletter* dan Majalah sudah jauh berbeda, isi berita dalam *Newsletter* dan Majalah juga jauh berbeda. Maka oleh karena itu banyak sekali perbedaan dalam proses pembuatan antara *Newsletter* dan Majalah, dan juga banyak sekali perbedaan dalam proses cetak *Newsletter dan Majalah*.

1. Proses Pembuatan *Newsletter*

Jauh sebelum memasuki proses dalam mencetak sebuah *Newsletter*, UKM-LPM Teropong UMSU melalui Divisi Redaksi yang bertanggung jawab atas seluruh proses pembuatan hingga percetakan *Newsletter* ini, banyak tahapan-tahapan yang harus dilewati oleh Divisi Redaksi sebelum mengeluarkan sebuah *Newsletter*.

Tahapan-tahapan ini tentunya harus sesuai dengan Standar Operasional Produsen (SOP) dalam membuatnya. Dimana SOP tersebut mengatur segala ketentuan-ketentuan dalam proses pembuatannya.

Proses-proses dalam pembuatan sebuah *Newsletter* dibagi atas 3 tahap, yaitu tahap Pra Cetak, Cetak, dan Pasca Cetak. Dimana proses-proses tersebut harus dilakukan untuk membuat sebuah *Newsletter* tersebut layak untuk diterbitkan.⁴¹

a. Tahap Pra Cetak

Dalam tahap pra cetak, Divisi Redaksi harus melakukan tahapan-tahapan sebelum memasuki tahap cetak. Berikut tahapan-tahapan dalam pra cetak:

1) Proyeksi

Sebelum masuk dalam proses pembuatan *Newsletter* Divisi Redaksi melalui Redaktur Pelaksana sebelumnya akan melakukan sebuah rapat proyeksi untuk *Newsletter*.

Proyeksi ini bertujuan untuk menentukan tema apa yang akan diambil untuk *Newsletter* tersebut.⁴²

Selain menentukan tema apa yang akan diambil untuk tema *Newsletter* tersebut, proyeksi dalam hal ini juga mencari atau menentukan isu apa yang akan diambil dan dalam sudut mana berita itu akan diambil.

Proyeksi ini diikuti oleh seluruh pengurus UKM-LPM Teropong UMSU tanpa terkecuali. Tujuan seluruh pengurus harus mengikuti rapat proyeksi adalah untuk memberikan saran atas suatu isu yang sedang beredar dikalangan sivitas akademik maupun mahasiswa untuk dimasukkan dalam *Newsletter*. Selain memberikan saran mengenai isu, tujuan lainnya adalah untuk menentukan

⁴¹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁴² hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

siapakah yang berkenan untuk bertanggung jawab untuk mengambil isu tersebut dan menjadikannya sebuah berita.⁴³

Tentu saja isu yang dimasukkan dalam proyeksi ini haruslah isi mengenai sekitaran kampus dalam hal ini Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).⁴⁴

Setelah mendapatkan isu apa yang akan diambil dan dalam sudut apa isu tersebut akan diberitakan, maka tahapan selanjutnya adalah menentukan siapakah narasumber yang layak untuk dijadikan narasumber dalam isu tersebut.

Namun dalam hal ini pihak UKM-LPM Teropong UMSU juga harus konfirmasi kepada narasumber apakah narasumber tersebut berkenan untuk memberikan informasi terkait isu tersebut. Apabila narasumber tidak berkenan untuk memberikan informasi terkait isu tersebut maka dalam hal ini Divisi Redaksi melalui Redaktur Pelaksana akan mencari narasumber lain yang berkompeten untuk memberikan informasi atas isu tersebut.⁴⁵

Setelah semua isu terkumpul dan setelah dipertimbangkan cukup untuk dijadikan berita disebuah *Newsletter* maka setelah itu Redaktur Pelaksana akan menutup rapat tersebut dan memberikan tanggung jawab kepada setiap pengurus yang bersedia untuk membuat berita atas isu yang telah ditentukan tersebut dan

⁴³ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁴⁴ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁴⁵ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

harus memberikan berita tersebut kepada Divisi Redaksi sesuai dengan waktu yang telah ditentukan oleh Divisi Redaksi.⁴⁶

2) Menawarkan iklan

Dalam sebuah *Newsletter* ada diberikan beberapa *space* atau halaman untuk iklan. Iklan tersebut adalah iklan yang didapatkan oleh Divisi Perusahaan.

Meskipun pembuatan sebuah *Newsletter* itu adalah tanggung jawab Divisi Redaksi. Dalam hal ini Divisi Redaksi bekerja sama dengan Divisi Perusahaan untuk mencari iklan untuk mengisi halaman yang telah disediakan Divisi Redaksi kepada Divisi Perusahaan.

Iklan tersebut juga harus sesuai dengan SOP Divisi Redaksi dan SOP Divisi Perusahaan, dimana dalam SOP tersebut diatur iklan apa sajakah yang layak untuk dimasukkan dalam *Newsletter*.

Berikut ketentuan iklan yang tidak boleh dimuat di dalam *Newsletter* sesuai dengan SOP Divisi Redaksi dan Divisi Perusahaan :

- a) Tidak bersifat sara;
- b) Tidak bersifat politik;
- c) Tidak berisi kekerasan dan pornografi; dan
- d) Tidak berisi tentang narkoba, dalam hal ini rokok juga termasuk.⁴⁷

3) Editing Berita

Setelah pengurus yang bertanggung jawab atas isu tersebut (reporter) sudah selesai melakukan wawancara terhadap narasumber yang sudah ditentukan.

⁴⁶ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁴⁷ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Selanjutnya reporter tersebut haruslah menuliskan berita tersebut sesuai dengan informasi yang mereka dapat dari narasumber-narasumber yang sudah ditentukan.

Setelah reporter tersebut sudah menuliskan berita atas isu tersebut, selanjutnya reporter tersebut harus mengirim beritanya kepada Divisi Redaksi dimana yang bertanggung jawab dalam menerima berita tersebut juga Redaktur Pelaksana.⁴⁸

Apabila berita yang telah dibuat oleh reporter telah sampai kepada Redaktur Pelaksana, selanjutnya berita tersebut akan masuk dalam proses editing berita. Dimana dalam hal ini yang dimaksud editing berita adalah Divisi Redaksi melakukan pengecekan ulang atas berita tersebut dan apabila terjadi kesalahan dalam berita tersebut berupa penulisan maka Divisi Redaksi berhak mengedit tulisan tersebut agar sesuai dengan SOP Divisi Redaksi dalam Penulisan Berita.⁴⁹

Apabila berita tersebut masih kurang layak untuk dijadikan suatu berita atau informasi yang didapat oleh reporter tersebut masih kurang, maka Divisi Redaksi melalui Redaktur Pelaksana akan menghubungi reporter tersebut untuk mencari informasi yang lebih mendalam mengenai isu tersebut kepada narasumber yang sudah ditentukan bahkan apabila narasumber tersebut tidak bisa memberikan informasi yang lebih, maka reporter diberikan kebebasan untuk mencari siapakah narasumber lainnya yang dapat memberikan informasi tersebut.⁵⁰

⁴⁸ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁴⁹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁵⁰ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Setelah berita tersebut sudah sesuai dengan ketentuan Divisi Redaksi, maka selanjutnya berita tersebut akan diberikan kepada *Layouter*.⁵¹

4) Desain Iklan

Setelah Divisi Perusahaan telah mendapat iklan dari calon pemasang iklan, selanjutnya akan dilakukannya pembuatan desain iklan sesuai dengan apa yang diperjanjikan oleh Divisi Perusahaan dengan pemasang iklan.

Dalam membuat desain iklan ini yang bertanggung jawab adalah Divisi Multimedia. Dimana Divisi Multimedia melalui Ilustrator akan mendesain iklan tersebut.

Setelah ilustrator selesai mendesain, maka iklan tersebut belum bisa diberikan langsung ke Divisi Redaksi untuk di *layout*. Namun ilustrator harus memberikan desain iklan tersebut kepada Divisi Perusahaan untuk meminta persetujuan kepada pemasang iklan dengan hasil desain tersebut. Apabila pemasang iklan telah setuju dengan hasil desain tersebut, maka barulah bisa desain tersebut diserahkan ke Divisi Redaksi untuk selanjutnya masuk ke tahap *layout*. Namun apabila pemasang iklan tidak setuju dengan hasil desain tersebut dan meminta merubah desain tersebut, maka ilustrator akan merevisi atau merombak hasil desain tersebut dan merubahnya sesuai dengan keinginan pemasang iklan. Setelah desain revisi tersebut sudah siap didesain, maka desain tersebut juga harus dikirimkan ke Divisi Perusahaan untuk selanjutnya ditunjukkan ke pemasang iklan untuk meminta persetujuan apakah pemasang

⁵¹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

iklan setuju dengan hasil desain tersebut. Apabila pemasang iklan setuju maka selanjutnya akan diberikan ke Divisi Redaksi untuk masuk ketahap *layout*.⁵²

5) *Layout*

Setelah melewati beberapa tahapan di atas, maka selanjutnya akan masuk ketahap *layout*. *Layout* atau didalam Bahasa Indonesia berupa Tata Letak adalah proses penyusunan beberapa elemen desain yang ditempatkan dalam sebuah bidang menggunakan media yang sebelumnya sudah di konsepkan terlebih dahulu.

Layout bila diartikan dalam hal ini adalah proses penyusunan beberapa berita dan iklan yang sudah dikonsep tata letaknya di dalam suatu media, dimana media tersebut merupakan media cetak, dimana media cetak dalam hal ini adalah *Newsletter* dan Majalah.

Dalam proses *layout Newsletter* ini, yang bertanggung jawab adalah Divisi Redaksi dimana yang mengerjakannya adalah *layouter*. Dimana *layouter* termasuk staff dari Divisi Redaksi.⁵³

Dalam mengerjakan *layout Newsletter* ini, *layouter* harus menyusun dan mengkonsep *Newsletter* tersebut agar dapat menarik calon pembeli untuk membaca *Newsletter* ini. Bukan hanya menyusun berita dan mengkonsep *Newsletter* saja, *layouter* sendiri juga harus mendesain perwajahan dari *Newsletter* ini⁵⁴ atau biasa disebut dengan *cover*.

⁵² hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁵³ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁵⁴ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Dalam mendesain perwajahan dari *Newsletter* ini, tentu saja *layouter* harus menyesuaikan dengan *headline* berita dalam *Newsletter* tersebut, dan desain tersebut juga tidak boleh lari dari tema yang sudah ditetapkan sebelumnya.⁵⁵

Dalam proses *layout Newsletter* ini dapat memakan waktu satu minggu hingga 2 minggu. Hal ini sesuai dengan dengan konsep dan tema *Newsletter* ini.⁵⁶

Namun untuk konsep penyusunan dari *Newsletter* ini sendiri sebenarnya tidak terlalu banyak perubahan yang signifikan dari *Newsletter* dalam beberapa edisi. Hal ini dapat dilihat dari konsep *Newsletter* di UKM-LPM Teropong UMSU dalam beberapa edisi belakangan ini.

Sedangkan untuk tema dalam *Newsletter* UKM-LPM Teropong UMSU yang sangat mengalami perbedaan adalah pada *Newsletter* khusus edisi Perkenalan Kehidupan Kampus kepada Mahasiswa Baru (PKKMB) dan Masa Ta'aruf (Masta). Dimana dalam *Newsletter* edisi ini, isu yang diberitakan berupa pelaksanaan acara tersebut dan informasi yang diberitakan berupa apa saja acara yang dilaksanakan dalam acara tersebut.⁵⁷

Sedangkan untuk *Newsletter* selain edisi PKKMB dan Masta, tidak ada perbedaan yang signifikan juga. Dimana dalam hal penyusunan berita tidak jauh berbeda dari edisi-edisi sebelumnya.⁵⁸

⁵⁵ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁵⁶ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁵⁷ setelah membandingkan *Newsletter* beberapa edisi belakangan ini

⁵⁸ Setelah membandingkan dengan *Newsletter* sebelumnya.

b. Tahap Cetak

Dalam tahap cetak ini, masih banyak tahapan yang harus dilakukan sebelum masuknya proses untuk mencetak *Newsletter* tersebut. Namun tahap-tahap itu sudahlah masuk dalam tahap cetak. Dalam tahapan cetak ini, Divisi Redaksi masih harus melakukan beberapa proses lagi yaitu, editing *Newsletter*, perbaikan *Newsletter* dan yang terakhir adalah cetak *Newsletter*.

1) Evaluasi *Newsletter*

Dalam tahapan ini, *Newsletter* yang sudah selesai tahap *layout* dicetak terlebih dahulu. Dimana *Newsletter* ini selanjutnya akan dievaluasi lagi di dalam rapat evaluasi yang diikuti oleh seluruh pengurus, dimana diadakannya rapat evaluasi ini bertujuan untuk melihat apakah ada kesalahan lagi dalam proses *layout* tersebut dan juga untuk meminta pendapat kepada seluruh pengurus perihal *Newsletter* tersebut.⁵⁹

Selain tujuan di atas, tujuan lain diadakannya rapat evaluasi *Newsletter* ini yang diikuti oleh seluruh pengurus adalah untuk menjadi tahap pembelajaran bagi seluruh pengurus sebelum mengeluarkan atau memasarkan *Newsletter* tersebut ke mahasiswa dan masyarakat.⁶⁰

Kesalahan-kesalahan yang ditemukan dalam *Newsletter* tersebut selanjutnya akan disampaikan kepada Divisi Redaksi untuk menjadi catatan mereka untuk mengetahui kesalahan-kesalahan apa saja yang terdapat dalam *Newsletter* tersebut.

⁵⁹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁶⁰ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

2) Perbaiki *Newsletter*

Setelah mengetahui kesalahan apa saja yang ditemukan dalam *Newsletter* tersebut, selanjutnya Divisi Redaksi akan memberikan catatan tersebut kepada *Layouter* untuk selanjutnya akan diperbaiki oleh *Layouter*.

Dalam proses perbaikan ini memakan waktu 2-3 hari saja. Karena perbaikan ini biasanya adalah perbaikan mengenai tulisan dan nama-nama narasumbernya saja. Tidak ada perbaikan yang sampai merubah susunan berita yang ada di dalam *Newsletter* tersebut.⁶¹

Setelah *Layouter* telah selesai memperbaiki kesalahan sebelumnya, maka setelah itu *Layouter* harus memberikan perbaikan tersebut kepada Pimpinan Divisi Redaksi agar Pimpinan Divisi Redaksi dapat memeriksa kembali dan memberikan persetujuan bahwasannya *Newsletter* tersebut dapat di cetak dan dipasarkan ke mahasiswa dan masyarakat.⁶²

3) Cetak

Setelah mendapat persetujuan dari Pimpinan Divisi Redaksi bahwasannya *Newsletter* tersebut dapat masuk dalam tahap cetak, maka selanjutnya proses percetakan ini diberikan kepada Divisi Perusahaan.⁶³

Meskipun tanggung jawab dalam proses cetak ini di pegang oleh Divisi Perusahaan, namun banyak beberapa pengurus yang ikut membantu untuk mencetak *Newsletter* tersebut.

⁶¹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁶² hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁶³ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Setelah proses percetakannya telah selesai maka, halaman perhalaman disusun dan dilipat sesuai dengan halaman yang tersusun sama halnya seperti Koran, dalam hal ini Divisi Perusahaan juga bertanggung jawab dalam menyusun dan melipatnya menjadi sebuah *Newsletter*.

c. Tahap Pasca Cetak

Setelah melewati tahap pra cetak dan tahap cetak, selanjutnya akan masuk dalam tahap pasca cetak, dimana dalam tahap ini yang bertanggung jawab juga masih Divisi Perusahaan dan dalam tahap ini yang dilakukan adalah memberikan *Newsletter* yang sudah dicetak tersebut kepada seluruh pengurus, dimana seluruh pengurus mendapatkan masing-masing 10 eksemplar. Seluruh pengurus diberikan tanggung jawab untuk memasarkan *Newsletter* tersebut kepada mahasiswa dan masyarakat.⁶⁴

Tidak semua *Newsletter* yang sudah dicetak dipasarkan atau dijual, melainkan ada beberapa eksemplar yang disimpan sebagai pertinggal untuk dokumentasi UKM-LPM Teropong UMSU, dan ada beberapa eksemplar juga diberikan kepada pemasang iklan yang sudah menggunakan jasa UKM-LPM Teropong UMSU untuk mempromosikan produk mereka di produk media cetak UKM-LPM Teropong UMSU.

2. Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Keterlambatan Cetak *Newsletter*

Tidak mudah bagi UKM-LPM Teropong UMSU untuk membuat suatu *Newsletter*. Banyak proses yang harus dilewati UKM-LPM Teropong UMSU

⁶⁴ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

dalam mengeluarkan sebuah *Newsletter*. Mulai dari tahap pra cetak, cetak dan pasca cetak.

Dalam proses pembuatan *Newsletter* tersebut banyak hambatan-hambatan yang dihadapi oleh UKM-LPM Teropong UMSU. Mulai dari faktor internal hingga eksternal dari UKM-LPM Teropong UMSU.

Hambatan-hambatan yang dihadapi UKM-LPM Teropong UMSU bukanlah hanya satu atau dua kendala saja. Melainkan banyak hambatan yang dihadapi UKM-LPM Teropong UMSU dalam proses pembuatan sebuah *Newsletter* tersebut. Bahkan hambatan-hambatan yang dihadapi UKM-LPM Teropong sendiri bisa menyebabkan *Newsletter* tersebut terlambat terbit.

Keterlambatan cetak *Newsletter* tersebut bukanlah suatu perkara kecil bagi UKM-LPM Teropong UMSU, karena di dalam *Newsletter* tersebut terdapat sebuah iklan yang dimana apabila *Newsletter* tersebut terlambat terbit, maka iklan tersebut juga terlambat terbit dan sudah tidak sesuai lagi dengan apa yang diperjanjikan Divisi Perusahaan dengan pemasang iklan.

Keterlambatan yang disebabkan oleh hambatan-hambatan ini tentu saja menyebabkan kurang percayanya pemasang iklan tersebut kepada UKM-LPM Teropong UMSU yang dapat mengakibatkan UKM-LPM Teropong UMSU kehilangan kepercayaan dari pemasang iklan tersebut, bahkan yang lebih ditakutkan adalah berkurangnya pelanggan tetap UKM-LPM Teropong UMSU yang ingin menggunakan jasa UKM-LPM Teropong UMSU dalam mempromosikan produk mereka melalui media cetak UKM-LPM Teropong UMSU.

Bukan hanya dengan pemasangan iklan, namun perkara keterlambatan cetak ini dapat berakibat berita yang ada di dalam *Newsletter* tersebut sudah basi atau ketinggalan. Karena rata-rata berita yang ada di dalam *Newsletter* tersebut merupakan berita *straight news*. *Straight news* merupakan berita langsung, dimana berita tersebut memiliki unsur 5w+1h, dan berita ini merupakan berita yang sangat terikat oleh waktu karena informasi yang ada di dalamnya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan.

Maka sebab itu, apabila *Newsletter* ini sangat terlambat untuk di terbitkan maka UKM-LPM Teropong UMSU sendiri juga sangat dirugikan, karena para pembaca sudah tidak tertarik lagi untuk membeli dan membaca *Newsletter* tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang dihadapi UKM-LPM Teropong UMSU dalam menerbitkan *Newsletter* ini, mulai dari faktor internal dan eksternal.

a. Faktor Internal

Banyak faktor-faktor internal dalam UKM-LPM Teropong UMSU sendiri yang mengakibatkan terlambat terbitnya *Newsletter* tersebut. Berikut faktor-faktor internal yang mengakibatkan keterlambatan terbit *Newsletter*:

1) Terlambat Mengirim Berita

Dalam hal ini, pengurus yang sudah diberikan tanggung jawab oleh Divisi Redaksi melalui Redaktur Pelaksana untuk meliput dan mencari informasi

terhadap isu yang telah berikan pada saat proyeksi sering sekali terlambat dalam membuat dan mengirim beritanya kepada Divisi Redaksi.⁶⁵

Meskipun sebelumnya dalam rapat proyeksi telah ditentukan kapan batas akhir pengiriman berita tersebut, namun banyak sekali pengurus yang tidak mengindahkan ketentuan yang sudah dibuat Redaktur Pelaksana.

Hal ini mengakibatkan Divisi Redaksi tidak bisa cepat dalam melakukan *Layout* untuk *Newsletter* tersebut. Sehingga faktor ini bisa menyebabkan *Newsletter* yang akan segera terbit mengalami keterlambatan.⁶⁶

Namun faktor lain yang membuat berita tersebut terlambat dikembalikan juga karena seringnya reporter UKM-LPM Teropong UMSU tidak mendapatkan informasi yang jelas dan konkrit dari narasumber tersebut, yang mengakibatkan reporter harus mencari narasumber lain untuk mendapatkan informasi yang konkrit atas isu tersebut. Selain informasi yang kurang jelas dari narasumber, reporter juga sering sekali mendapatkan penolakan dari narasumber tersebut untuk memberikan informasi, apalagi isu yang ingin ditanyakan adalah isu yang sensitif.⁶⁷

Keterlamabatan pengiriman berita ini merupakan salah satu faktor besar yang mengakibatkan sering terjadinya keterlambatan terbit *Newsletter* UKM-LPM Teropong UMSU.

⁶⁵ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁶⁶ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁶⁷ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

2) Tidak Mendapatkan Iklan

Pada faktor ini, apabila Divisi Perusahaan tidak mampu memberikan iklan untuk mengisi rubrik atau halaman yang telah disediakan oleh Divisi Redaksi, maka Divisi Redaksi akan mengambil kebijakan dengan cara mengosongkan iklan di dalam halaman *Newsletter* yang telah disediakan.

Kosongnya iklan disalah satu halaman *Newsletter* akan diisi oleh berita-berita cadangan yang telah disiapkan Divisi Redaksi apabila terjadinya kekosongan iklan atau sebuah iklan masyarakat.⁶⁸

Kekosongan iklan ini dapat mengakibatkan keterlambatan karena akan membuat *Layouter* merubah susunan berita yang ada di dalam *Newsletter* tersebut, sehingga akan memakan waktu dalam merubahnya.⁶⁹

Kekosongan iklan ini sangat jarang terjadi, namun ada beberapa kali terjadinya kekosongan iklan di beberapa halaman.⁷⁰ Meskipun begitu faktor ini bukan menjadi faktor besar dalam terjadinya keterlambatan penerbisa *Newsletter* UKM-LPM Teropong UMSU.

3) Proses Desain dan *Layout*

Dalam proses desain dan *layout* sangat memakan waktu, karena dalam pengerjaannya tidak bisa dilakukan sekaligus.

Dalam hal ini, desain yang dimaksud adalah desain perwajahan *Newsletter* tersebut. Dalam proses ini, *Layouter* harus berulang kali melakukan desain dan harus membuat beberapa desain untuk menjadi perbandingan, hal ini bertujuan

⁶⁸ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁶⁹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁷⁰ Setelah membandingkan beberapa edisi *Newsletter* sebelumnya

untuk mendapatkan hasil yang terbaik dan dapat membuat pembaca tertarik untuk membacanya.⁷¹

Sedangkan untuk proses *layout* sendiri, yang menjadi kendalanya adalah karena berita yang dikirim oleh reporter tidaklah langsung diterima secara keseluruhan oleh *Layouter* melainkan satu persatu, bahkan jarak pengiriman berita satu dengan yang lainnya tidak dapat ditentukan.⁷² Hal ini karena lamanya reporter mengirim berita tersebut kepada Divisi Redaksi.

Dalam proses pengerjaan *layout Newsletter* ini sebenarnya tidaklah lama, karena kerangka susunan berita dalam *Newsletter* tidaklah jauh berbeda antara edisi satu dengan beberapa edisi sebelumnya.⁷³

Apabila reporter dapat mengembalikan berita sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, maka pengerjaan *layout* ini sendiri hanya memakan waktu 3-5 hari saja.⁷⁴ Namun karena keterlambatan pengiriman berita, maka proses *layout* dapat memakan waktu hingga berminggu-minggu.

Faktor ini juga merupakan salah satu faktor besar dalam keterlambatan *Newsletter* UKM-LPM Teropong UMSU.

⁷¹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁷² hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁷³ Setelah membandingkan beberapa edisi *Newsletter* sebelumnya

⁷⁴ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

4) Proses Cetak

Dalam mencetak *Newsletter* UKM-LPM Teropong UMSU bukan melalui pihak rektorat, namun dalam hal ini UKM-LPM Teropong UMSU mencetaknya sendiri dengan menggunakan *print* yang sudah tersedia.⁷⁵

Dalam proses cetak ini, sering sekali printer tidak dapat bekerja dengan baik seperti eror sehingga proses percetakan harus dihentikan sementara karena menunggu *print* tersebut dapat digunakan kembali.⁷⁶

Selain sering terjadinya eror, sering sekali tinta *print* tidak dapat naik sehingga proses percetakan memakan waktu yang lama, karena harus mengatasi permasalahan *print* tersebut.

Dalam proses mencetak, UKM-LPM Teropong UMSU tidak bisa mencetak dalam jumlah banyak, karena apabila melakukan proses cetak dengan jumlah banyak *print* tersebut akan eror. Proses percetakan yang dapat dilakukan dalam sehari sekitar 10-20 eksemplar, sehingga proses mencetak *Newsletter* ini dapat memakan waktu beberapa hari agar tercapai jumlah eksemplar yang ditargetkan sebelum dipasarkan.⁷⁷

Karena kurang maksimalnya kerja *print* tersebut mengakibatkan Divisi Perusahaan dalam melakukan cetak *Newsletter* tidak bisa dalam jumlah banyak, karena apabila dipaksakan, ditakutkan *print* untuk mencetak *Newsletter* tersebut rusak sehingga proses cetak *Newsletter* akan terganggu.

⁷⁵ hasil wawancara dengan Yuli selaku Pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁷⁶ hasil wawancara dengan Yuli selaku Pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁷⁷ hasil wawancara dengan Yuli selaku Pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Faktor ini juga merupakan faktor terbesar dalam keterlambatan terbitnya *Newsletter* UKM-LPM Teropong UMSU

b. Faktor Eksternal

Kendala eksternal yang didapat UKM-LPM Teropong UMSU tidaklah sebanyak kendala yang timbul dari internal mereka sendiri, karena faktor eksternal yang mereka hadapi adalah susahnya reporter dalam menjumpai dan mendapatkan informasi dari beberapa narasumber yang sudah ditetapkan sebelumnya dalam rapat proyeksi *Newsletter*.

Dalam mendapatkan informasi dari beberapa narasumber, sering sekali para reporter tidak bisa mendapatkan informasi dari narasumber karena kesibukan narasumber tersebut, sehingga harus berjuma sampai berulang kali dengan narasumber agar mendapatkan informasi yang lebih banyak.

Selain susahnya mendapat informasi, para narasumberpun juga ada yang menolak untuk memberikan informasi terkait isu tersebut, apalagi isu yang ditanyakan adalah isu yang sensitif, sehingga reporter harus mencari narasumber baru yang mengerti tentang isu tersebut dan mau memberikan informasi tersebut kepada reporter.

Hal yang dialami oleh reporter ini mengakibatkan susahnya bagi seorang reporter untuk menuliskan berita terkait isu tersebut karena kurangnya informasi yang diterima.

Hal ini juga mengakibatkan seorang reporter terlambat dalam mengirimkan berita kepada Divisi Redaksi karena berita tersebut belum menjelaskan informasi yang diinginkan.

Dalam hal ini, apa yang dialami oleh reporter dilapangan sangat mempengaruhi UKM-LPM Teropong UMSU dalam menerbitkan sebuah *Newsletter*. Faktor ini yang merupakan salah satu faktor besar atas keterlambatan penerbitan *Newsletter* ini.

3. Proses Pembuatan Majalah

Majalah merupakan salah satu produk cetak UKM-LPM Teropong UMSU juga. Majalah ini juga merupakan tanggung jawab Divisi Redaksi. Sama halnya dengan *Newsletter*, Majalah juga sudah ditentukan kapan terbitnya pada saat rapat kerja UKM-LPM Teropong UMSU diawal kepengurusan pengurus baru.

Tidak seperti *Newsletter* yang proses percetakannya masih campur tangan Divisi Perusahaan, di Majalah ini, Divisi Redaksi memegang tanggung jawab sepenuhnya dari mulai pra cetak hingga cetak. Meskipun dalam hal iklan yang ada di Majalah dan pasca cetak adalah tugas Divisi Perusahaan untuk mengisinya.

Dalam proses pembuatan Majalah ini memiliki beberapa perbedaan dengan *Newsletter* dalam pembuatannya. Perbedaan ini terdapat pada tahap pra cetak dan tahap cetak. Sedangkan isi berita di dalam Majalah juga sangat berbeda dengan *Newsletter*, dimana isu yang diangkat dalam majalah ini bukan hanya dalam kampus namun Kota Medan termasuk di dalamnya.

Tahap dalam membuat suatu Majalah sama halnya dengan tahap pembuatan suatu *Newsletter* juga terdiri dari 3 tahap, yaitu tahap pra cetak, cetak, dan pasca cetak. Namun terdapat perbedaan antara Majalah dengan *Newsletter* pada tahap pra cetak hingga cetak.

a. Tahap Pra Cetak

Sebelum masuk ketahap cetak, ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh Divisi Redaksi, antara lain:

1) Proyeksi Majalah

Dalam tahap ini, sama halnya dengan tahap proyeksi *Newsletter*, dimana proyeksi ini juga harus di ikuti oleh seluruh pengurus UKM-LPM Teropong UMSU.

Tujuannya diadakan proyeksi ini juga sama dengan proyeksi suatu *Newsletter* yaitu menentukan tema dan isu apa yang akan dibahas dalam, namun yang membedakannya adalah proyeksi Majalah ini isu yang akan dibahas dan dijadikan berita bukan hanya sekedar berita kampus saja, melainkan isu yang ada Kota Medan bahkan Sumatera Utara juga diangkat di dalam Majalah.⁷⁸

Seluruh pengurus berhak menyampaikan saran mengenai tema dan isu yang akan diangkat di dalam Majalah. Namun yang membuat proyeksi ini juga berbeda adalah adanya pembahasan tentang reportase, dimana reportase adalah suatu kegiatan jurnalistik untuk mengumpulkan data dan fakta atas sebuah peristiwa sebagai bahan penulisan atau penyajian berita di media massa. Dalam reportase yang dilakukan oleh UKM-LPM Teropong UMSU adalah melaksanakan sebuah liputan ke suatu daerah maukah itu lingkungan kampus, Kota Medan maupun Sumatera Utara untuk membuat suatu berita.⁷⁹

⁷⁸ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁷⁹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Pembahasan reportase dalam rapat proyeksi ini adalah pembahasan mengenai tema dan memberitahukan syarat apa saja kepada seluruh pengurus yang ingin mengikuti reportase.

2) Rapat Reportase

Setelah melewati rapat proyeksi untuk majalah, maka selanjutnya Divisi Redaksi akan melakukan rapat dimana dalam hal ini yang di sampaikan adalah siapa saja yang dinyatakan lulus untuk mengikuti reportase.

Setelah pemberitahuan mengenai siapa saja yang lulus untuk mengikuti reportase, maka selanjutnya adalah pembahasan mengenai tema apa yang ingin diambil untuk tema reportase dalam majalah bersama pengurus yang telah dinyatakan lulus⁸⁰, dan tentu saja tema reportase tidak boleh bersebrangan dengan tema Majalah.

Pembahasan mengenai reportase ini bisa memakan waktu yang lumayan lama, hal ini dikarenakan pembahasan yang dibahas bukan hanya sekedar tema, melainkan dimana tempat akan dilakukannya reportase, apa yang akan diliput serta mencari narasumbernya.⁸¹ Pembahasan mengenai reportase ini juga diikuti oleh alumni.

3) Reportase

Setelah semua telah ditentukan dalam rapat reportase, maka pengurus yang mengikuti reportase ini akan dilepas oleh Pembina UKM-LPM Teropong UMSU,

⁸⁰ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁸¹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

dimana pelepasan ini menandakan bahwasanya reportase yang dilakukan oleh UKM-LPM Teropong UMSU mendapatkan persetujuan dari pihak UMSU.

Bukan hanya mendapatkan persetujuan dari pihak UMSU, namun UMSU juga memberikan dana kepada mereka melalui UKM-LPM Teropong UMSU untuk memenuhi akomodasi mereka selama reportase. Reportase tersebut dilaksanakan selama 7 hari.⁸²

Mereka yang mengikuti reportase harus membuat berita atas kegiatan mereka tersebut dan tentu saja berita tersebut juga dibebaskan batas waktu dalam pengirimannya setelah mereka pulang dari reportase.⁸³

4) Menawarkan Iklan

Pada tahapan ini, tidak ada yang berbeda dengan tahapan pada menawarkan iklan di *Newsletter*. Dimana dalam hal ini Divisi Perusahaanlah yang bertanggung jawab atas iklan yang ada di Majalah.

Dalam hal ini Divisi Perusahaan mencari calon pemasang iklan yang ingin menggunakan jasa UKM-LPM Teropong UMSU untuk mempromosikan produk mereka di dalam Majalah UKM-LPM Teropong UMSU.

Namun dalam hal ini, harga pemasangan iklan di Majalah tentu saja berbeda dengan di *Newsletter*. Hal ini dikarenakan target pemasaran dalam memasarkan Majalah lebih luas yaitu target pasarnya adalah mahasiswa dan masyarakat umum.⁸⁴

⁸² hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁸³ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁸⁴ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

5) Editing Berita

Sama halnya dengan proses editing berita di dalam *Newsletter*, dimana disini para reporter yang telah diberikan tanggung jawab untuk meliput dan mendapatkan informasi atas isu yang telah diberikan di rapat proyeksi sebelumnya harus mengirim berita tersebut ke Divisi Redaksi agar selanjutnya di lihat apakah ada kesalahan dalam penulisan berita tersebut atautkah masih kurangnya informasi yang didapat oleh reporter tersebut.

Dalam proses pemeriksaan berita yang dilakukan oleh Divisi Redaksi memakan waktu yang lumayan lama karena berita yang terdapat dalam Majalah ini berbeda dengan berita yang ada di dalam *Newsletter*.⁸⁵ Terkhususnya untuk berita yang didapat dari hasil reportase.

Dalam proses editing berita ini, seluruh staff Divisi Redaksi ikut berkecimpung di dalamnya, dimana seluruh anak Divisi Redaksi ikut mengedit berita yang telah dikirim oleh reporter.

6) Desain Iklan

Sama halnya dengan *Newsletter*, desain iklan dalam majalah ini juga ditangani oleh Divisi Multimedia melalui Illustrator. Dimana Divisi Perusahaan memberikan data-data iklan untuk didesain oleh Illustrator.

Dalam mendesain iklan untuk Majalah, Illustrator sendiri harus mengikuti apasaja yang diinginkan oleh pemasang iklan sesuai dengan apa yang telah disepakati bersama antara Divisi Perusahaan dan Pemasang Iklan dalam perjanjian pemasangan iklan sebelumnya.

⁸⁵ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Setelah desain iklan tersebut telah selesai, Illustrator harus mengirim desain tersebut kepada Divisi Perusahaan untuk selanjutnya meminta persetujuan kepada Pemasang Iklan apakah Pemasangan Iklan tersebut telah setuju dengan hasil desain tersebut. Apabila Pemasang Iklan tidak setuju dengan hasil desain tersebut atau ingin menambahkan atau merubah hasil desain tersebut, maka Divisi Perusahaan akan memberitahukan kepada Illustrator apa saja yang harus dirubah dalam desain iklan tersebut. Apabila desain iklan tersebut telah selesai, maka Divisi Perusahaan akan kembali menghubungi Pemasang Iklan untuk meminta persetujuan atas desai tersebut.

Setelah Divisi Perusahaan mendapat persetujuan dari Pemasang Iklan, maka selanjutnya Divisi Perusahaan harus memberikan hasil desain tersebut kepada Divisi Redaksi untuk selanjutnya masuk ke dalam tahap *layout*.

7) *Layout*

Setelah berita dan iklan telah dikerjakan dan telah diterima oleh Divisi Redaksi, maka selanjutnya Divisi Redaksi akan melanjutkannya ke dalam tahap *layout*.

Dalam tahap ini Divisi Redaksi tidak mengerjakannya sendiri, melainkan dibantu oleh alumni dalam pengerjaannya. Hal ini dikarenakan kurangnya SDM di dalam UKM-LPM Teropong UMSU dalam mengerjakan *layout* tersebut.

Layout dalam sebuah Majalah tentu saja jauh berbeda dengan *layout Newsletter*, hal ini dapat kita lihat dan bandingkan dari Majalah dan *Newsletter* UKM-LPM Teropong UMSU.⁸⁶

Alasan lain kenapa UKM-LPM Teropong UMSU menggunakan pihak ke tiga yaitu alumni dalam mengerjakannya adalah karena dari sisi pengalaman. Karena banyak alumni UKM-LPM Teropong UMSU yang bekerja dibidang jurnalistik. Oleh sebab itu dalam mengerjakan *layout* Majalah ini, UKM-LPM Teropong memberikannya kepada pihak ke tiga dalam mengerjakannya.⁸⁷

Layout suatu majalah harus sesuai dengan tema majalah tersebut sesuai dengan apa yang diproyeksikan sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk membuat pembaca tertarik dengan majalah tersebut.

Dalam tahap ini yang dilakukan bukan hanya sekedar susunan dan tata letaknya saja, melainkan perwajahan majalah ini juga dikerjakan dalam tahap ini. Perwajahan dalam hal ini sangat diperhatikan, karena agar membuat para calon pembeli tertarik untuk membelinya dan membacanya.

b. Tahap Cetak

Setelah melewati tahap pra cetak, selanjutnya Majalah tersebut akan masuk kedalam tahap cetak. Dimana dalam tahap ini ada perbedaan dengan tahap cetak suatu *Newsletter*. Berikut tahap-tahap yang harus dilakukan di dalam tahap cetak ini.

⁸⁶ Setelah melihat dan membandingkan hasil produk Majalah dan *Newsletter* UKM-LPM Teropong UMSU

⁸⁷ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

1) Evaluasi Majalah

Setelah melewati tahap pra cetak, majalah yang telah selesai di *layout* akan masuk ke dalam tahap evaluasi. Dimana dalam hal ini, pengeditan tersebut sama halnya dengan pengeditan dalam *Newsletter*,⁸⁸ dimana seluruh pengurus ikut melihat apakah ada kesalahan dalam Majalah tersebut maukah itu kesalahan dalam penulisan ataupun susunan dari berita tersebut.

Namun sebelum masuk ke dalam tahap evaluasi ini, Majalah terlebih dahulu dicetak dalam jumlah banyak sesuai dengan pengurus yang mengikuti rapat ini, tujuan majalah tersebut dicetak banyak agar seluruh pengurus yang mengikuti pengeditan ini dapat lebih optimal dalam mengedit Majalah tersebut.

Kesalahan-kesalahan yang ditemukan dalam rapat evaluasi ini selanjutnya akan menjadi catatan Divisi Redaksi untuk memperbaiki Majalah tersebut. catatan-catatan tersebut diberikan kepada alumni yang mengerjakan *layout* majalah ini.

Majalah yang telah selesai di revisi tersebut, selanjutnya akan dikirimkan ke Divisi Redaksi untuk selanjutnya diperiksa lagi. Apabila tidak ditemukannya lagi kesalahan dalam Majalah itu, maka akan lanjut ke tahap berikutnya.

2) Proyeksi Rektorat

Majalah yang telah direvisi tersebut selanjutnya akan masuk ketahap proyeksi kembali. Namun proyeksi dalam tahap ini adalah memproyeksikan Majalah tersebut kepada rektorat dan proyeksi ini dilakukan oleh Divisi Redaksi.⁸⁹

⁸⁸ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁸⁹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Tujuan dalam tahap ini adalah untuk mendapatkan persetujuan pihak universitas untuk memasuki ke tahap percetakan karena untuk proses percetakan majalah ini sepenuhnya pihak Rektoratlah yang membayarnya.⁹⁰

Dalam tahap ini apabila pihak rektorat ada yang tidak setuju dengan isi berita di dalam majalah tersebut, maka pihak UKM-LPM Teropong UMSU harus merubah isi dalam Majalah tersebut sesuai dengan arahan yang diberikan pihak universitas pada saat proyeksi tersebut.⁹¹

Setelah merubah isi dalam majalah tersebut, selanjut pihak UKM-LPM Teropong UMSU harus melakukan proyeksi ulang kepada pihak rektorat untuk memberitahu bahwasannya Majalah tersebut sudah diperbaiki dan untuk mendapatkan persetujuan untuk selanjutnya masuk ke tahap cetak.⁹²

Apabila pihak rektorat telah setuju dengan Majalah tersebut dan tidak ada yang diperbaiki atau direvisi lagi, maka pihak rektorat akan mengeluarkan SK persetujuan atas majalah tersebut.⁹³

3) Cetak

Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak rektorat untuk masuk ke tahap percetakan, selanjutnya majalah tersebut akan masuk pada tahap percetakan, dimana tahap percetakan ini menggunakan pihak ke tiga yaitu percetakan yang ditunjuk oleh pihak rektorat.

⁹⁰ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁹¹ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁹² hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁹³ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Dalam hal percetakan ini semua biaya dalam percetakan ditanggung oleh pihak rektorat sesuai dengan yang dijelaskan di tahap sebelumnya. Oleh sebab itu proyeksi majalah harus dilakukan untuk mendapat persetujuan dari pihak rektorat sendiri.

Dalam proses percetakan ini pihak UKM-LPM Teropong UMSU sendiri yang menentukan berapa jumlah majalah yang dicetak namun tidak melewati batas maksimal yang telah diberikan pihak rektorat kepada UKM-LPM Teropong UMSU selama setahun.⁹⁴

Setelah proses percetakan telah selesai, maka majalah-majalah tersebut akan dikirim ke sekretariat UKM-LPM Teropong UMSU atau pihak UKM-LPM Teropong UMSU sendirilah yang menjemput majalah tersebut di percetakannya.

c. Tahap Pasca Cetak

Dalam tahap ini tidak ada perbedaan dengan tahap pasca cetak *Newsletter*, dimana majalah yang sudah dicetak selanjutnya akan diserahkan kepada pihak Divisi Perusahaan.⁹⁵

Majalah yang sudah diterima Divisi Perusahaan selanjutnya akan disusun dan dibagikan kepada setiap pengurus untuk dipasarkan atau dijual, dan beberapa majalah ada yang disimpan guna untuk dokumentasi dan ada beberapa juga yang diberikan kepada pihak pemasang iklan atau pihak narasumber yang ingin melihat berita tersebut.

⁹⁴ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁹⁵ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

4. Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Keterlambatan Cetak Majalah

Dalam proses pembuatan suatu Majalah banyak proses yang harus dilalui untuk menghasilkan satu edisi Majalah dan terdapat hambatan-hambatan yang diterima UKM-LPM Teropong UMSU.

Hambatan-hambatan yang diterima UKM-LPM Teropong UMSU tentu saja bukan hanya satu, melainkan banyak hambatan-hambatan yang diterima UKM-LPM Teropong UMSU dalam menerbitkan satu edisi Majalah.

Hambatan-hambatan yang diterima tentu saja membuat pihak UKM-LPM Teropong UMSU dirugikan, karena bisa saja karena hambatan-hambatan yang diterima bisa mengakibatkan keterlambatan dapat menerbitkan Majalah tersebut.

Apabila terjadinya keterlambatan dalam menerbitkan Majalah, pihak UKM-LPM Teropong UMSU tidak dapat memasarkan Majalah tersebut dengan maksimal, karena berita yang berada di dalamnya pasti akan ketinggalan dan akan membuat pendapatan pihak UKM-LPM Teropong UMSU tidak banyak dari hasil penjualan majalah tersebut.

Bukan hanya pihak UKM-LPM Teropong UMSU sendiri yang dirugikan dalam keterlambatan ini, pihak Pemasang Iklan juga dirugikan dalam keterlambatan ini. Sama halnya dengan *Newsletter*, apabila Majalah tersebut terlambat untuk diterbitkan maka Iklan yang ada di dalam Majalah tersebut otomatis juga akan terlambat dipromosikan. Hal ini tentu saja sudah melanggar perjanjian yang telah ditetapkan antara pihak UKM-LPM Teropong UMSU melalui Divisi Perusahaan dengan Pemasang Iklan.

Keterlambatan yang disebabkan oleh hambatan-hambatan ini tentu saja menyebabkan kurang percayanya pemasang iklan tersebut kepada UKM-LPM Teropong UMSU yang dapat mengakibatkan UKM-LPM Teropong UMSU kehilangan kepercayaan dari pemasang iklan tersebut, bahkan yang lebih ditakutkan adalah berkurangnya pelanggan tetap UKM-LPM Teropong UMSU yang ingin menggunakan jasa UKM-LPM Teropong UMSU dalam mempromosikan produk mereka melalui media cetak UKM-LPM Teropong UMSU.

Keterlambatan dalam menerbitkan Majalah karena adanya hambatan-hambatan yang diterima pihak UKM-LPM Teropong UMSU maukah itu faktor internal ataupun faktor eksternal.

a. Faktor Internal

Hambatan-hambatan internal yang dihadapi UKM-LPM Teropong UMSU dalam menerbitkan Majalah tidak jauh berbeda dengan hambatan yang dialami dalam menerbitkan *Newsletter*, namun ada beberapa perbedaan hambatan yang tidak ada dalam *Newsletter* ada di dalam Majalah.

1) Terlambat Mengirim Berita

Faktor ini sama halnya dengan faktor yang diterima UKM-LPM Teropong UMSU yaitu terlambatnya reporter dalam mengirim berita kepada pihak Divisi Redaksi.

Hal ini terjadi karena isu yang diberikan kepada reporter lebih luas ruang lingkungnya karena isu yang dibahas antara lain isu kampus, Kota Medan maupun Sumatera Utara.

Selain isu yang dibahas, penulisan berita dalam *Newsletter* berbeda dengan Majalah, seperti yang diketahui penulisan berita dalam *Newsletter* merupakan berita *Straight News* sedangkan Majalah adalah berita *Featured*. Tentu saja dalam hal penulisan berita sangatlah berbeda sehingga diperlukan waktu yang lebih lama dalam pengerjaannya.

Hambatan ini merupakan salah satu faktor besar dalam keterlambatan penerbitan Majalah ini.

2) Proses Desain dan *Layout*

Proses dan *Layout* merupakan salah satu hambatan yang dialami oleh pihak UKM-LPM Teropong UMSU. Hambatan yang dialami pada proses desain dan *layout* sama halnya dengan *Newsletter*.

Dalam proses *layout*, hambatannya adalah lamanya reporter mengirimkan berita yang mereka pertanggung jawab, hal ini membuat proses *layout* memakan waktu lebih lama karena *Layouter* dalam hal ini alumni tidak bisa mengerjakannya sekaligus, karena harus menunggu berita-berita tersebut dikirim secara keseluruhan.

3) Reportase

Reportase dalam hal ini merupakan hambatan dalam menerbitkan suatu Majalah, karena terkadang reportase tersebut telat dalam hal pelaksanaannya. Hal ini terjadi karena menunggu surat balasan dari pihak narasumber dan surat balasan diterima atau tidaknya reportase tersebut dilakukan daerah atau instansi tersebut.

Sehingga hal ini menyebabkan keterlambatan pelaksanaan kegiatan reportase ini.⁹⁶

Selain perkara yang telah di jelaskan di atas, hambatan yang lain adalah lamanya dana keluar dari pihak Rektorat.⁹⁷ Hal ini mengakibatkan jadwal reportase yang sudah di tentukan sebelumnya harus di atur ulang.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal dalam Majalah sangat berbeda dengan faktor eksternal dalam *Newsletter*. Selain narasumber yang susah memberikan informasi secara jelas, faktor eksternal lain yang dialami oleh UKM-LPM Teropong UMSU adalah susahnya untuk melakukan proyeksi dengan pihak rektorat untuk mendapatkan persetujuan dari pihak universitas untuk memasuki tahap cetak karena kesibukan pihak rektorat tersebut.

Selain susahnya untuk melakukan proyeksi majalah, hambatan lainnya adalah karena apabila pihak rektorat tidak setuju dengan berita yang ada di dalam Majalah tersebut, maka UKM-LPM Teropong UMSU harus mengganti atau memperbaiki berita tersebut, apalagi berita tersebut adalah berita yang sensitif mengenai kampus. Sehingga dalam memperbaikinya sangat memakan waktu dan harus hati-hati dalam memperbaikinya.

Setelah berita tersebut telah diperbaiki, maka kembali lagi pihak UKM-LPM Teropong UMSU harus melakukan proyeksi kembali kepada pihak Rektorat untuk mendapatkan persetujuan.

⁹⁶ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁹⁷ hasil wawancara dengan Mayang selaku pimpinan Divisi Redaksi UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

Hal ini bila diperhatikan dapat merugikan UKM-LPM Teropong UMSU dikarenakan dapat membuat Majalah tersebut dapat mengalami keterlambatan dalam penerbitan.

C. Tanggung Jawab UKM-LPM Teropong UMSU Terhadap Pemasang Iklan Atas Terlambat Terbitnya Iklan

Keterlambatan penerbitan iklan di produk cetak UKM-LPM Teropong UMSU yaitu *Newsletter* dan Majalah terjadi karena terlambat terbitnya *Newsletter* dan Majalah tersebut dari yang telah diberitahukan sebelum terjadinya kesepakatan untuk melakukan perjanjian di *Newsletter* dan Majalah.

Keterlambatan ini tentu saja menimbulkan kerugian bagi kedua pihak dalam hal ini UKM-LPM Teropong dan Pemasang Iklan. Bagi UKM-LPM Teropong kerugian tersebut hilangnya kepercayaan Pemasang Iklan terhadap mereka dan mungkin saja untuk kedepannya Pemasang Iklan enggan untuk memasang iklan kembali di produk cetak UKM-LPM Teropong UMSU hal ini dikarenakan pengalaman mereka saat memasang iklan di edisi sebelumnya mengalami kemunduran waktu dalam penerbitannya dan tidak sesuai dengan apa yang di perjanjikan.

Bagi Pemasang Iklan kerugian yang diterima mereka adalah kerugian waktu dimana mereka yang telah percaya untuk memasang iklan di media cetak UKM-LPM Teropong UMSU harus menunggu lebih lama lagi dari yang diperjanjikan sebelumnya. Hal ini tentu saja membuat Pemasang Iklan kurang percaya lagi kepada UKM-LPM Teropong.

Meskipun dalam hal keterlambatan ini khususnya di penerbitan Majalah terjadi karena pihak ketiga, salah satunya adalah lamanya proses yang harus dilewati dalam melakukan proyeksi kepada pihak Rektorat.

Namun ternyata sebelum terjadinya keterlambatan penerbitan iklan ini, Divisi Perusahaan melalui Manajer Iklan ataupun Staff Iklan telah menghubungi Pemasang Iklan atas kemungkinan terjadinya keterlambatan penerbitan iklan mereka di media cetak karena adanya hambatan dalam proses penerbitan produk cetak UKM-LPM Teropong berupa *Newsletter* dan Majalah.⁹⁸

Dalam hal keterlambatan penerbitan iklan karena terlambatnya penerbitan Majalah ataupun *Newsletter* tetap memberikan informasi kepada Pemasang Iklan guna untuk memberitahukan Pemasang Iklan dan juga untuk meminta maaf kepada Pemasang Iklan atas keterlambatan ini.

Meskipun telah diadakannya pemberitahuan kepada Pemasang Iklan, namun tetap ada Pemasang Iklan yang komplain atas keterlambatan tersebut. Sehingga UKM-LPM Teropong UMSU harus menerima resiko dan bertanggung jawab atas hal itu.⁹⁹

UKM-LPM Teropong UMSU tetap bertanggung jawab atas keterlambatan tersebut.¹⁰⁰ Bentuk tanggung jawab tersebut berbeda-beda sesuai dengan negoisasi antara pihak Divisi Perusahaan dengan Pemasang Iklan. Namun pada umumnya

⁹⁸ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

⁹⁹ Hal ini pernah terjadi pada kepengurusan sebelumnya karena kesalah letak iklan yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, hasil wawancara dengan Agung selaku Pemimpin Umum UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 Agustus 2019

¹⁰⁰ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 agustus 2019

bentuk tanggung jawab dan ganti rugi yang dilakukan oleh UKM-LPM Teropong atas keterlambatan terbitnya iklan antara lain:

1. Tidak menerima pembayaran secara penuh dari pemasang iklan;¹⁰¹
2. Melakukan penerbitan ulang Produk Cetak UKM-LPM Teropong UMSU (hal ini terjadi apabila terjadinya kesalahan dalam tata letak iklan tersebut);¹⁰²
3. Memberikan alternatif berupa menerbitkan kembali iklan tersebut di media sosialnya UKM-LPM Teropong UMSU seperti di Instagram secara gratis.¹⁰³

¹⁰¹ hasil wawancara dengan Agung selaku Pemimpin Umum UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 Agustus 2019

¹⁰² hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 Agustus 2019

¹⁰³ hasil wawancara dengan Yuli selaku pimpinan Divisi Perusahaan UKM-LPM Teropong UMSU pada tanggal 30 Agustus 2019

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam Bab 3 maka dapat disimpulkan sebuah jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut:

1. Dalam melaksanakan perjanjian pemasangan iklan, UKM-LPM Teropong UMSU tidak memberitahukan secara jelas apa saja hak dan kewajiban antara pihak UKM-LPM Teropong UMSU dengan Pemasang Iklan, sehingga apabila terjadinya suatu keterlambatan dalam penerbitan iklan tersebut akan membuat Pemasang Iklan dirugikan karena tidak adanya ketentuan yang mengatur mengenai kewajiban yang harus dilakukan UKM-LPM Teropong UMSU atas keterlambatan penerbitan iklan tersebut.
2. Keterlambatan penerbitan iklan terjadi karena terlambat terbitnya *Newsletter* atau Majalah dan dalam keterlambatan penerbitan *Newsletter* lebih banyak disebabkan oleh faktor internal UKM-LPM Teropong UMSU, sedangkan untuk keterlambatan dalam penerbitan Majalah, faktor terbesarnya adalah faktor internal UKM-LPM Teropong UMSU yaitu telatnya reporter mengirim berita dan faktor eksternal UKM-LPM Teropong UMSU yaitu dalam tahap proyeksi kepada pihak rektorat.
3. Dalam hal keterlambatan penerbitan iklan di *Newsletter* dan Majalah, UKM-LPM Teropong UMSU tetap bertanggung jawab meskipun tanggung jawab tersebut tidak disampaikan di dalam perjanjian.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan di dalam Bab 3 penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam melakukan sebuah perjanjian pemasangan iklan, ada baiknya UKM-LPM Teropong UMSU melakukan perjanjian tersebut secara tertulis dan menjelaskan segala ketentuan-ketentuan berupa hak dan kewajiban kedua belah pihak pada saat melaksanakan perjanjian, untuk mempermudah kedua belah pihak dalam menyelesaikan masalah apabila terjadinya keterlambatan.
2. Untuk menghindari keterlambatan penerbitan produk cetak berupa *Newsletter* dan Majalah, ada baiknya Pemimpin Umum UKM-LPM Teropong UMSU melakukan evaluasi terhadap kinerja seluruh pengurus dan mencari jalan keluarnya bersama-sama agar tidak lagi terjadinya keterlambatan penerbitan seperti ini.
3. Ada baiknya sebelum melaksanakan perjanjian, UKM-LPM Teropong UMSU haruslah terlebih dahulu membahas perihal tanggung jawab apabila terjadinya keterlambatan penerbitan iklan, hal ini bertujuan agar tidak ada yang dirugikan atas kejadian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdulkadir Muhammad.2012. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ahmadi Miru. 2017. *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Arfan Ikhsan, dkk. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: PT. Citapustaka Media.
- Chairuman Pasaribu dan Suhrawadi K. Lubis, 2018. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*. Halaman 1. Sinar Grafika Offset.
- Ida Hanifah, dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: CV. Pustaka Prima.
- Morissan, 2019. *Periklanan “Komunikasi Pemasaran Terpadu”*. Prenadamedia Group.
- R. Soeroso, 2018. *Perjanjian Di Bawah Tangan “Pedoman Praktis Pembuatan dan Aplikasi Hukum”*. Jakarta : Sinar Grafika Offset
- R. Wirjono Prodjodikoro, 20018. *Azas-Azas Hukum Perjanjian*. Bandung : CV. Mandar Maju, Halaman 28
- Soerjono Soekanto. 2014. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press)
- Titik Triwulan Tutik. 2018. *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Kencana Media Group

B. Peraturan Perundang-Undangan

Anggaran Dasar UKM-LPM Teropong UMSU

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

C. Internet

<https://kbbi.web.id/iklan>

<https://tafsirweb.com/1885-surat-al-maidah-ayat-1.html>

Daftar Wawancara

1. Bagaimanakan tata cara UKM-LPM Teropong UMSU menawarkan jasa pemasangan iklan kepada pemasang iklan?

Jawab:

Untuk penawaran sebelumnya UKM-LPM Teropong UMSU akan memberikan proposal kepada calon pemasang iklan, dimana dalam hal ini calon pemasang iklan dapat melihat bagaimana ketentuan-ketentuan mengenai harga dalam memasang iklan di media cetak UKM-LPM Teropong UMSU. Setelah calon pemasang iklan tertarik untuk memasang iklan maka akan dilakukan perjanjian pemasangan iklan.

2. Apa saja hal yang disampaikan pihak UKM-LPM Teropong UMSU kepada calon pemasang iklan yang ingin menggunakan jasa mereka?

Jawab:

Di dalam proposal tersebut sudah dijelaskan semua, yaitu harga dari setiap ukuran iklan di dalam produk cetak UKM-LPM Teropong UMSU yaitu *Newsletter* dan Majalah dan harga setiap halamannya. Selain harga, di dalam proposal tersebut dijelaskan siapa saja yang menjadi target pemasaran untuk menjual produk tersebut dan di jelaskan juga bagaimana sirkulasi mengenai penjualan produk tersebut, dimana hal ini bertujuan untuk membuat calon pemasang iklan tertarik untuk memasang iklan.

3. Dalam menawarkan jasa pemasangan iklan, apakah UKM-LPM Teropong UMSU menjelaskan apa saja hak dan kewajiban dari kedua belah pihak

Jawab:

Dalam perjanjian ini pihak UKM-LPM Teropong UMSU tidak menyebutkan hak dan kewajiban melainkan *benefit* yang di dapat dalam perjanjian ini, bagi pihak pemasang iklan *benefit* yang didapat berupa promosi iklan sedangkan pihak UKM-LPM Teropong UMSU adalah uang atas perjanjian tersebut.

4. bagaimana implementasi pelaksanaan pemasangan iklan tersebut?

Jawab:

Dalam melakukan penawaran pemasangan iklan, pihak Divisi Perusahaan sebelumnya akan melakukan janji kepada calon pemasang iklan untuk menawarkan jasa pemasangan iklan, setelah itu pihak Divisi Perusahaan akan mengutus staffnya untuk bertemu dengan calon pemasang iklan untuk menawarkan jasa pemasangan iklan, apabila dalam pertemuan tersebut pihak pemasang iklan setuju untuk memasang iklan di UKM-LPM Teropong UMSU selanjutnya akan masuk kedalam perjanjian pemasangan iklan. Setelah sepakat untuk melakukan perjanjian, selanjutnya pihak pemasang iklan dapat memberikan contoh desain untuk iklan tersebut atau memberikan *file* iklan yang sudah jadi. Apabila pihak pemasang iklan memberikan kepercayaan kepada pihak UKM-LPM Teropong UMSU untuk mendesain iklan tersebut, dimana desain iklan tersebut akan diserahkan kepada Divisi Multimedia untuk mendesain iklan tersebut. setelah desain tersebut selesai maka akan masuk ke dalam tahap *layout*. Setelah siap dalam tahap *layout* maka selanjutnya produk cetak berupa *Newsletter* atau Majalah akan dicetak.

5. Apakah ada pertinggal/bukti yang disimpan UKM-LPM Teropong UMSU dalam perjanjian lisan pemasangan iklan?

Jawab:

Untuk pertinggal atau bukti dalam perjanjian pemasangan iklan ini, salah satu pertinggal untuk dijadikan bukti adalah kwitansi dan catatan di dalam buku besar Divisi Perusahaan serta ditanda tangani oleh Pemasang Iklan tersebut.

6. Apa sajakah kendala yang dihadapi UKM-LPM Teropong UMSU sehingga terjadinya keterlambatan dalam mencetak?

Jawab:

Kendala atas terlambatnya iklan tersebut disebabkan karena terlambatnya proses percetakan *Newsletter* atau Majalah tersebut.

7. Bagaimanakah proses pembuatan *Newsletter* UKM-LPM Teropong UMSU?

Jawab:

Dalam proses pembuatan *Newletter* terdiri dari 3 tahap antara lain:

- a. Tahap Pra Cetak, dalam tahap pra cetak ini adalah tahap sebelum dilakukannya cetak *Newsletter* tersebut, antara lain:
 - 1) Proyeksi
 - 2) Menawarkan Iklan
 - 3) Editing berita
 - 4) Desain Iklan
 - 5) *Layout*

- b. Tahap Cetak : dalam tahap cetak ini merupakan tahap dimana saat melakukannya percetakan antara lain:
 - 1) Evaluasi *Newsletter*
 - 2) Perbaiki *Newsletter*
 - 3) Cetak
 - c. Tahap Pasca cetak : Dalam tahap ini adalah tahap dimana setelah *Newsletter* tersebut telah selesai dicetak, dimana setelah dilakukannya percetakan maka *Newsletter* tersebut akan di pasarkan atau disirkulasikan
8. Apakah ada selama ini pemasang iklan yang telah membatalkan perjanjian secara sepihak karena telatnya penerbitan iklan mereka?
 9. Bagaimana tanggapan pihak UKM-LPM Teropong UMSU apabila ada pemasang iklan yang menuntut kepada UKM-LPM Teropong atas kurang baiknya kinerja mereka dalam menerbitkan iklan si pemasang iklan?
 10. Bagaimana cara UKM-LPM Teropong UMSU untuk mengatasi keterlambatan penerbitan iklan tersebut
 11. Bagaimanakah tanggung jawab UKM-LPM Teropong kepada pemasang iklan apabila terjadinya keterlambatan penerbitan iklan?
 12. Bagaimana kebijakan Pemimpin Umum dalam mengatasi keterlambatan penerbitan iklan tersebut?
 13. Apa sanksi yang diberikan Pemimpin Umum atas kinerja anggota UKM-LPM Teropong UMSU atas terlambatnya penerbitan iklan?

14. Apa yang dilakukan pihak UKM-LPM Teropong apabila perjanjian pemasangan ini dibatalkan sepihak oleh pemasang iklan dikarenakan terlambatnya penerbitan iklan?
15. Apa saja bentuk ganti rugi yang dilakukan UKM-LPM Teropong UMSU atas keterlambatan penerbitan iklan?



No : E.017/UM/TR-UMSU/IX/2019
Lamp : -
Hal : **Konfirmasi Selesai Riset**

Medan, 17 September 2019

Kepada Yth,
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas Hukum
Jl. Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238
di-
tempat

Assalamualaikum, Wr. Wb

Ba'da salam semoga Bapak/Ibu senantiasa dalam lindungan Allah SWT, dan sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Amin.

Rujukan surat Bapak/Ibu dengan Nomor : 1288/IL.3-AU/UMSU-06/F/2019 perihal pokok surat, dengan ini kami beritahukan bahwa mahasiswa/i dibawah ini :

Nama : Tamam Abdullah
NPM : 1506200462
Fakultas : Hukum
Program Studi : Ilmu Hukum/ Hukum Perdata

Telah melakukan riset guna penyelesaian penulisan skripsi di UKM-LPM Teropong UMSU dengan judul skripsi "**Akibat Hukum Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Iklan Yang Terlambat di Terbitkan (Studi di UKM-LPM Teropong UMSU)**".

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimah kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

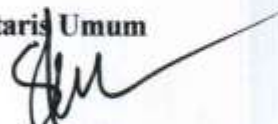
Hormat Kami
Pengurus Harian 2019/2020
UKM-LPM TEROPONG UMSU

Pemimpin Umum


M. Agung Safari Harahap
NITR.180406

Sekretaris Umum




Sariva
NITR. 181003



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI, PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id, fahum@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA

NAMA : TAMAM ABDULLAH
NPM : 1506200462
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM PERDATA
JUDUL SKRIPSI : AKIBAT HUKUM PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN IKLAN YANG TERLAMBAT DITERBITKAN (Studi di UKM-LPM Teropong UMSU)
Pembimbing : SYOFIATY LUBIS, S.H., M.H

TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
20-9-2019	Pemyerahan skripsi	f
21-9-2019	perbaiki hdp metodologi	f
23-9-2019	perbaiki pd Bab II	f
26-9-2019	perbaiki pd Bab III	f
28-9-2019	perbaiki akhir	f
3-10-2019	Bedah buku	f
4-10-2019	Bedah buku lanjutan	f
	Acc utlc lanjut ke meja	
	Hirau	f

Diketahui,

DEKAN FAKULTAS HUKUM

(Dr. Ida Hanifah, S.H., M.H)

DOSEN PEMBIMBING

(Syofiaty Lubis, S.H., M.H)