

## **MENAKAR ASPEK HUKUM KETENAGAKERJAAN DALAM BIDANG USAHA JASA PERIKLANAN**

**Radhyca Nanda Pratama**

LPDB – KUMKM Kementerian Koperasi Republik Indonesia

radhycanp@gmail.com

### **ABSTRAK**

Pemanfaatan dan keterlibatan pelaku periklanan oleh perusahaan periklanan dalam industri periklanan Indonesia sudah bukan rahasia umum lagi. Adanya iklan yang sering dijumpai pada setiap iklan yang ada di televisi merupakan semacam daya tarik tersendiri untuk menarik konsumen agar membeli produk yang ditawarkan melalui iklan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara perusahaan periklanan dan pelaku periklanan terkait dengan konstruksi hubungan kerja berdasarkan UU Ketenagakerjaan serta untuk mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik perjanjian antara perusahaan periklanan dan pelaku periklanan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan patung dan pendekatan konseptual. Hasil penelitian dalam artikel ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan kerja antara perusahaan periklanan dengan pelaku periklanan berdasarkan dan pemenuhan unsur pekerjaan, unsur perintah, dan unsur upah sebagaimana diatur dalam UU Ketenagakerjaan. Ciri-ciri perjanjian antara perusahaan periklanan dengan pelaku periklanan antara lain perjanjian kerja dengan jenis tertentu Perjanjian Kerja Pengangkatan Sementara.

**Kata Kunci: Hubungan Kerja, Periklanan, Perjanjian Kerja.**

### **ABSTRACT**

*Utilization and involvement of advertising actors by advertising companies in the Indonesian advertising industry is no longer a public secret. The existence of an advertisement that is often found in every advertisement which is on the television is a kind of special attraction to attract consumers to buy products offered through advertisements. The purpose of this study is to analyze the connection between advertising companies and advertising actors related to the construction of work relationship based on the Manpower Act and to identify and analyze the characteristics of agreements between advertising companies and advertising actors in accordance with applicable regulations. The research method used is normative legal research with the statue approach and conceptual approach. The research results in this article indicate that there is a working relationship between advertising companies and advertising actors based on and fulfilling the elements of work, elements of orders, and elements of wages as stipulated in the Manpower Act. Characteristics of an agreement between an advertising company and an advertising actor include an employment agreement with a specific type of Temporary Appointment Work Agreement.*

**Keywords: Work Relationship, Advertisement, Work Agreement.**

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri barang maupun jasa sangatlah dinamis. Hal tersebut ditandai dengan adanya distribusi produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha dengan cakupan wilayah pendistribusian hingga ke segala penjuru di Indonesia. Beragam cara pun dilakukan oleh pelaku usaha pemilik produk untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang ditawarkan dengan tujuan produk tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu cara yang sering digunakan oleh pelaku usaha dalam usahanya untuk menawarkan atau memperkenalkan produknya tersebut adalah melalui iklan.

Konsep iklan secara yuridis terdapat dalam ketentuan Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 76 Tahun 2013 tentang Iklan Alat Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga (selanjutnya disebut Permenkes IAKPKRT) yang menyatakan bahwa iklan adalah “informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada Lembaga penyiaran yang bersangkutan.” Konsep iklan secara teori diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi yang tujuannya untuk melakukan promosi dengan menggunakan jasa media serta ada sponsornya<sup>1</sup>. Konsep iklan dalam hukum positif Indonesia khususnya pada UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen), tidak dijabarkan secara terpisah namun dianggap memiliki makna yang sama dengan atau paling tidak merupakan bagian dari promosi sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 6 UU Perlindungan Konsumen. Sebaiknya definisi antara iklan dengan promosi perlu dibedakan karena kedua hal tersebut dalam dunia *marketing* memiliki arti yang sangat berbeda, periklanan merupakan subordinat dari suatu promosi.

Mengenai sifat iklan yang diatur dalam Pasal 1 angka 1 Permenkes IAKPKRT terdapat 2 (dua) jenis sifat iklan yakni komersial dan layanan masyarakat. Untuk mengetahui makna komersial dan layanan masyarakat

---

<sup>1</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 17.

digunakan interpretasi sistematis dengan menghubungkan Pasal 1 angka 1 Permenkes IAKPKRT dan Pasal 1 angka 6 (Iklan Niaga) dan angka 7 (Iklan Layanan Masyarakat) UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (selanjutnya disebut UU Penyiaran). Makna komersial dimaknai iklan tersebut ada dengan tujuan untuk mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan. Makna layanan masyarakat dimaknai sebagai berikut iklan tersebut bertujuan untuk memperkenalkan dan/atau memasyarakatkan gagasan, cita-cita, anjuran dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi masyarakat agar berbuat dan/atau bertindak laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.

Iklan niaga atau komersial yang sering ditonton oleh masyarakat, khususnya calon konsumen baik melalui media televisi, surat kabar atau majalah dan media lainnya yang digunakan untuk sarana periklanan tidak secara langsung muncul atau ada di media yang digunakan untuk mengiklankan produk tersebut. Suatu iklan agar dapat terwujud dan memberikan informasi kepada calon konsumen terkait produk barang maupun jasa serta agar menarik minat beli konsumen haruslah melalui proses produksi terlebih dahulu<sup>2</sup>. Proses produksi tersebut didahului dengan pelaku usaha pemilik produk yang ingin menawarkan barang atau jasanya melalui iklan kepada konsumen haruslah terlebih dahulu memesan untuk dibuatkan iklan sesuai dengan permintaannya kepada perusahaan periklanan. Proses selanjutnya yang terjadi antara pelaku usaha pemilik produk dan perusahaan periklanan melakukan negosiasi untuk mencapai kesepakatan mengenai iklan yang dipesan dan yang akan diproduksi oleh perusahaan periklanan sesuai dengan permintaan pelaku usaha pemilik produk.

Tercapainya kesepakatan antara pelaku usaha pemilik produk dan perusahaan periklanan menandai dimulainya memasuki tahap proses produksi iklan oleh perusahaan periklanan. Agar iklan yang diproduksi terlihat lebih komunikatif dan menarik perhatian calon konsumen sehingga berorientasi ingin membeli produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha pemilik produk melalui iklan tersebut, maka

---

<sup>2</sup> Radhyca Nanda Pratama, *Kajian Yuridis Tentang Eksploitasi Anak Sebagai Pemeran Iklan Dalam Siaran Iklan Niaga*, Skripsi Universitas Negeri Surabaya, 2020, hlm. 21.

perusahaan periklanan menggunakan pemeran iklan. Etika Pariwara Indonesia (selanjutnya disebut EPI) menggunakan 2 (dua) istilah yakni pemeran iklan dan model namun dalam EPI sendiri tidak menjabarkan secara spesifik mengenai pemeran iklan. EPI hanya menjelaskan yang dimaksud model, adalah seseorang yang memainkan atau mencerminkan suatu peran dalam sebuah iklan. Arti peran tersebut dapat berbentuk gambar bergerak, foto, suara, tanda tangan maupun atribut lainnya yang telah dikenal oleh masyarakat serta gabungan diantaranya.<sup>3</sup> Pemeran iklan dalam industri periklanan sendiri juga mempunyai peran yang cukup sentral, yakni melakukan serangkaian adegan (*acting*) dengan adanya arahan atau perintah dari perusahaan periklanan untuk melakukan adegan peragaan berupa promosi atau memperkenalkan suatu produk yang diiklankan kepada khalayak umum dengan tujuan agar membeli produk yang ditawarkan tersebut.

Salah satu topik menarik untuk dikaji lebih lanjut yakni hubungan antara perusahaan periklanan dan pemeran iklan. Isu hukum yang hendak dibahas adalah status orang yang menjadi model atau pemeran iklan apakah dikategorikan sebagai pekerja sebagaimana termaktub dalam UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (selanjutnya disebut UU Ketenagakerjaan) yang korelasinya mempunyai hubungan kerja yang timbul akibat adanya perjanjian kerja ataukah hubungan hukum pada umumnya yang timbul sebab terdapat perjanjian dengan demikian perundang-undangan manakah pula yang dijadikan dasar bagi kedua pihak untuk membuat perjanjian sehingga perjanjian tersebut mengikat antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan dan implikasinya berupa timbul hubungan hukum berupa hak dan kewajiban diantara kedua pihak tersebut. Mengenai hal tersebut perlu untuk mengidentifikasi dan menganalisis ada atau tidaknya hubungan kerja diantara perusahaan periklanan dan pemeran iklan agar memberikan kepastian hukum dan kemanfaatan bagi kedua pihak sebagai pijakan dalam membuat dan menyusun perjanjian sebagaimana tujuan lain daripada hal tersebut yakni agar ketika membuat dan perjanjian yang dilakukan oleh kedua pihak

---

<sup>3</sup> Dewan Periklanan Republik Indonesia, *Etika Pariwara Indonesia Amandemen*, Jakarta: Dewan Periklanan Negara Republik Indonesia, 2014, hlm. 2.

tersebut mengerti, memahami dan memperhatikan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik suatu permasalahan yang timbul untuk selanjutnya dijadikan sebagai bahan kajian dalam penelitian antara lain apakah antara perusahaan periklanan dan pemeran iklan terdapat hubungan kerja berdasarkan konstruksi hubungan kerja Undang-Undang Ketenagakerjaan serta bagaimanakah karakteristik perjanjian antara perusahaan periklanan dan pemeran iklan menurut ketentuan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

Penelitian sejenis yang telah dilakukan antara lain oleh Raka Fauzan Hatami,<sup>4</sup> yang lebih memfokuskan pada perjanjian kerja antara pemain sepak bola dengan klub Sepak Bola Indonesia ditinjau dari *Lex Sportiva* dan Undang-Undang Ketenagakerjaan. Adapun hasil dari penelitian ini, menyatakan bahwa menurut UU Ketenagakerjaan, terpenuhinya unsur hubungan kerja antara pemain sepakbola dengan klub Sepak Bola Indonesia dibentuk dan disepakati dengan tunduk pada ketentuan *lex sportiva* yang dibentuk oleh FIFA sebagai organisasi yang menaungi sepak bola di Indonesia. Hubungan kerja tersebut tidak lagi tunduk terhadap UU Ketenagakerjaan. Namun, di sisi lain adanya hubungan kerja yang timbul harus tetap memperhatikan ketentuan hukum berkaitan dengan kontrak/perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Hal ini dikarenakan KUHPerdara merupakan hukum positif Indonesia yang keberadaannya perlu untuk diperhatikan sebagai dasar atau acuan dalam menyusun dan merancang suatu kontrak/perjanjian. Dengan tidak terpenuhinya syarat kontrak/perjanjian sebagaimana diatur dalam KUHPerdara, maka kontrak/perjanjian tersebut dapat dibatalkan dan/atau batal demi hukum.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Miftakhul Huda<sup>5</sup>, yang dalam kajiannya menitikberatkan pada hubungan hukum dalam konteks hubungan kerja antara dosen PTS dengan BPPTS dikarenakan terpenuhinya unsur hubungan kerja

---

<sup>4</sup> Raka Fauzan Hatami, "Perjanjian Kerja Antara Pemain Sepak Bola dan Klub Sepak Bola Indonesia Dengan Lex Sportiva dan Undang-Undang Ketenagakerjaan", *Jurnal Wawasan Yuridika*, Volume 3 No. 1, 2019, hlm. 93-114.

<sup>5</sup> Miftakhul Huda, "Keadilan Dalam Hubungan Hukum Antara Dosen Perguruan Tinggi Swasta Dengan Badan Penyelenggara Perguruan Tinggi", *Jurnal Hukum Yuridika*, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Volume 3 No. 2, 2017, hlm. 464-490.

berdasarkan UU Ketenagakerjaan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa penyelesaian perselisihan yang terjadi sebagai akibat dari adanya hubungan hukum antara dosen PTS dengan BPPTS merupakan kompetensi absolut Pengadilan Hubungan Industrial. Hal unik lainnya dalam hubungan hukum yang timbul antara dosen PTS dengan BPPTS ditinjau dari perspektif Hukum Administrasi Negara, bahwa Ketua BPPTS merupakan pejabat Tata Usaha Negara yang dalam hal ini dianggap sebagai badan hukum public dikarenakan melaksanakan sebagian tugas dan fungsi pemerintah sebagai penyelenggara pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengelaborasi dan menganalisis aspek hukum yang timbul dari hubungan kerja yang dikonstruksikan dengan hubungan kerja dalam UU Ketenagakerjaan antara perusahaan periklanan dan pemeran iklan berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Di sisi lain, penelitian ini memfokuskan kajian pada karakteristik perjanjian yang dibuat oleh perusahaan periklanan dengan pemeran iklan sebagai bentuk kesepakatan terjadinya hubungan hukum diantara kedua belah pihak.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah penelitian hukum normatif (*legal research*). Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*)<sup>6</sup>. Jenis bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Adapun bahan hukum primer yang digunakan berupa peraturan perundang-undangan yang menjadi acuan dalam analisis penelitian seperti KUHPerdara, UU Ketenagakerjaan, UU Penyiaran, UU Dokumen Perusahaan, UU Perseroan Terbatas, UU Wajib Daftar Perusahaan, serta peraturan-peraturan lain yang berkaitan dengan tema penelitian. Bahan hukum sekunder merupakan bahan yang digunakan sebagai pelengkap dan penjelas atas bahan hukum primer yang meliputi buku, jurnal, skripsi, maupun prosiding.

---

<sup>6</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Jakarta: PT. Kencana, 2017, hlm. 25.

### C. PEMBAHASAN

#### 1. Hubungan Kerja Antara Perusahaan Periklanan dengan Pemeran Iklan Menurut Undang-Undang Ketenagakerjaan

Penggunaan pemeran iklan, model, atau bintang iklan di Indonesia sudah bukan menjadi rahasia umum dalam industri periklanan. Hal tersebut terlihat dengan sering dijumpainya orang-orang yang berkecimpung sebagai publik figur digunakan atau dilibatkan oleh perusahaan periklanan sebagai pemeran iklan. Perusahaan periklanan melibatkan orang lain sebagai pemeran iklan dimaksudkan untuk menunjang proses produksi iklan yang dipesan oleh pelaku usaha pemilik produk. Terlibatnya pemeran iklan dalam proses produksi iklan diharapkan iklan yang diproduksi tersebut nantinya ketika ditayangkan atau ditonton melalui media yang digunakan untuk iklan oleh masyarakat sebagai calon konsumen harapannya pesan yang terkandung dalam iklan yang disampaikan oleh pemeran iklan tersampaikan kepada masyarakat sehingga menarik minat konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang diiklankan.

Keterkaitan pemeran iklan dan perusahaan periklanan mengenai ada atau tidaknya suatu hubungan kerja yang timbul diantara kedua pihak tersebut diperlukan suatu pemahaman konsep secara yuridis bahwasannya kedua pihak tersebut termasuk para pihak dalam perjanjian kerja atau paling tidak pihak-pihak yang disebutkan di atas merupakan pihak-pihak yang secara jelas disebutkan dan diatur secara konsep yuridis dalam UU Ketenagakerjaan. Landasan normatif untuk mengkonstruksikan terdapatnya hubungan kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan mengacu pada UU Ketenagakerjaan. Berdasarkan Pasal 1 angka 3 UU Ketenagakerjaan, “Pekerja/buruh adalah setiap **orang yang bekerja** dengan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain.” Lalu Husni berpendapat bahwa pengertian mengenai pekerja/buruh dalam ketentuan Pasal 1 angka 3 UU Ketenagakerjaan maknanya lebih luas karena dapat mencakup semua orang bekerja pada siapa saja baik pada orang perorangan atau badan usaha

(bukan badan hukum maupun badan hukum) dengan menerima imbalan bentuk lain atau upah<sup>7</sup>.

Penulis mempunyai pandangan yang berbeda dengan pendapat yang dikemukakan oleh Lalu Husni, berdasarkan interpretasi gramatikal terhadap frasa **“orang yang bekerja”** dalam Pasal 1 angka 3 UU Ketenagakerjaan dimaknai sebagai orang yang menjalankan atau melakukan pekerjaan dalam bidang apapun selama pekerjaan yang dilakukan orang tersebut **tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan, dan perundang-undangan yang berlaku** (*vide* Pasal 52 ayat (1) huruf d UU Ketenagakerjaan) maka pekerjaan tersebut sah-sah saja untuk dilakukan selama diperbolehkan menurut perundang-undangan yang berlaku. Kaitannya dengan orang yang melakukan pekerjaan sebagai pemeran iklan, maka pekerjaan sebagai pemeran iklan diperbolehkan untuk dilakukan dengan catatan iklan yang diproduksi oleh perusahaan periklanan tempat dimana orang tersebut dipekerjakan sebagai pemeran iklan memperhatikan etika periklanan serta tidak melanggar atau bertentangan ketentuan perundang-undangan yang berlaku khususnya mengenai iklan. Demikian secara gramatikal, orang yang melakukan pekerjaan sebagai pemeran iklan dikategorikan sebagai pekerja sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 3 UU Ketenagakerjaan.

Perusahaan periklanan dalam konstruksi UU Ketenagakerjaan perlu terlebih dahulu dicari hukumnya mengenai status kedudukan atau kapasitasnya bertindak sebagai pihak yang manakah dalam UU Ketenagakerjaan itu sendiri, apakah sebagai pemberi kerja, pengusaha, perusahaan, atau bahkan terpenuhi dan termasuk kategori sebagai ketiga pihak secara yuridis. Konstruksi mengenai konsep pemberi kerja, pengusaha, dan perusahaan secara rigid dan jelas diatur dalam UU Ketenagakerjaan adalah sebagai berikut:

---

<sup>7</sup> Lalu Husni, *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan Edisi Revisi*, Jakarta: PT. Rajawali Press, 2014, hlm. 32.



- a. Pasal 1 angka 4 UU Ketenagakerjaan, Pemberi Kerja adalah orang perseorangan, pengusaha, badan hukum, atau badan-badan lainnya yang mempekerjakan tenaga kerja dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain;
- b. Pasal 1 angka 5 UU Ketenagakerjaan, Pengusaha adalah
  - 1) orang perseorangan, persekutuan, atau badan hukum yang menjalankan suatu perusahaan milik sendiri;
  - 2) orang perseorangan, persekutuan, atau badan hukum yang secara berdiri sendiri menjalankan suatu perusahaan bukan miliknya;
  - 3) orang perseorangan, persekutuan, atau badan hukum yang berada di Indonesia mewakili perusahaan sebagaimana dimaksud yang berkedudukan di luar wilayah Indonesia
- c. Pasal 1 angka 6 UU Ketenagakerjaan, Perusahaan adalah
  - 1) setiap **bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak**, milik perseorangan, milik persekutuan, atau milik badan hukum, baik milik swasta maupun negara yang mempekerjakan pekerja/buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain;
  - 2) usaha-usaha sosial dan usaha-usaha lain yang mempunyai pengurus dan mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.

Berdasarkan penelusuran penulis terhadap hukum positif Indonesia yang mengatur mengenai konsep pemberi kerja dan perusahaan, dalam hal ini ditemukan bahwa terdapat pula konsep pemberi kerja dan perusahaan pada perundang-undangan lainnya selain yang tercantum pada UU Ketenagakerjaan. Sementara itu konsep pengusaha secara yuridis hanya ditemukan dalam UU Ketenagakerjaan saja. Untuk itu dilakukan interpretasi sistematis terhadap konsep pemberi kerja (Pasal 1 angka 4 UU Ketenagakerjaan) dan perusahaan (Pasal 1 angka 6 UU Ketenagakerjaan) dengan menghubungkan Pasal 1 huruf b UU No. 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (selanjutnya disebut UUWDP) dan Pasal 1 angka

1 UU No. 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan (selanjutnya disebut UUDP) untuk konsep perusahaan. Sementara itu untuk konsep pemberi kerja dihubungkan dengan ketentuan Pasal 1 angka 9 UU No. 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (selanjutnya disebut UUBPJS).

Tujuan daripada melakukan penelusuran terhadap konsep pemberi kerja dan perusahaan adalah untuk menemukan kesamaan makna dan kejelasan makna dari konsep tersebut secara utuh dan tidak terpisah-pisah dengan menghubungkan dengan perundang-undangan lain. Interpretasi sistematis sejalan dengan teori mengenai sistem hukum yang dikemukakan oleh Sudikno Mertokusomo bahwa hukum bukanlah sekedar kumpulan peraturan-peraturan yang masing-masing berdiri sendiri melainkan suatu peraturan hukum adalah karena hubungannya yang sistematis dengan peraturan hukum lainnya<sup>8</sup>. Hal tersebut berarti bahwa peraturan perundang-undangan satu dengan lainnya merupakan satu kesatuan utuh dan saling berkaitan erat. Sebagai berikut dijabarkan lebih lanjut mengenai konsep pemberi kerja dan perusahaan menurut peraturan yang lainnya:

- a. Pasal 1 angka 9 UUBPJS, Pemberi kerja adalah orang perserorangan, pengusaha, badan hukum, atau badan lainnya yang memperkerjakan tenaga kerja atau **penyelenggara negara yang memperkerjakan pegawai negeri** dengan membayar gaji, upah, atau imbalan dalam bentuk lainnya.
- b. Pasal 1 huruf b UUDP, Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan **setiap jenis usaha** yang bersifat tetap dan terus menerus yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.
- c. Pasal 1 angka 1 UUDP, Setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan

---

<sup>8</sup> Soedikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta: PT. Liberty, 2014, hlm. 56.

atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang perseorangan maupun badan usaha yang **berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum**, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia

Konsep pemberi kerja secara yuridis mengalami perluasan makna yang ditafsirkan oleh pembuat undang-undang. Hal tersebut ditunjukkan setelah diundangkannya UUBPJS (*vide* Pasal 1 angka 9 UUBPJS) dengan memperhatikan frasa “**penyelenggara negara yang memperkerjakan pegawai negeri**”. Artinya pemberi kerja tidak hanya terpaku saja pada pihak-pihak yang disebut dalam UU Ketenagakerjaan saja yang mana dalam praktik dilapangan pemberi kerja yang dimaksud adalah sebuah perusahaan (baik berbadan hukum maupun bukan berbadan hukum) dengan kata lain negara melalui kementerian, badan, dan instansi-instansi baik di pusat maupun daerah yang mempekerjakan seseorang dengan status pegawai negeri oleh UUBPJS dimaknai sebagai pemberi kerja. Sementara itu untuk konsep perusahaan setelah dilakukan interpretasi sistematis (Pasal 1 angka 6 UU Ketenagakerjaan *jo.* Pasal 1 huruf b UUWDP *jo.* Pasal 1 angka 1 UUDP) dimaknai sebagai suatu badan baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum sebagaimana yang **menjalankan segala jenis usaha** yang mana memperkerjakan pekerja dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia. Kalimat “**segala jenis usaha**” oleh penulis dimaknai sebagai salah satu jenis usaha yang dimaksud dalam penulisan artikel ini yakni usaha yang bergerak dibidang jasa pembuatan atau produksi iklan. Demikian berdasarkan hasil penafsiran di atas masing-masing pihak (baik pemeran iklan yang dimaknai sebagai pekerja dan perusahaan periklanan yang dimaknai sebagai pemberi kerja atau perusahaan) merupakan para pihak yang dimaksud dalam UU Ketenagakerjaan yang mempunyai hubungan kerja.

Terdapat konsep mengenai hubungan kerja baik dari segi yuridis maupun teori atau doktrin (pandangan ahli) yang menjadi rujukan dalam

hukum ketenagakerjaan. Secara yuridis merujuk pada ketentuan Pasal 1 angka 15 UU Ketenagakerjaan menegaskan bahwa, “hubungan kerja adalah hubungan antara pengusaha dengan pekerja/buruh berdasarkan perjanjian kerja, yang mempunyai unsur pekerjaan, upah, dan perintah. Konsep hubungan kerja ditegaskan kembali timbul karena adanya perjanjian kerja dengan merujuk pada ketentuan Pasal 51 UU Ketenagakerjaan disebutkan bahwa, “Hubungan kerja terjadi karena “Hubungan kerja terjadi karena adanya perjanjian kerja antara pengusaha dan pekerja/buruh”. Pasal 51 UU Ketenagakerjaan menurut penulis merupakan sebuah norma yang mempertegas kedudukan timbulnya hubungan kerja. Beberapa ahli hukum perburuhan berpendapat mengenai konsep hubungan kerja, antara lain Soepomo yang pendapatnya dikutip oleh Abdul Khakim mengatakan bahwa, “hubungan kerja ialah suatu hubungan antara seorang pekerja dengan sebuah perusahaan atau seorang majikan yang mana hubungan tersebut timbul setelah adanya perjanjian kerja antara kedua pihak tersebut. Kedua pihak tersebut terikat dalam suatu perjanjian, dimana pekerja bersedia bekerja dengan menerima upah dan perusahaan memperkerjakan pekerja dengan memberi upah”.<sup>9</sup> Sementara itu ahli hukum lainnya yang juga mengemukakan pendapat terkait konsep hubungan kerja yakni, Lalu Husni yang menyatakan, “hubungan kerja merupakan bentuk hubungan hukum yang timbul atau tercipta setelah adanya perjanjian kerja antara pekerja dengan perusahaan”.<sup>10</sup> Adapun pandangan mengenai Kaidah Hukum Otonom yang berkaitan dengan hubungan kerja, yang dimaksud Kaidah Hukum Otonom adalah ketentuan hukum dalam bidang ketenagakerjaan yang dibuat oleh para pihak yang terlibat dalam suatu hubungan kerja, misalnya hubungan antara pengusaha/perusahaan dengan

---

<sup>9</sup> Abdul Khakim, *Aspek Hukum Perjanjian Kerja, Peraturan Perusahaan, Dan Perjanjian Kerja Bersama (PKB)*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2017, hlm. 31.

<sup>10</sup> Lalu Husni, *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan Edisi Revisi*, Jakarta: PT. Rajawali Press, 2014, hlm. 123.

pekerja/karyawannya.<sup>11</sup> Sejalan dengan pendapat tersebut, FX Djumaidji mengemukakan menyatakan bahwa pemberi kerja dengan pekerja memiliki hubungan keperdataan sebagaimana diartikan bahwa kedua pihak tersebut sama-sama mempunyai kedudukan perdata. Di sisi lain kedua pihak tersebut juga terikat oleh suatu hukum otonom yakni ketentuan dimana dibuat oleh perusahaan dan karyawannya.<sup>12</sup>

Secara yuridis maupun teoritik menurut pandangan ahli hukum perburuhan, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan kerja adalah suatu hubungan hukum yang secara khusus timbul antara pemberi kerja dengan pekerja akibat diadakannya perjanjian kerja. Berkaitan hubungan yang timbul antara perusahaan periklanan dengan orang sebagai pemeran iklan yang terlibat dalam produksi iklan maka hubungan yang terjadi diantara kedua pihak tersebut apakah dikategorikan sebagai hubungan kerja atau tidak. Untuk menjawab isu hukum tersebut penulis mengkonstruksi hubungan kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan yang didasarkan unsur-unsur hubungan kerja (*vide* Pasal 1 angka 15 UU Ketenagakerjaan yang dikombinasi dengan teori unsur-unsur hubungan kerja menurut pandangan ahli hukum perburuhan).

Dikarenakan terpenuhinya unsur hubungan kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan, maka agar lebih mempertegas kedudukan hubungan kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran diuraikan dan dikonstruksikan secara detail sebagai berikut:

a. Unsur Pekerjaan

Suatu hubungan kerja haruslah ada pekerjaan yang diperjanjikan sebagai objek perjanjian kerja, pekerjaan tersebut dan haruslah dilakukan sendiri oleh pekerja. Sifat pekerjaan yang dilakukan oleh

---

<sup>11</sup> Susilo Andi Dharma, "Kedudukan Hubungan Kerja: Berdasarkan Sudut Pandang Ilmu Kaidah Hukum Ketenagakerjaan Dan Sifat Hukum Publik Dan Privat", *Jurnal Mimbar Hukum*, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada Volume 29 No. 2, 2017, hlm. 221–34.

<sup>12</sup> Djumiadji, FX, *Perjanjian Kerja*, Jakarta: PT. Sinar Grafika, 2005, hlm. 42.

pekerja itu sangat pribadi dikarenakan berkaitan dengan ketrampilan/keahliannya.<sup>13</sup>

Korelasinya ketrampilan atau keahlian dikaitkan dengan orang yang bekerja sebagai pemeran iklan diartikan secara pribadi dari orang tersebut dibutuhkan mempunyai talenta atau ketrampilan/keahlian melakukan adegan *acting* atau peragaan adegan untuk mempromosikan suatu produk. Secara yuridis unsur ini merupakan salah satu syarat keabsahan perjanjian kerja yang diatur dalam Pasal 52 ayat (1) huruf d UU Ketenagakerjaan yang mengadopsi Pasal 1320 KUHPerdara, unsur pekerjaan sebagai syarat obyektif dari perjanjian kerja sehingga objek perjanjian kerja harus jelas, pekerjaan yang dilakukan tidak boleh bertentangan dengan perundang-undangan, ketertiban umum, dan kesusilaan. Jika syarat obyektif dari suatu perjanjian kerja tidak terpenuhi maka perjanjian kerja batal demi hukum.<sup>14</sup>

Berkaitan objek perjanjian kerja yang dibuat antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan sepanjang proses produksi iklan memperhatikan etika periklanan serta tidak melanggar atau bertentangan ketentuan perundang-undangan yang berlaku mengenai iklan, kesusilaan, dan ketertiban umum, maka pekerjaan sebagai pemeran iklan diperbolehkan menurut UU Ketenagakerjaan. Perlu kiranya perusahaan periklanan dan pemeran iklan memperhatikan hal-hal yang tidak diperbolehkan dalam suatu iklan menurut ketentuan perundang-undangan. Demikian terpenuhinya unsur pekerjaan sebagaimana yang dimaksud adalah pekerjaan sebagai pemeran iklan sepanjang tidak melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku, ketertiban umum, dan kesusilaan.

b. Unsur Upah

Upah memegang peranan penting dalam hubungan kerja (perjanjian kerja), bahkan dapat dikatakan bahwa tujuan utama orang

---

<sup>13</sup> Lalu Husni, 2014, *Op.Cit*, hlm. 57.

<sup>14</sup> Abdul Khakim, 2017, *Op.Cit*, hlm 78.

yang bekerja pada perusahaan (pemberi kerja) adalah untuk mendapatkan upah guna memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Jika tidak ada unsur upah, maka suatu hubungan tersebut bukan dikategorikan sebagai hubungan kerja.<sup>15</sup> Konsep upah secara normatif diatur dalam Pasal 1 angka 30 UU Ketenagakerjaan,

“Upah adalah hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan, termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan.”

Memperhatikan frasa kalimat “suatu pekerjaan dan/atau jasa yang telah atau akan dilakukan” pada ketentuan Pasal 1 angka 30 UU Ketenagakerjaan secara gramatikal upah dimaknai sebagai pemberian timbal balik atas diselesaikannya suatu pekerjaan, termasuk pekerjaan sebagai pemeran iklan. Unsur upah yang dimaksud dalam pekerjaan sebagai pemeran iklan terpenuhi secara yuridis.

c. Unsur Perintah

Manifestasi dari pekerjaan yang diberikan kepada pekerja oleh pemberi kerja (perusahaan) adalah pekerja yang bersangkutan harus tunduk pada perintah perusahaan untuk melakukan pekerjaan yang telah diperjanjikan sebelumnya.<sup>16</sup> Dalam hal inilah yang menjadi letak perbedaan hubungan kerja dengan hubungan hukum lainnya di samping itu juga di sinilah letak strategi posisi pemberi kerja (perusahaan) karena memiliki *bargaining position* yang cukup kuat daripada pekerja.

Pemberi kerja (perusahaan) mempunyai hak prerogatif perusahaan. Hak prerogatif tersebut berupa hak untuk melakukan perintah kepada pekerja sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan sehingga pekerja mengikatkan diri pada perusahaan untuk bekerja di bawah perintah perusahaan tempat pekerja tersebut bekerja.<sup>17</sup> Adapun hak

---

<sup>15</sup> Lalu Husni, 2014, *Op.Cit*, hlm. 58-59.

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm. 61.

<sup>17</sup> Abdul Khakim, 2017, *Op. Cit* hlm 112.

prerogatif perusahaan tersebut dikenal dengan istilah “hubungan diperatas (*dientsverhoeding*)” yang diartikan oleh Subekti sebagai suatu hubungan dimana satu pihak (perusahaan) berhak memberikan perintah yang harus ditaati oleh pihak lainnya (pekerja).<sup>18</sup> Hak prerogatif perusahaan tersebut secara *a contrario* merupakan kewajiban bagi pekerja untuk harus bersedia bekerja dengan melaksanakan pekerjaan dibawah perintah perusahaan.

Abdul Rahmad Budiono dalam artikelnya telah menafsirkan unsur “perintah” sebagai salah satu unsur hubungan kerja berdasarkan UU Ketenagakerjaan yang bermakna pernyataan lisan atau tulisan secara langsung maupun tidak langsung, perusahaan terhadap pekerja dengan unsur (1) perintah tersebut perintah untuk melakukan pekerjaan, (2) perintah tersebut dalam ruang lingkup hubungan kerja, dan (3) perintah tersebut dilakukan dalam kekuasaan atau kewenangan.<sup>19</sup>

Berdasarkan pendapat Abdul Rahmad Budiono mengenai unsur nomor (3), penulis mengartikan perintah tersebut dilakukan oleh seorang yang mempunyai kedudukan berupa kekuasaan atau kewenangan dalam perusahaan tersebut. Artinya setelah dicermati maka dalam sebuah perusahaan, misalnya perusahaan tersebut berbentuk badan hukum (Perseroan Terbatas/PT) terdapat tiga organ yakni Direksi, Komisaris, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) (*vide* Pasal 1 angka 2 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, selanjutnya disebut UU PT). Maka dari itu, organ dari sebuah PT yang berfungsi dan bertugas menjalankan dan menggerakkan suatu PT adalah organ direksi. Secara yuridis hal tersebut diperkuat dan ditegaskan dalam ketentuan Pasal 1 angka 5 UU PT yang menyatakan bahwa:

---

<sup>18</sup> Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 32.

<sup>19</sup> Abdul Rachmad Budiono, “Makna ‘Perintah’ Sebagai Salah Satu Unsur Hubungan Kerja Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan”, *Jurnal Arena Hukum* Volume 6 No. 2, 2012, hlm. 137–147.



“Direksi adalah Organ Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai maksud dan tujuan perseroan serta mewakili Perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.”

Berdasarkan pengertian sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 1 angka 5 UUPA tersebut, demikian pihak yang dimaksud yang mempunyai kekuasaan atau kewenangan untuk memberikan perintah terhadap pekerja atau karyawan yang bekerja pada PT tersebut adalah direksi.

Berkaitan dengan unsur perintah, maka perusahaan periklanan mempunyai kewenangan atau kekuasaan penuh untuk memberikan perintah berupa arahan kepada pemeran iklan untuk melakukan adegan peragaan atau *acting* secara komunikatif yang tujuannya untuk melakukan suatu promosi terhadap suatu produk yang diiklankan. Untuk itu orang yang menjadi pemeran iklan pun juga harus tunduk dan bersedia terhadap perintah yang diberikan oleh perusahaan periklanan. Bukti dari adanya perintah yang dimiliki oleh perusahaan periklanan kepada pemeran iklan tertuang dalam perjanjian kerja sehingga terpenuhi unsur perintah sebagaimana dimaksud. Hal ini dapat diartikan pula bahwa perjanjian kerja merupakan salah satu dasar yang menjadi pegangan dari adanya perintah yang diberikan dari perusahaan periklanan kepada pemeran iklan.

Secara lebih lanjut perlu untuk memetakan apasaja pekerjaan atau profesi yang terdapat di Indonesia yang berkorelasi dengan hubungan kerja sebagaimana hal tersebut juga terpenuhi unsur-unsur hubungan kerja yang dimaksud dalam UU Ketenagakerjaan. Tujuannya adalah untuk memberikan aspek perbandingan dengan hubungan kerja yang timbul antara perusahaan periklanan dan pemeran iklan dengan pekerjaan atau profesi lainnya sebagaimana dirangkum dalam tabel berikut:

**Tabel 1.**  
Aspek Perbandingan dengan Pekerjaan/Profesi Lainnya

Profesi dan Para Pihak Berkaitan	Jenis Hubungan	Aspek Pembeda
Pemain Sepak Bola dan Klub Sepak Bola Indonesia	Hubungan Kerja	Terpenuhinya unsur hubungan kerja menurut UU Ketenagakerjaan akan tetapi perjanjian kerja antara pemain sepak bola dengan klub sepak bola Indonesia dibentuk dan disepakati tunduk pada ketentuan <i>lex sportiva</i> yang dibentuk oleh FIFA melainkan bukan UU Ketenagakerjaan. Namun perjanjian kerja tersebut harus memperhatikan ketentuan hukum kontrak/perjanjian dalam KUHPerdara. KUHPerdara masih diperhatikan eksistensinya sebagai hukum positif Indonesia dalam menyusun dan merancang suatu kontrak (Hatami, 2019).
Dosen Perguruan Tinggi Swasta (Dosen PTS) dan Badan Penyelenggara Perguruan Tinggi Swasta (BPPTS)	Hubungan Hukum dan Hubungan Kerja	Hubungan hukum dalam konteks yang dimaksud adalah hubungan kerja yang timbul tidak dapat dinafikkan antara dosen PTS dengan BPPTS dikarenakan pula terpenuhinya unsur hubungan kerja menurut UU Ketenagakerjaan. Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya Putusan Pengadilan Hubungan Industrial pada Pengadilan Negeri Surabaya No. 14/G/2013/PHI.Sby yang memuat mengenai perselisihan antara Dwi Widi dan Moch. Anang Firmansyah melawan

		<p>Yayasan Perguruan Tinggi Merdeka yang notabene mempertegas bahwasannya penyelesaian perselisihan yang terjadi sebagai akibat terdapat hubungan hukum dosen PTS dengan BPPTS adalah kompetensi absolut Pengadilan Hubungan Industrial. Keunikan lainnya dalam hubungan hukum yang timbul antara dosen PTS dengan BPPTS berdasarkan perspektif hukum administrasi negara adalah bahwasanya Ketua BPPTS merupakan Pejabat Tata Usaha Negara yang dianggap sebagai badan hukum publik karena melaksanakan sebagian fungsi Pemerintah sebagai penyelenggara pendidikan. Hal tersebut diperkuat dengan adanya putusan Pengadilan Tata Usaha Negara Makassar No. 13/G/2013/PTUN.MKS dalam sengkera antara Abd. Muin Liwa melawan Ketua Yayasan Pendidikan Indonesia Sulawesi Barat dengan objek sengketa Surat Keputusan Yayasan Pendidikan Indonesia Sulawesi Barat tentang Pemberhentian Rektor dan Pejabat Struktural Universitas Sulawesi Barat tanggal 1 Desember 2012 (Huda, 2017).</p>
--	--	---

**Sumber:** Hatami (2019) dan Huda (2017)

Berdasarkan tabel perbandingan diatas, maka penulis berpendapat bahwa terdapat persamaan dan perbedaan pada hubungan

hukum antara perusahaan periklanan dan pemeran iklan terhadap hubungan hukum antara pemain sepak bola dengan klub sepak bola Indonesia dan hubungan hukum antara dosen PTS dengan BPPTS. Persamaannya terletak pada karakteristik hubungan hukum yakni hubungan kerja yang timbul dengan adanya perjanjian kerja dengan didasarkan unsur hubungan kerja (*vide* Pasal 1 angka 15 UU Ketenagakerjaan). Sementara itu untuk perbedaannya, untuk hubungan hukum antara pemain sepak bola dengan klub sepak bola Indonesia meskipun terikat perjanjian kerja namun perjanjian tersebut tunduk pada ketentuan *Lex Sportiva* yang dibuat dan dibentuk oleh FIFA melainkan bukan UU Ketenagakerjaan. Sedangkan dalam hubungan hukum yang timbul antara dosen PTS dengan BPPTS yang juga termasuk hubungan kerja namun dalam hal ini terjadi dualisme penyelesaian sengketa apabila terjadi perselisihan antara dosen PTS dengan BPPTS. Maka secara jelas berdasarkan unsur-unsur hubungan kerja menurut UU Ketenagakerjaan, karakteristik hubungan hukum antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan secara yuridis dan pandangan ahli hukum ketenagakerjaan memenuhi kriteria unsur hubungan kerja sehingga tunduk dan patuh pada ketentuan UU Ketenagakerjaan.

## **2. Karakteristik Perjanjian Antara Perusahaan Periklanan dengan Pemeran Iklan Menurut Perundang-Undangan**

Istilah kontrak berasal dari bahasa Inggris, yakni *contract* sedangkan dalam bahasa Belanda disebut dengan istilah *overeenkomst* atau lazimnya dalam hukum Indonesia disebut perjanjian. Berdasarkan ketentuan Pasal 1313 KUHPerdara, perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Herlien Budiono berpendapat bahwa perjanjian merupakan perbuatan hukum yang menimbulkan berubahnya dan hapusnya hak, atau menimbulkan suatu hubungan hukum dan dengan cara demikian dari timbulnya hubungan

hukum timbul akibat hukum yang merupakan tujuan para pihak. Akibat hukum yang dimaksud yakni berupa adanya hak dan pelaksanaan kewajiban pada masing-masing pihak.<sup>20</sup>

Berdasarkan terpenuhinya unsur pekerjaan, unsur upah, dan unsur perintah baik dari segi normatif maupun teori, artinya terdapat hubungan kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan. Kriteria adanya hubungan kerja yakni didasarkan dengan adanya perjanjian kerja (*vide* Pasal 1 angka 15 UU Ketenagakerjaan). Perjanjian Kerja dikonsepsikan secara yuridis melalui formulasi ketentuan Pasal 1 angka 14 UU Ketenagakerjaan yang menjelaskan bahwa perjanjian kerja adalah perjanjian antara pekerja/buruh dengan pengusaha atau pemberi kerja yang memuat syarat-syarat kerja, hak, dan kewajiban para pihak. Beberapa ahli hukum juga berpendapat mengenai definisi perjanjian kerja, misalnya Soepomo yang pendapatnya dikutip oleh Abdul Khakim menjelaskan, perjanjian kerja adalah suatu perjanjian dimana pihak pertama, pekerja, mengikatkan diri untuk bekerja dengan menerima upah pada pihak lainnya, perusahaan, yang mengikatkan diri untuk memperkerjakan orang dengan membayar upah.<sup>21</sup>

Sementara itu Subekti berpendapat bahwa perjanjian kerja adalah perjanjian antara seorang pekerja dan sebuah perusahaan yang ditandai dengan adanya hubungan diperatas, dimana perusahaan memiliki hak untuk memberikan perintah yang harus ditaati dan dikerjakan seorang pekerja.<sup>22</sup>

Perjanjian kerja sebelum secara komprehensif diatur dalam UU Ketenagakerjaan, perjanjian kerja sudah lebih dulu diatur dalam ketentuan Buku Ketiga tentang Perikatan KUHPperdata. Pengaturan yang terlebih dahulu mengenai perjanjian kerja terdapat pada Bab VIIA, Pasal 1601, Pasal 1601a-y, Pasal 1602, Pasal 1602a-y, Pasal 1603, Pasal 1603a-d, dan Pasal 1603e-z KUHPperdata. KUHPperdata merupakan payung hukum mengenai

---

<sup>20</sup> Abdul Rachmad Budiono, "Makna 'Perintah' Sebagai Salah Satu Unsur Hubungan Kerja Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan", *Jurnal Arena Hukum* Volume 6 No. 2, 2012, hlm. 142.

<sup>21</sup> Abdul Khakim, *Aspek Hukum Perjanjian Kerja, Peraturan Perusahaan, Dan Perjanjian Kerja Bersama (PKB)*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2017, hlm. 14.

<sup>22</sup> Subekti, 2014, *Op.Cit*, hlm. 47.

hukum kontrak/perjanjian yang mana didalamnya memuat asas-asas dan prinsip-prinsip pada umumnya mengenai kontrak/perjanjian sebagaimana mestinya.

Salim H.S mengatakan bahwa perjanjian kerja merupakan salah satu dari jenis kontrak/perjanjian *nominaat*.<sup>23</sup> Istilah kontrak/perjanjian *nominaat* adalah terjemahan dari *nominaat contract*. Perjanjian/kontrak *nominaat* sama dengan artinya perjanjian bernama atau dalam bahasa Belandanya dikenal dengan istilah *benoemde*.<sup>24</sup> Kontrak/perjanjian *nominaat* adalah perjanjian yang dikenal dan terdapat dalam ketentuan Pasal 1319 KUHPerdara yang menyatakan bahwa:

“Semua perjanjian, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun yang tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan-peraturan umum, yang termuat didalam bab ini dan bab yang lalu.”

Artinya secara umum perjanjian kerja termasuk perjanjian *nominaat* baik dari segi yuridis (*vide* Pasal 1319 *jo.* Pasal 1601 KUHPerdara) maupun pandangan ahli hukum. Berdasarkan perkembangan hukum, perjanjian untuk melakukan suatu pekerjaan (perjanjian kerja) dikaji dan ditelaah secara mendalam dalam hukum ketenagakerjaan/perburuhan dalam artian ketentuan hukum positif yang mengakomodir di bidang hukum perburuhan adalah UU Ketenagakerjaan.<sup>25</sup>

Berdasarkan hal tersebut terjadi penyimpangan meskipun perjanjian kerja merupakan salah satu perjanjian *nominaat* dalam KUHPerdara. Bentuk penyimpangan tersebut dengan menerapkan asas *lex specialis derogate legi generalis* yang berarti ketentuan hukum yang khusus mengesampingkan ketentuan hukum yang umum, dalam UU Ketenagakerjaan maupun KUHPerdara sama-sama mengatur ketentuan-ketentuan mengenai perjanjian kerja. Akan tetapi UU Ketenagakerjaan lebih

---

<sup>23</sup> Hairus S. Salim, dkk, *Perancangan Kontrak Dan Memorandum of Understanding (MoU)*, Jakarta: PT. Sinar Grafika, 2017, hlm. 121.

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm. 123.

<sup>25</sup> *Ibid*, hlm. 125.

spesifik dan detail mengatur mengenai perjanjian kerja daripada KUHPerdara yang hanya mengatur hal-hal umum mengenai perjanjian dan perjanjian kerja. Demikian UU Ketenagakerjaan mengesampingkan KUHPerdara dengan catatan tetap memperhatikan ketentuan-ketentuan umum di bidang hukum perjanjian yang diatur dalam KUHPerdara.

Pembuatan perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan pada dasarnya dapat dibuat secara tertulis atau lisan. Apabila perjanjian kerja antara kedua pihak dibuat secara tertulis maka dalam pelaksanaannya harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Landasan yuridis pembuatan perjanjian kerja tersebut dengan mengacu ketentuan Pasal 51 UU Ketenagakerjaan:

- a. Perjanjian kerja dibuat secara tertulis atau lisan.
- b. Perjanjian kerja yang dipersyaratkan secara tertulis dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku”

Mariam Darus Badruzaman mengatakan bahwa pada umumnya bentuk perjanjian tidak terikat pada suatu bentuk tertentu, artinya perjanjian dapat dibuat secara lisan maupun tertulis.<sup>26</sup> Alangkah baiknya lagi perjanjian kerja tersebut disarankan berbentuk tertulis karena apabila terjadi suatu perselisihan atau sengketa pada suatu hari, perjanjian tersebut digunakan sebagai alat bukti dalam pembuktian. Baik secara yuridis maupun teori, perusahaan periklanan dan pemeran iklan diberikan kebebasan dan ketidakterikatan dalam menentukan bentuk perjanjian kerja, akan tetapi apabila kedua pihak tersebut sepakat untuk membuat perjanjian kerja secara tertulis maka harus memperhatikan ketentuan pembuatan perjanjian kerja secara tertulis berdasarkan UU Ketenagakerjaan (*vide* Pasal 51 ayat (2) UU Ketenagakerjaan).

Suatu perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan tentunya sama dengan syarat perjanjian pada umumnya sebagaimana harus dibuat dengan memenuhi syarat sahnya perjanjian (*vide* Pasal 1320

---

<sup>26</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Hukum Periklanan Dalam KUH Perdata Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin Serta Penjelasan*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2015, hlm. 54.

KUHPerdata *jo.* Pasal 52 ayat (1) UU Ketenagakerjaan) sebagaimana berikut termaktub dalam ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata *jo.* Pasal 52 ayat (1) UU Ketenagakerjaan dengan menerapkan asas *lex specialis derogate legi generalis*:

“Perjanjian kerja dibuat atas dasar:

- a. Kesepakatan kedua belah pihak;
- b. Kemampuan atau kecakapan melakukan perbuatan hukum;
- c. Adanya pekerjaan yang diperjanjian; dan
- d. Pekerjaan yang diperjanjikan tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

Abdul Khakim menyatakan bahwa disamping juga harus memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian kerja, perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan juga harus memenuhi syarat materiil dan syarat formil. Syarat materiil adalah syarat-syarat terkait materi atau substansi yang harus dipenuhi dalam suatu perjanjian kerja (*vide* Pasal 52 ayat (1) UU Ketenagakerjaan). Sedangkan syarat formil adalah syarat-syarat mengenai bentuk atau format yang harus dipenuhi dalam suatu perjanjian kerja.<sup>27</sup>

Terkait syarat formil dalam suatu perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan secara lebih lanjut diatur dalam ketentuan Pasal 53, Pasal 54 ayat (1), Pasal 55 dan Pasal 57 ayat (1) UU Ketenagakerjaan dengan pengaturan sebagaimana berikut:

1. Pasal 53 ayat (1) UU Ketenagakerjaan

“Segala hal dan/atau biaya yang diperlukan bagi pelaksanaan pembuatan perjanjian kerja dilaksanakan oleh dan menjadi tanggung jawab pengusaha.”

2. Pasal 54 ayat (1) UU Ketenagakerjaan

“Perjanjian kerja yang dibuat secara tertulis sekurang-kurangnya memuat:

- a. Nama, alamat perusahaan, jenis usaha;
- b. Nama, jenis kelamin, umur, dan alamat pekerja/buruh;
- c. Jabatan atau jenis pekerjaan;
- d. Tempat pekerjaan;

---

<sup>27</sup> Abdul Khakim, 2017, *Op.Cit*, hlm. 141.



- e. Besarnya upah dan cara pembayarannya;
- f. Syarat-syarat kerja yang memuat hak dan kewajiban pengusaha dan pekerja/buruh;
- g. Mulai dan jangka waktu berlakunya perjanjian kerja;
- h. Tempat dan tanggal perjanjian kerja dibuat; dan
- i. Tanda tangan para pihak dalam perjanjian kerja.”

3. Pasal 55 UU Ketenagakerjaan

“Perjanjian kerja tidak dapat ditarik kemabalidan/atau diubah, kecuali atas persetujuan para pihak.”

4. Pasal 57 ayat (1) UU Ketenagakerjaan

“Perjanjian Kerja untuk waktu tertentu dibuat secara tertulis serta harus menggunakan bahasa Indonesia dan huruf Latin.”

Berdasarkan formulasi Pasal 1 angka 1 Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No. KEP.100/MEN/VI/2004 tentang Ketentuan Pelaksanaan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu mendefinisikan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT) (selanjutnya disebut Kepnakertrans KPPKWT) adalah perjanjian kerja antara pekerja/buruh dengan pengusaha untuk mengadakan hubungan kerja dalam waktu tertentu atau untuk pekerjaan tertentu. Abdul Khakim berpendapat bahwa PKWT adalah perjanjian antara pekerja/karyawan dengan perusahaan yang hanya dibuat untuk pekerjaan tertentu yang menurut jenis atau sifat kegiatan pekerjaannya akan selesai dalam waktu tertentu.<sup>28</sup>

Penulis memaknai pekerjaan tertentu tersebut termasuk pekerjaan sebagai pemeran iklan dengan penyelesaian pekerjaan sebagai pemeran iklan dengan waktu tertentu, yakni 7 (tujuh) hari sampai dengan 30 (tiga puluh) hari atau tergantung kesepakatan antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan dalam rangka kegiatan produksi pembuatan iklan tersebut. Ketentuan Pasal 59 ayat (1) UU Ketenagakerjaan mengatur mengenai unsur sebagai kategori perjanjian kerja untuk waktu tertentu yang menyatakan bahwa:

---

<sup>28</sup> Abdul Khakim, 2017, *Op.Cit*, hlm. 143.

“Perjanjian kerja untuk waktu tertentu hanya dapat dibuat untuk pekerjaan tertentu yang menurut jenis dan sifat atau kegiatan pekerjaannya akan selesai dalam waktu tertentu, yaitu:

- a. Pekerjaan yang sekali selesai atau yang sementara sifatnya;
- b. Pekerjaan yang diperkirakan penyelesaiannya dalam waktu yang tidak terlalu lama dan paling lama 3 (tiga) tahun;
- c. Pekerjaan yang bersifat musiman; atau
- d. Pekerjaan yang berhubungan dengan produk baru, kegiatan baru, atau produk tambahan yang masih dalam percobaan.”

Pemeran iklan dalam melaksanakan pekerjaannya dilakukan dengan dasar perintah oleh perusahaan periklanan untuk melakukan peragaan dan adegan promosi suatu produk yang mana hal tersebut telah disepakati diantara kedua pihak tersebut dan dituangkan dalam perjanjian kerja. Perjanjian kerja antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan apabila dicermati dan diuraikan secara rigid berdasarkan format yang ada maka unsur-unsur dikatakan sebagai PKWT terpenuhi sebagaimana termaktub dalam Pasal 59 ayat (1) UU Ketenagakerjaan dengan juga dilakukan interpretasi sistematis terhadap ketentuan-ketentuan yang ada dalam Kepnakertrans KPPKWT dan dilakukan interpretasi gramatikal yakni sebagai berikut:

- a. Pekerjaan yang sekali selesai atau yang sementara sifatnya: pekerjaan sebagai pemeran iklan adalah bersifat sementara dan sifatnya sekali selesai secara sistematis dengan mengacu ketentuan Pasal 3 ayat (1) Kepnakertrans KPPKWT yang berbunyi, “PKWT untuk pekerjaan yang sekali selesai atau sementara sifatnya adalah PKWT yang didasarkan atas selesainya **pekerjaan tertentu**.” Penulis mencoba memaknai frasa “pekerjaan tertentu” dengan interpretasi gramatikal dengan memaknainya “**pekerjaan tertentu**” tersebut merupakan pekerjaan sebagai pemeran iklan karena butuh keahlian dalam bidang *acting* untuk memperagakan adegan promosi mengenai produk yang diiklankan;
- b. Pekerjaan yang diperkirakan penyelesaiannya dalam waktu yang tidak terlalu lama dan paling lama 3 (tiga) tahun: perkiraan penyelesaian

- pekerjaan mengenai produksi atau pembuatan iklan diperkirakan selesai hanya dalam 7 (tujuh) hari sampai dengan 30 (tiga puluh) hari. Artinya secara gramatikal waktu penyelesaian pekerjaan tersebut adalah kurang dari 3 (tiga) tahun atau setara dengan 1.095 (seribu sembilan puluh lima) hari;
- c. Pekerjaan yang bersifat musiman: orang yang bekerja sebagai pemeran iklan hanya bekerja jika ada tawaran/ajakan dari perusahaan periklanan apabila ada pesanan iklan dari pelaku usaha pemilik produk untuk dibuat iklan dan membutuhkan tenaga seseorang untuk menjadi sebagai pemeran iklan, artinya pekerjaan tersebut adalah pekerjaan bersifat musiman. Hal tersebut merupakan hasil interpretasi sistematis terhadap ketentuan Pasal 59 ayat (1) huruf c UU Ketenagakerjaan dengan Pasal 5 ayat (1) Kepnakertrans KPPKWT yang menyatakan, "pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan untuk memenuhi pesanan atau target tertentu dapat dilakukan dengan PKWT sebagai pekerjaan musiman;
  - d. Pekerjaan yang berhubungan dengan produk baru, kegiatan baru, atau produk tambahan yang masih dalam percobaan: secara gramatikal dengan menafsirkan kalimat "Pekerjaan yang berhubungan dengan kegiatan baru" penulis memaknainya orang yang dipilih oleh perusahaan periklanan adalah orang baru saja melakukan kegiatan baru, yakni kegiatan baru tersebut berupa melakukan adegan promosi suatu produk sehingga orang tersebut sebelumnya belum pernah sekalipun bekerja atau menjadi sebagai pemeran iklan.

#### D. PENUTUP

Konstruksi hukum mengenai hubungan antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan merupakan konstruksi hubungan kerja berdasarkan ketentuan yang diatur dalam UU Ketenagakerjaan. Konstruksi hubungan kerja tersebut timbul dengan terpenuhinya unsur-unsur hubungan kerja baik secara yuridis (*vide* Pasal 1 angka 15 UU Ketenagakerjaan) maupun teori antara perusahaan periklanan dengan

pemeran iklan. Unsur-unsur yang dimaksud adalah unsur pekerjaan, unsur upah, dan unsur perintah. Ketiga unsur tersebut berlaku secara kumulatif hal tersebut dibuktikan adanya kata “dan” pada Pasal 1 angka 5 UU Ketenagakerjaan. Karakteristik perjanjian antara perusahaan periklanan dengan pemeran merupakan perjanjian kerja. Terlebih jenis perjanjian kerja adalah berdasarkan jangka waktu, lebih tepatnya jenis perjanjian kerja tersebut yakni perjanjian kerja waktu tertentu atau lazimnya disebut PKWT sebagaimana terpenuhi unsur perjanjian kerja waktu tertentu dalam ketentuan Pasal 59 ayat (1) UU Ketenagakerjaan. PKWT antara perusahaan periklanan dengan pemeran iklan terjadi dan ada karena terdapat pesenan iklan dari pelaku usaha pemilik produk untuk membuat iklan yang menarik dengan melibatkan pemeran iklan.

Perusahaan periklanan dan pemeran iklan dalam menyusun dan merancang perjanjian kerja diharapkan agar tetap memperhatikan ketentuan perundang-undangan yang berlaku agar nantinya perjanjian kerja tersebut baik dari segi materiil dan formil sesuai dengan koridor hukum yang berlaku. Penyusunan perjanjian kerja diharapkan pula juga memperhatikan ketentuan-ketentuan umum mengenai perjanjian dalam Buku III KUHPerdara, karena asas-asas dan prinsip-prinsip umum suatu perjanjian masih digunakan baik dalam bidang akademis maupun praktis.

**DAFTAR PUSTAKA****Buku**

- Badruzaman, Mariam Darius. *Hukum Perikatan Dalam KUH Perdata Buku Ketiga Yurisprudensi, Doktrin Serta Penjelasan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2015
- Budiono, Herlien. *Ajaran Umum Hukum Perjanjian Dan Penerapannya Di Bidang Kenotariaatan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014
- Dewan Periklanan Republik Indonesia. *Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2014*, Jakarta: Dewan Periklanan Negara Republik Indonesia, 2014.
- FX, Djumiadji. *Perjanjian Kerja*. Jakarta: PT. Sinar Grafika, 2015
- Khakim, Abdul. *Dasar-Dasar Hukum Ketenagakerjaan Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014
- Hairus S, Salim. *Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: PT. Sinar Grafika, 2015
- Hairus S, Salim, dkk. *Perancangan Kontrak Dan Memorandum of Understanding (MoU)*. Jakarta: PT. Sinar Grafika, 2017
- Husni, Lalu. *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Rajawali Press, 2014
- Khakim, Abdul. *Aspek Hukum Perjanjian Kerja, Peraturan Perusahaan, Dan Perjanjian Kerja Bersama (PKB)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2017
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Kencana, 2017
- Mertokusumo, Soedikno. *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*. Yogyakarta: PT. Liberty, 2009

**Artikel Jurnal**

- Budiono, Abdul Rachmad. "Makna 'Perintah' Sebagai Salah Satu Unsur Hubungan Kerja Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan", *Jurnal Arena Hukum* Volume 6 No. 2, 2012
- Dharma, Susilo Andi. "Kedudukan Hubungan Kerja: Berdasarkan Sudut Pandang Ilmu Kaidah Hukum Ketenagakerjaan Dan Sifat Hukum Publik Dan Privat", *Jurnal Mimbar Hukum, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* Volume 29 No. 2, 2017
- Hatami, Raka Fauzan. "Perjanjian Kerja Antara Pemain Sepak Bola dan Klub Sepak Bola Indonesia Dengan Lex Sportiva dan Undang-Undang Ketenagakerjaan", *Jurnal Wawasan Yuridika* Volume 3 No. 1, 2019
- Huda, Miftakhul. "Keadilan Dalam Hubungan Hukum Antara Dosen Perguruan Tinggi Swasta Dengan Badan Penyelenggara Perguruan Tinggi", *Jurnal Hukum Yuridika, Fakultas Hukum Universitas Airlangga* Volume 32 No. 3, 2017

**Skripsi/Thesis**

Radhyca Nanda Pratama, *Kajian Yuridis Tentang Eksploitasi Anak Sebagai Pemeran Iklan Dalam Siaran Iklan Niaga*, Skripsi Universitas Negeri Surabaya, 2020.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 76 Tahun 2013 tentang Iklan Alat Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga.

Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia No. KEP.100/MEN/VI/2004 tentang Ketentuan Pelaksanaan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu.