

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Terjadinya Perjanjian Penayangan Iklan di Stasiun Televisi.

Perjanjian penayangan iklan akan tercapai perlu adanya suatu kesepakatan diantara para pihak yaitu pihak media stasiun televisi dengan pihak pemasang iklan. Proses terjadinya perjanjian penayangan iklan ini yang menjadi masalah biasanya adalah masalah harga, dimana pihak pemasang iklan biasanya menginginkan harga yang rendah, sedangkan pihak stasiun televisi sudah mempunyai patokan harga atau tarif sendiri dalam penayangan iklan.

Sebuah kesepakatan dalam perjanjian ini, para pihak biasanya melakukan tawar-menawar terlebih dahulu. Tawar-menawar ini dapat terjadi secara langsung baik dengan lisan atau dapat juga dengan tertulis, sehingga apabila kesepakatan sudah tercapai maka akan segera berlanjut ke tahap berikutnya yaitu adanya perjanjian.

Penawaran langsung yang terjadi pada perjanjian penyiaran iklan yaitu antara pihak pemasang iklan dengan pihak stasiun televisi dengan berhadapan secara langsung. Hal ini dapat terjadi apabila pihak pemasang iklan datang langsung ke alamat stasiun televisi atau ke bagian pemasarannya atau dapat juga pihak dari stasiun televisi yang mendatangi alamat atau kantor dari pemasang iklan.

Tawar-menawar biasanya membicarakan mengenai hal-hal pokok tentang pelaksanaan perjanjian penyiaran iklan. Hal-hal pokok mengenai perjanjian ini

yaitu tentang panjang/durasi, frekuensi tayang dan waktu tayang yang akan menentukan besar tarif yang musti dibayar oleh pihak pemasang iklan. Tawar-menawar ini juga akan membicarakan mengenai waktu dan tempat pembayaran penyiaran iklan tersebut. Mengenai pembayaran penayangan iklan biasanya pihak stasiun televisi akan memberikan tagihan kepada pihak pemasang iklan.

Ketentuan mengenai waktu, panjang/durasi dan frekuensi tayangan iklan serta besar tarif tersebut telah disetujui atau disepakati oleh masing-masing pihak maka timbulah perjanjian penayangan iklan. Surat pesanan iklan harus dituangkan ke dalam bentuk tertulis atau disebut media order, disertakan juga dalam bentuk perjanjian yang ditandatangani kedua belah pihak.

Pihak pemasang iklan yang melakukan pemesanan atau perjanjian secara langsung ini biasanya adalah pemasang iklan lokal atau berada di wilayah tempat dimana stasiun televisi tersebut berada. Pemasang iklan biasanya adalah pengiklan, yaitu pemilik barang atau jasa yang akan diiklankan. Pemesanan atau kesepakatan secara langsung seperti ini jarang terjadi perselisihan antara para pihak.

Tawar-menawar yang dilakukan secara tertulis dapat dilakukan oleh pihak pemasang iklan dengan menggunakan surat pesanan pemasangan iklan yang dikirim ke pihak stasiun televisi. Hal ini dilakukan karena pihak pemesan berada di luar kota atau jauh dari tempat stasiun televisi tersebut berada. Berkembangnya teknologi sekarang ini, profil sebuah stasiun televisi, surat pesanan, dan biaya pemasangan iklan dapat diakses melalui internet, hal ini sangat memudahkan bagi pemasang iklan yang berada jauh dari lokasi stasiun televisi berada.

Surat pesanan pemasangan iklan tersebut terdapat hal tentang panjang iklan, frekuensi tayang, waktu tayang dan harga yang ditawarkan oleh pemesan pemasangan iklan. Setelah surat pesanan tersebut dikirim ke stasiun televisi maka surat pesanan tersebut akan dipelajari, jika semua ketentuan tentang tarif dan yang lain disepakati, maka pihak stasiun televisi akan mengirim kembali tembusan surat pesanan tersebut yang telah dibubuhi stempel dan tanda tangan kepada pemasang iklan. Surat pesanan yang asli akan disimpan pihak stasiun televisi sebagai bukti untuk melakukan tagihan pembayaran terhadap pemasang iklan. Apabila hal ini terjadi maka timbullah perjanjian penayangan iklan dan iklan akan segera ditayangkan menurut perjanjian itu.

Terdapatnya ketentuan-ketentuan dalam surat pesanan pemasangan iklan tersebut tidak sesuai tidak sesuai dengan ketentuan-ketentuan dari pihak media, baik itu mengenai waktu maupun tarif dan yang lainnya, maka pihak stasiun televisi akan mengirim kembali surat pesanan pemasangan iklan tersebut. Surat pesanan tersebut akan dilampiri ketentuan-ketentuan mengenai hal-hal yang tidak disetujui oleh pihak media televisi. Apabila pihak pemasang tidak mengirim kembali surat pesanan sesuai dengan ketentuan media televisi, maka kesepakatan tidak akan ada dan tidak akan timbul perjanjiannya.

Proses tawar menawar ini biasanya pihak media televisi tidak akan memaksakan tarif yang telah dipatok, mengingat iklan merupakan salah satu sumber pemasukan utama dari pihak stasiun televisi dan juga untuk menarik para produsen agar selalu memasang iklannya ke stasiun televisi tersebut.

Perjanjian penayangan iklan lahir setelah tercapai kata sepakat diantara masing-masing pihak. Pihak-pihak di sini yaitu pihak PT. Yogyakarta Tugu Televisi sedangkan pihak pemasang iklan yaitu pihak perusahaan periklanan yang juga mempunyai hubungan kerja dengan pihak produsen barang dan jasa.

Setelah ditandatanganinya surat pesanan pemasangan iklan maka pihak stasiun televisi, dalam hal ini PT. Yogyakarta Tugu Televisi harus segera menayangkan iklan tersebut sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Pihak stasiun televisi dan pihak pemasang iklan berdasarkan perjanjian bahwa pihak pemasang iklan melakukan pembayaran atas iklan yang akan ditayangkan yang dibayarkan sebelum iklan ditayangkan sehingga pihak televisi mempunyai kewajiban untuk menayangkan iklan sesuai dengan waktu, durasi dan jam penayangan iklan. Apabila dalam perjanjian penayangan iklan dinyatakan bahwa pembayaran dilakukan setelah penayangan iklan maka pihak televisi setelah menayangkan iklan berhak atas pembayaran iklan tersebut sesuai dengan perjanjian.

Pelaksanaan perjanjian penayangan iklan di PT. Yogyakarta Tugu Televisi dalam hal pembayarannya dilakukan diawal penayangan iklan dan tidak menggunakan uang muka sebagai syarat bagi pemasang iklan untuk memasang iklan di stasiun televisi ini. Berbeda dengan stasiun televisi lain, uang muka dijadikan sebagai syarat akan dilaksanakannya suatu perjanjian penayangan iklan.

Tidak adanya uang muka dan pembayarannya dilakukan di akhir masa penayangan iklan, maka pihak stasiun televisi harus hati-hati dalam menilai

iklan apakah ia dapat dipercaya atau tidak. Hal ini juga dapat membuka

kemungkinan bagi pemasang iklan untuk menunda-nunda pembayaran atau bahkan tidak melakukan pembayaran sama sekali.

Perjanjian penayangan iklan di sini berisi tentang kesepakatan antara kedua belah pihak, jadwal penayangan iklan, durasi, spot iklan dan identitas kedua belah pihak yaitu pihak media televisi dan pemasang iklan (*Advertiser*). Perjanjian ini mengatur pembayaran biaya penayangan iklan dilakukan pada akhir penayangan iklan, yaitu pada saat dua iklan terakhir akan ditayangkan, jadi dalam hal ini apabila pihak stasiun televisi telah melakukan prestasinya maka pihak ini dapat menuntut haknya yaitu pembayaran atas jasa penayangan dari pihak pemasang iklan. Apabila pihak media telah selesai melaksanakan kewajibannya yaitu menayangkan iklan sesuai dengan perjanjian, maka akan merasa dirugikan apabila pihak pemasang iklan terlambat atau tidak melakukan pembayarannya sama sekali.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa pelaksanaan perjanjian penayangan iklan didasarkan atas dasar kepercayaan diantara para pihak. Apabila kepercayaan itu disalahgunakan maka pihak yang pasti dirugikan adalah pihak media televisi.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa yang paling banyak mengadakan perjanjian penayangan iklan dengan PT. Yogyakarta Tugu Televisi adalah perusahaan periklanan atau agen periklanan. Pihak produsen barang atau jasa lebih mempercayakan penggarapan iklannya kepada perusahaan periklanan, mulai dari pembuatan materi iklan, pemilihan model iklan, efek audio visual,

mengetahui bahwa iklannya sudah ditayangkan dan mengenai pembayarannya, pihak ini akan menyerahkan sejumlah uang kepada pihak perusahaan periklanan karena telah menguruskan semua keperluan dalam pembuatan dan penayangan iklan.

Pelaksanaan pembayaran dari pihak pemasang iklan didasarkan pada laporan penayangan iklan (*Progress Report*) yang dibuat oleh pihak media televisi, akan tetapi pihak pemasang iklan dapat juga melakukan pengawasan sendiri terhadap iklan-iklan yang ditayangkan. Hal ini membuka kemungkinan terjadinya perselisihan antara surat bukti penayangan iklan dari pihak media televisi dengan catatan pengawasan yang dilakukan oleh pihak pemasang iklan.

Kemungkinan terjadi perbedaan antara laporan bukti penayangan dari pihak media televisi dengan catatan pengawasan yang dilakukan sendiri oleh pihak pemasang iklan, pihak stasiun televisi yang biasanya mengalah. Hal ini dikarenakan stasiun televisi ingin menjalin hubungan baik dengan pemasang iklan dan pihak stasiun televisi tidak ingin pihak pemasang iklan kecewa. Mengingat juga iklan merupakan salah satu pemasukan dana yang besar demi kelancaran kinerja sebuah stasiun televisi.

Mengenai pembayaran yang dilakukan oleh pihak pemasang iklan di akhir masa penayangan iklan, pihak stasiun televisi memberikan pemberitahuan kepada pihak pemasang iklan agar segera melakukan pembayaran dengan berdasarkan surat bukti penayangan iklan (*Progress Report*). Adanya pemberitahuan ini dan pihak pemasang iklan menyetujuinya dan melakukan pembayaran maka pihak stasiun televisi masih mempunyai kewajiban menayangkan dua kali iklan

terakhir. Apabila dua iklan setelah pembayaran telah ditayangkan maka tercapailah tujuan dari perjanjian ini dan berakhirlah pelaksanaan perjanjian penayangan iklannya.

B. Bentuk Perjanjian Penayangan Iklan

Bentuk suatu perjanjian pada umumnya adalah bebas, tidak terikat pada suatu bentuk tertentu. Perjanjian dapat dibuat secara lisan maupun secara tertulis. Suatu perjanjian lahir sejak ada kata sepakat antar para pihak mengenai hal-hal dari isi perjanjian, jadi tidak ada suatu formalitas tertentu.

Perjanjian penayangan iklan antara stasiun televisi dengan pemasang iklan dibuat dalam bentuk tertulis. Perjanjian antara perusahaan periklanan dan atau pengiklan dengan media harus dikukuhkan dalam ikatan kontrak yang sah. Penekanan pada kata dikukuhkan, berarti bahwa penuangan perjanjian dalam bentuk tertulis hanya untuk memperkuat perjanjian penayangan iklan antara perusahaan periklanan/pengiklan dengan stasiun televisi.

Suatu ketentuan dalam perjanjian penayangan iklan ini memang mengharuskan dibuatnya suatu perjanjian dalam bentuk tertulis. Hal ini penting bagi para pihak, sehingga bila ada salah satu pihak yang wanprestasi, surat perjanjian tersebut dapat digunakan sebagai bukti dan dapat memaksakan pelaksanaannya melalui hakim berdasarkan perjanjian yang ada.

Pihak PT. Yogyakarta Tugu Televisi dalam hal penyiapan perjanjiannya terlebih dahulu telah membuat formulir perjanjian secara standar. Media order pemasangan iklan merupakan surat perjanjian untuk ditayangkan suatu iklan

apabila telah ditandatangani oleh pihak stasiun televisi dan pihak pemasang iklan. Media order tersebut pada akhirnya dapat digunakan sebagai bukti tertulis tentang adanya perjanjian penayangan iklan antara para pihak.

Surat order pemasangan iklan menurut bentuknya merupakan perjanjian baku sepihak, karena ketentuan-ketentuan dalam surat order ini ditentukan secara sepihak oleh stasiun televisi. Surat order dalam perjanjian penayangan iklan antara pihak media dengan pihak pengiklan atau perusahaan periklanan dapat disebut sebagai perjanjian baku.

Perjanjian baku pada dasarnya adalah perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir. Sedangkan perjanjian baku sepihak adalah perjanjian yang isinya ditentukan oleh pihak yang kuat kedudukannya dalam perjanjian tersebut. Pihak yang kuat di sini adalah pihak kreditur yang lazimnya mempunyai posisi ekonomi kuat dibanding pihak debitur.

C. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Penayangan Iklan.

Perjanjian penayangan iklan yang dibuat oleh kedua belah pihak pada dasarnya akan menimbulkan adanya hubungan hukum bagi para pihak yang membuatnya. Hubungan hukum antara pihak stasiun televisi dan pemasang iklan tersebut secara otomatis akan melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang masing-masing harus dipenuhi.

Perjanjian penayangan iklan merupakan perjanjian timbal balik, sehingga prestasinya pun dilakukan oleh kedua belah pihak. Prestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak adalah merupakan kewajiban bagi pihak itu dan dapat dipandang

sebagai hak oleh pihak lawan, demikian pula sebaliknya. Pemasang iklan sebagai produsen barang dan jasa yang ingin memasarkan produknya melalui iklan, diartikan sebagai pihak yang mengeluarkan uang untuk biaya pemasangan iklannya, selanjutnya iklan tersebut akan ditayangkan oleh pihak stasiun televisi sebagai kewajibannya.

Adapun hak-hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam perjanjian penayang iklan di PT. Yogyakarta Tugu Televisi adalah :

Hak pemasang iklan :

1. Berhak atas penayangan iklan atas produknya sesuai dengan jumlah dan jadwal tayang.
2. Berhak atas penayangan iklan atas produknya secara utuh sesuai dengan materi iklan dan durasi iklan.
3. Berhak mendapatkan bukti laporan penayangan iklan (*Progress Report*) pada saat akan melakukan pembayaran.
4. Berhak mendapatkan pemberitahuan dan penggantian penayangan iklan apabila pihak media televisi dalam keadaan darurat tidak bisa menayangkan iklannya.

Kewajiban pemasang iklan :

1. Melunasi biaya penayangan iklan atas produknya sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.
2. Pembayaran atas waktu/ruang/lokasi iklan wajib dilakukan pemasang iklan sesuai jadwal/domisili yang sudah disepakati oleh para pihak. Pembayaran tersebut harus sudah mencakup segala pajak yang berlaku.

3. Pemasang iklan wajib memberikan materi iklan yang positif, artinya tidak bertentangan dengan Undang-undang atau norma-norma dan ketertiban umum.

Hak media televisi :

1. Berhak menerima pelunasan atas sejumlah uang untuk biaya penayangan iklan dari pemasang iklan sesuai dengan perjanjian.
2. Berhak menerima dan mengembalikan materi iklan yang bertentangan dengan Undang-undang atau norma-norma walaupun perjanjiannya telah lahir.
3. Berhak menghentikan penayangan iklan walaupun masa tayang belum berakhir apabila ternyata diketahui produk yang diiklankan adalah illegal.

Kewajiban media televisi :

1. Menayangkan iklan atas produk dari pemasang iklan sesuai dengan jumlah dan jadwal tayangnya.
2. Membuat dan menyerahkan bukti penayangan iklan (*Progress Report*) yang asli kepada pemasang iklan di akhir penayangan iklan.
3. Memberitahukan dan mengganti penayangan iklan di lain waktu apabila dalam keadaan memaksa, pihak media tidak dapat menayangkan iklannya.
4. Menjaga kualitas penayangan iklan agar diterima dengan baik oleh pemirsa televisi sebagai konsumen produk iklan.
5. Menayangkan iklan sesuai dengan materi iklan, panjang iklan atau durasi iklan.

6. Mutu teknis siaran iklan harus dijaga setinggi mungkin. Reproduksi maupun ketidaksempurnaan penyiaran iklan akibat kelalaian media televisi, wajib diulang dengan persetujuan pemasangan iklan.

Dalam menayangkan iklan pihak stasiun televisi harus memperhatikan ketentuan yang diatur dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 2/P/KPI/2009 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran

Pasal 49

- (1) Program siaran iklan wajib berpedoman pada Etika Pariwisata Indonesia
- (2) Program siaran iklan terdiri dari siaran iklan niaga dan siaran iklan layanan masyarakat.
- (3) Program siaran iklan dilarang menayangkan:
 - a. Promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/ atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, gender atau kelompok lain;
 - b. Promosi minuman keras atau sejenisnya;
 - c. Promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;
 - d. Adegan seksual sebagaimana yang dimaksud pada pasal 17;
 - e. Adegan kekerasan dan sadisme sebagaimana yang dimaksud pada pasal 26 ayat (3);
 - f. Upaya menyembunyikan, menyesatkan, membingungkan atau membohongi masyarakat tentang kualitas, kinerja, harga

sebenarnya, ketersediaan dari produk dan/atau jasa yang diiklankan;

- g. Eksploitasi anak di bawah umur 12 (dua belas) tahun; dan/atau
- h. Hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama.

Pasal 50

- (1) Program siaran iklan rokok hanya dapat disiarkan pada pukul 21.30 – 05.00 waktu setempat.
- (2) Program siaran iklan produk dan jasa untuk dewasa yang berkaitan dengan obat dan alat kontrasepsi, serta vitalitas seksual hanya dapat disiarkan pada 22.00 – 03.00 waktu setempat.

Pihak stasiun televisi dalam menayangkan iklan harus sesuai dengan waktu dan durasi iklan yang di perjanjikan. Pihak stasiun televisi dilarang merubah waktu dan memotong durasi atau panjangnya sebuah iklan tanpa persetujuan pemasang iklan. Pihak stasiun televisi dapat memotong durasi sebuah iklan atas persetujuan pihak pemasang iklan, pemotongan durasi iklan ini dilakukan dengan tujuan memperkecil durasi agar tarif pembayarannya juga lebih murah, hal ini biasanya atas permintaan pihak pemasang iklan.

Adanya surat perjanjian penayangan iklan, maka pihak stasiun televisi tidak diperbolehkan menayangkan iklan di luar waktu yang telah ditentukan dalam perjanjian. Apabila media televisi menayangkan iklan di luar waktu yang telah ditentukan maka hal tersebut di luar tanggung jawab pemasang iklan.

Ada kalanya pihak media televisi tidak dapat menayangkan iklan sesuai dengan kewajibannya. Hal ini karena adanya keadaan memaksa dan tidak dapat dihindarkan yang menimpa pihak stasiun televisi. Keadaan ini dapat terjadi karena beberapa hal, yaitu karena listrik padam, gangguan teknis dan segala sesuatu yang dapat mengakibatkan siaran televisi terhenti.

Peristiwa ini akan menjadi lain dan dapat menimbulkan peristiwa hukum apabila terjadi bertepatan pada masa tayang sebuah iklan, maka pihak stasiun televisi berkewajiban memberitahukan kepada pihak pemasang iklan melalui surat pemberitahuan (*pre-emption letter*) dan mengganti penayangannya pada kesepakatan selanjutnya. Apabila tidak ada kesepakatan maka pihak stasiun televisi biasanya mengganti pada hari berikutnya pada jam pertama iklan ditayangkan.

C. Penyelesaian Sengketa dalam Hal Penayangan Iklan Tidak Tepat Waktu pada PT. Yogyakarta Tugu Televisi

Sebuah perjanjian dibuat tentunya tidak menginginkan terjadi suatu perselisihan, demikian juga mengenai perjanjian penayangan iklan antara pihak stasiun televisi dengan pihak pemasang iklan. Para pihak berharap bahwa perjanjian dapat berjalan dengan baik tanpa ada hambatan apapun dan masing-masing pihak dapat melakukan pemenuhan prestasi yang telah dijanjikan sehingga tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.

Salah satu contoh perjanjian kerjasama dalam penayangan iklan antara Jogja

TM (Pihak Pertama) dengan Dixie Easy Dining (Pihak Kedua) dalam perjanjian

No 001/JOTV-MKT/MoU/I/2003 yang dalam isi perjanjian kedua belah pihak sepakat mengadakan kerjasama dalam bentuk Barter yaitu:

1. Pihak Pertama (Jogja TV) memberikan space iklan di program "Klitikan" Senin-Sabtu pukul 10.30 – 11.30 WIB sebanyak 8 kali dalam seminggu selama 6 bulan kepada Pihak Kedua (Dixie Easy Dining)
2. Pihak Pertama menerima kontraprestasi berupa discount sebesar 20% (flat) sebanyak 12 kali jamuan makan dari Pihak Kedua
3. Pihak Pertama menerima voucher seniai lima puluh ribu sebanyak 6 buah dari Pihak Kedua
4. Jangka waktu perjanjian berlaku 6 bulan mulai 10 Januari 2013 sampai dengan 9 Juli 2013 dan dapat diperpanjang kembali atas kesepakatan kedua belah pihak
5. Keadaan Memaksa (force majeure) adalah peristiwa yang terjadi di luar kemampuan Para pihak untuk mengatasinya, dan bukan disebabkan karena kesalahan ataupun kelalaian Pihak Pertama seperti antara lain (dan tidak terbatas pada) bencana alam, kebakaran, peperangan, huru hara, pemogokan, pemberontakan, epidemi, sabotase dan tindakan pemerintah di bidang moneter yang secara langsung mengganggu pelaksanaan kewajiban para pihak dalam perjanjian ini
6. Apabila terjadi keadaan mamaksa (force majeure) maka pihak yang berada dalam keadaan memaksa berkewajiban memberitahukan pihak lainnya dalam waktu secepatnya

7. segala akibat yang timbul dari adanya keadaan memaksa tersebut akan diselesaikan oleh para pihak secara musyawarah
8. Perselisihan yang timbul antara para pihak mengenai perjanjian ini atau pelaksanaannya akan diselesaikan secara musyawarah. Apabila musyawarah tidak dapat dilaksanakan atau gagal mencapai kata sepakat dalam waktu tenggal 30 hari sejak perselisihan mulai timbul, maka masing-masing pihak dapat mengajukan perselisihan tersebut ke muka pengadilan dengan menunjuk domisili hukum yang tetap dan seumumnya di Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Yogyakarta.

Pihak stasiun televisi dalam menayangkan iklan harus sesuai dengan waktu dan durasi iklan yang di perjanjikan. Pihak stasiun televisi dilarang merubah waktu dan memotong durasi atau panjangnya sebuah iklan tanpa persetujuan pemasang iklan. Pihak stasiun televisi dapat memotong durasi sebuah iklan atas persetujuan pihak pemasang iklan, pemotongan durasi iklan ini dilakukan dengan tujuan memperkecil durasi agar tarif pembayarannya juga lebih murah, hal ini biasanya atas permintaan pihak pemasang iklan.

Adanya surat perjanjian penayangan iklan, maka pihak stasiun televisi tidak diperbolehkan menayangkan iklan di luar waktu yang telah ditentukan dalam perjanjian. Apabila media televisi menayangkan iklan di luar waktu yang telah ditentukan maka hal tersebut di luar tanggung jawab pemasang iklan.

Ada kalanya pihak media televisi tidak dapat menayangkan iklan sesuai dengan kewajibannya. Hal ini karena adanya keadaan memaksa dan tidak dapat dihindarkan yang menimpa pihak stasiun televisi. Keadaan ini dapat terjadi karena

beberapa hal, yaitu karena listrik padam, gangguan teknis misalnya tower atau pemancar tersambar petir yang dapat mengakibatkan siaran televisi terhenti.

Penyelesaian sengketa dalam hal penayangan iklan tidak tepat waktu pada PT. Yogyakarta Tugu Televisi berdasarkan keterangan Ibu Widiana selaku Humas adalah pihak stasiun televisi yaitu dengan memberitahukan kepada pihak pemasang iklan melalui surat pemberitahuan (*pre-emption letter*) dan mengganti penayangannya sesuai kesepakatan bersama, kebanyakan dalam pelaksanaannya PT. Yogyakarta Tugu Televisi mengganti pada hari berikutnya pada durasi dan jam yang sama iklan ditayangkan.