



KOMISI
PENYIARAN
INDONESIA
Lembaga
Negara
Independen

PEDOMAN

PENGAWASAN PENYIARAN
PEMILIHAN UMUM
TAHUN **2024**



**PEDOMAN PENGAWASAN
PENYIARAN
PEMILIHAN UMUM
TAHUN 2024**

KOMISI PENYIARAN INDONESIA
Lembaga Negara Independen

ADA KELUHAN

SIARAN TELEVISI & RADIO ?

SAMPAIKAN ADUAN KE KOMISI PENYIARAN INDONESIA MELALUI:

Website : kpi.go.id
Website/Aplikasi : SPAN-LAPORI

LAPORI!

pengaduan@kpi.go.id
@kpi pusat
@KPI_Pusat
@KPI_Pusat
081213070000

Persuratan/Tatap Muka:
Jl. Ir. H. Juanda No 36, Kebon Kelapa, Gambir Jakarta Pusat

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta sebagaimana yang telah diatur dan diubah dari UU Nomor 19 tahun 2002, bahwa:

Kutipan Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah)
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,- (empat miliar rupiah)

PEDOMAN PENGAWASAN PENYIARAN PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024



Buku ini diterbitkan oleh:
Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat
Tidak untuk diperjualbelikan

PEDOMAN PENGAWASAN PENYIARAN PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024

Hak Cipta pada © KPI; 148 mm x 210 mm, xiv + 182 halaman
Publikasi Pertama September 2023

Penanggung Jawab:

Ubaidillah

Pengarah :

Mohamad Reza

Aliyah

Tulus Santoso

Muhammad Hasrul Hasan

I Made Sunarsa

Mimah Susanti

Evri Rizqi Monarshi

Amin Shabana

Penulis:

Anang Fajar Sidik

Fahrudin Agus Prawira

Franditya Utomo

Muhammad Adnan Maghribbi Sairil Ashar

Yayan Hidayat

Editor:

Aliyah

Anang Fajar Sidik

Desain Cover:

Alifianti

Sekretariat:

Umri

Layout:

M. Iman Tabri



Diterbitkan oleh:

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat

Jl. Ir. H. Juanda No. 36 Jakarta Pusat 10120 Telp. 021-22346444.

SAMBUTAN KETUA KPI PUSAT

Guru Besar Universitas Cambridge, Inggris, Lord Acton (1833 – 1902) mendedah kelindan kekuasaan dan korupsi. Menurutny, keduanya beririsan dan saling mengiringi. Kekuasaan cenderung mendorong terjadinya korupsi, begitu juga sebaliknya. Kekuasaan dan korupsi pada akhirnya, ibarat kepingan logam mata uang.

Hingga sekarang adagium itu terkenal luas dan menjadi alarm setiap perjalanan kekuasaan, apapun bentuk sistem tata negara sebuah bangsa: *power tends to corrupt, and absolute power corrupt absolutely*.

Atas dasar tersebut, setiap kekuasaan membutuhkan kontrol. Keterbukaan untuk melakukan koreksi, memberikan saran, debat yang sehat sampai kritik konstruktif diperlukan untuk menciptakan ruang demokrasi yang sehat. Dan disinilah peran penting lembaga penyiaran, seperti televisi dan radio.

Televisi dan radio menjadi media yang mengakomodir perdebatan publik tentang kekuasaan. Televisi dan radio menyediakan ruang lapang untuk terjadinya perdebatan yang bernas. Tidak hanya bagi yang menolak, tetapi juga bagi yang mendukung sebuah kebijakan publik.

Maka dalam perjalanannya, televisi dan radio berperan tidak hanya sebagai penunggang kontrol atas kekuasaan, tetapi juga

menjadi pintu pengelolaan informasi agar koheren dan berangkat dari kebenaran obyektif.

Dalam sistem demokrasi sebagaimana dianut oleh Indonesia, tangga kekuasaan – dalam hal ini arena kepemimpinan di level eksekutif dan legislatif – melalui sistem Pemilihan Umum (Pemilu). Pemilu menyediakan ruang untuk para calon pemimpin mengorkestrasi visi dan gagasannya. Visi dan gagasan itu membutuhkan, sekali lagi, bernama televisi dan radio.

Televisi dan radio menjadi bagian penting dalam proses pembangunan demokrasi pada akhirnya. Sebab melalui televisi dan radio inilah, masyarakat bisa memberikan penilaian atas postur visi dan gagasan calon pemimpinnya, lalu menentukan pilihan politiknya.

Pengaturan terhadap jalannya penyelenggaraan Pemilu di televisi dan radio diatur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). KPI menjalankan mandat Undang-Undang Penyiaran dan kesepakatan Gugus Tugas yang terdiri dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), Dewan Pers dan KPI. KPI membuat prosedur rambu-rambu boleh dan tidaknya konten siaran Kepemiluan di televisi dan radio, termasuk juga menyediakan perangkat sanksi apabila terdapat pelanggaran dalam pelaksanaannya.

Atas ilustrasi di atas itulah, buku Pedoman Pengawasan Penyiaran Pemilihan Umum Tahun 2024 menjadi fundamental. Pedoman ini merekam dan merilis rambu-rambu siaran Pemilu di layar kaca dan radio. Buku ini menjadi pedoman bagi pihak terkait untuk menyamakan pemahaman dan implementasinya secara komprehensif. Sehingga berjalannya tahapan penyelenggaraan Pemilu sebagai mekanisme demokrasi dalam transisi kepemimpinan berjalan dengan proporsional, adil, dan tidak memihak, utamanya di lembaga penyiaran.

Ubaidillah

Ketua KPI Pusat

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, Komisi Penyiaran Indonesia dapat menerbitkan Buku Pedoman Pengawasan Penyiaran Pemilu tahun 2024. Buku ini disusun agar dapat dijadikan acuan dalam melaksanakan pengawasan penyiaran pemilu 2024 bagi lembaga penyiaran dan diaplikasikan sebagai *manajemen control* selama proses penyiaran politik yang tayang di televisi dan radio.

Penerbitan Buku Pedoman Pengawasan Penyiaran Pemilihan Umum Tahun 2024 merupakan bagian dari program kerja Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam rangka pengawasan siaran pemilu yang akan dilaksanakan tahun 2024 mendatang. Pemilu sebagai sarana integrasi bangsa harus berjalan *on the track* dan *on the right* sesuai peraturan perundang-undangan.

Peran lembaga penyiaran di tahun pemilu menjadi media yang paling strategis dalam rangka *personal branding*, menaikkan popularitas, elektabilitas dan kredibilitas peserta pemilu. Lembaga penyiaran juga dapat digunakan sebagai sarana kampanye karena dinilai memiliki jangkauan yang luas sehingga memudahkan komunikasi untuk menyampaikan tujuan yang diharapkan.

Buku pedoman ini tidak hanya memuat tata cara teknis dalam melakukan fungsi pengawasan penyiaran pemilihan umum, namun lebih jauh dan konkrit adalah untuk mendorong KPI maupun KPI Daerah dalam mewujudkan pengawasan pemilu yang inklusif, adil dan

demokratis. Jangan sampai frekuensi milik publik seperti televisi yang menjadi media berpengaruh di Indonesia hanya digunakan sebagai sarana untuk mencapai kepentingan atau agenda para elit politik *cum* pemilik media, bukan lagi milik kepentingan publik.

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pengarah, tim penulis, editor, sekretariat, dan semua pihak yang telah berkontribusi memberikan saran dan masukan terhadap penyusunan buku pedoman ini sehingga dapat diselesaikan tepat waktu.

Semoga kehadiran buku pedoman ini dapat bermanfaat dan menjadi rujukan dalam pengawasan penyiaran pemilihan umum tahun 2024 bagi lembaga penyiaran dan masyarakat umum.

Aliyah

Anggota KPI Pusat

DAFTAR ISI

SAMBUTAN KETUA KPI PUSAT	V
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL, BAGAN DAN DIAGRAM	XII

BAB I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang	3
1.2 Tantangan Pelaksanaan Pemantauan dalam Pemilu	12
1.3 Pembelajaran dari Pemilu ke Pemilu	15
1.4 Ruang Lingkup dan Penerapan	19
1.5 Tujuan dan Manfaat	21
1.6 Pengertian Umum	22
1.7 Alur Buku Pedoman	30

BAB II Kerangka Regulasi

2.1 Pengawasan Penyiaran Dalam Pemilu	35
2.2 Dasar Hukum Pelaksanaan Kampanye dan Pengawasan Penyiaran Kampanye Pemilu	42

2.3 Subyek Hukum Pengawasan Penyiaran Kampanye Pemilu ...	48
2.4 Obyek Pengawasan Penyiaran Kampanye Pemilu	50
2.5 Produk Hukum Dan Gambaran Umum Pengawasan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye	52
2.6 Pelaksanaan Kampanye, Materi Kampanye, Ketentuan Pemberitaan, Dan Penyiaran Serta Ketentuan Iklan Kampanye, Potensi Pelanggaran Penyiaran Masa Kampanye	56

BAB III Landasan Konseptual

3.1 Fokus Pengawasan Media Penyiaran (TV dan Radio)	75
3.2 Penyiaran Iklan Pemilihan Umum	78
3.3 Perumusan Objek Pengawasan	80
3.4 Objek Pengawasan Media Penyiaran	83
3.5 Lingkup Pengawasan	85
3.6 Pengawasan Di Luar Masa Kampanye Dan Di Dalam Masa Kampanye	87
3.7 Strategi Pengawasan Penyiaran	92

BAB IV Metodologi Pengawasan Penyiaran dalam Pemilu

4.1 Pengawasan Pemberitaan, Iklan dan Penyiaran Pemilu	104
4.2 Teknis Pengawasan	108
4.3 Metode Pengawasan dalam Penyiaran Pemilu	119
4.4 Perlindungan Terhadap Anak Dalam Penyiaran Pemilu	124
4.5 Penerimaan Pengaduan Pelanggaran Penyiaran Pemilu	127

BAB V Penindakan Pelanggaran Penyiaran Pemilu

5.1 Proses Pemeriksaan Sampai Pengenaan Sanksi Pelanggaran Pelanggaran Pemilu	139
5.2 Sanksi Administratif KPI	149

BAB VI Koordinasi Multistakeholders dalam Gugus Tugas Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye

6.1 Ruang Lingkup Gugus Tugas	157
6.2 Standing Position KPI	159
6.3 Relasi Gugus Tugas Tingkat Pusat, Gugus Tugas Tingkat Provinsi dan Gugus Tugas Tingkat Kabupaten/Kota	163
Daftar Pustaka	173
Lampiran-Lampiran	177

DAFTAR TABEL, BAGAN DAN DIAGRAM

Tabel 1. UU terkait Dengan Undang-Undang Penyiaran	8
Tabel 2. Rangkuman Pola Pelanggaran Pada Masa Pemilihan Umum Periode 2014	15
Tabel 3. TV Paling Banyak Melanggar Dalam Siaran Pemilihan Umum 2014	18
Tabel 4. Ringkasan Tugas Pokok dan Fungsi KPI	19
Tabel 5. Matrik Pola Pengawasan dan Pemantauan	36
Tabel 6. Fokus Pengawasan Penyiaran Pemilihan Umum 2024	78
Tabel 7. Rotasi Shift Kerja Berdasarkan Gender	95
Tabel 8. Ruang Lingkup dan Kewenangan KPI Terhadap Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye Pemilu	100
Tabel 9. Perbandingan Hasil Lembaga Survei	106
Tabel 10. Teknik Pengawasan Penyiaran Pemilu Masa Persiapan	109
Tabel 11. Teknis Pengawasan Penyiaran Pemilihan Tahapan Pendaftaran dan Penetapan Kandidat/Paslon Pemilu	112
Tabel 12. Teknik Pengawasan Penyiaran Pemilihan Tahapan Kampanye	115
Tabel 13. Teknik Pengawasan Penyiaran Pemilihan Tahapan Masa Tenang	117
Tabel 14. Teknik Pengawasan Penyiaran Pemilu Tahapan Pungut Hitung	118

Bagan 1. Kewenangan KPI Berdasarkan UU No. 32/2002	104
Bagan 2. Alur Pemantauan Langsung	124
Bagan 3. Prosedur Penerimaan Pengaduan Pelanggaran Penyiaran Pemilu	134
Bagan 4. Prosedur Penerimaan Rekomendasi KPID Terkait Pelanggaran Penyiaran	135
Bagan 5. Prosedur Pemeriksaan Sampai Pengenaan Sanksi Pelanggaran Penyiaran	149
Diagram 1. Persentase Penduduk yang Menonton TV dan Mendengarkan Radio (2009-2021)	5

BAB I

Pendahuluan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media menjadi salah satu alat penting di negara-negara yang menjalankan sistem demokrasi. Selain sebagai sarana penyebaran informasi, media seperti dikatakan oleh Thomas Carlyle merupakan pilar keempat demokrasi. Melalui media terjadi pertukaran serta sirkulasi informasi sehingga masyarakat dapat menggunakan sarana tersebut untuk memperoleh informasi dan pengetahuan. Selain itu Habermas mengatakan bahwa media sebagai wadah dalam komunikasi harus menjadi ruang yang setara bagi semua orang untuk mengakses informasi dan menyatakan pendapatnya (Jones, 2009). Indonesia mengatur kebebasan dalam memperoleh hak atas informasi dalam konstitusi.

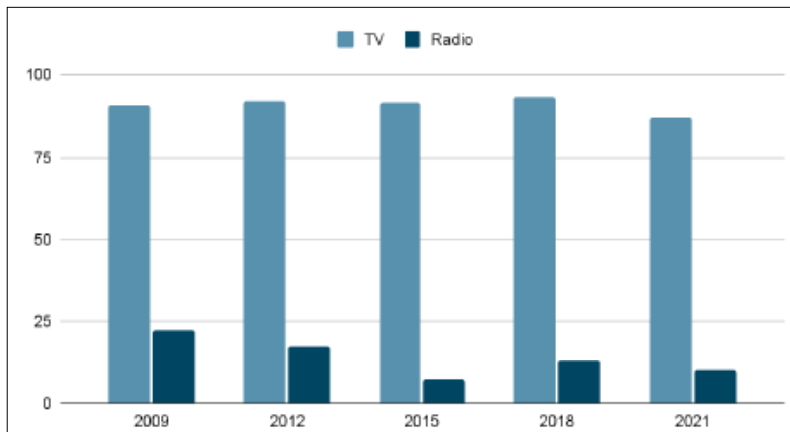
"Bahwa kemerdekaan menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi melalui penyiaran sebagai perwujudan hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, dilaksanakan secara bertanggung jawab, selaras dan seimbang antara kebebasan dan kesetaraan".¹

Penyiaran merupakan sarana luar biasa karena pengaruhnya yang masif dan menjangkau hingga masyarakat sampai ke pelosok-pelosok daerah. Di abad 21, sejatinya kecepatan informasi bisa diperoleh dalam hitungan detik dan secara *real-time*, namun media konvensional melalui siaran atau transmisi televisi (TV) masih memiliki peran yang signifikan. Media konvensional tidak sepenuhnya kehilangan pengaruh, TV masih menjadi referensi utama publik dalam memperoleh informasi politik dan acuan dalam mendapatkan kabar-kabar mengenai sosial dan ekonomi. Sesuai data yang dikeluarkan Nielsen, bahwa di tengah masifnya pengguna internet dan sosial media, data terakhir menunjukkan bagaimana TV masih berdiri sebagai media yang paling tinggi tingkat penetrasinya di Indonesia dibandingkan media lain. Nielsen melaporkan jumlah penonton televisi (TV) di perkotaan seluruh Indonesia mencapai 130 juta orang pada tahun 2023.

¹ Konsideran poin a) dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

Proyeksi tersebut naik dari jumlah penonton sebelumnya yang mencapai 58,9 juta.² Dengan jumlah yang begitu masif, siaran TV tentu akan berdampak luas dalam mempengaruhi kehidupan publik, terutama persepsi publik tentang banyak hal mulai dari ekonomi, sosial hingga politik.

Diagram 1. Persentase Penduduk yang Menonton TV dan Mendengarkan Radio (2009-2021)



Sumber : Marketeer, 2023

Dalam beberapa riset misalkan oleh IDN Riset Institute, yang bertajuk *“Televisi, Media Paling Banyak Dikonsumsi Milenial Indonesia”*, (2020) menggambarkan televisi masih menjadi media yang paling banyak dikonsumsi milenial, yakni 89 persen.

² Dikutip dari <https://www.marketeers.com/nielsen-perkiraan-jumlah-penonton-tv-tembus-130-juta-orang/>, pada 9 Juni 2023

Selebihnya milenial mengonsumsi video daring, seperti YouTube dan Instagram (46 persen), surat kabar harian (27 persen), radio (24 persen), film (8 persen), portal berita online (7 persen), surat kabar digital (2 persen) dan majalah (1 persen). Meskipun konsumsi milenial terhadap televisi tinggi namun jam tayang atau waktu menonton TV mengalami stagnasi dalam berapa tahun terakhir. Nielsen Consumer & Media View (CMV, 2019) memperlihatkan bahwa rata-rata menonton 4 jam 59 menit dan tidak mengalami peningkatan secara signifikan semenjak tahun 2016.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang lahir atas amanat Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 merupakan lembaga negara yang bersifat independen yang ada di pusat dan di daerah yang tugas dan wewenangnya diatur dalam Undang-Undang ini sebagai wujud peran serta masyarakat di bidang penyiaran.³ Lahir empat tahun pasca reformasi, UU Penyiaran membawa ide segar tentang sistem penyiaran yang harus bebas dari beragam kepentingan. Selain itu UU ini juga menguatkan peran otonomi daerah dengan pemberlakuan sistem siaran berjaringan.

Pengesahan UU 32/2002 tentang Penyiaran membawa perubahan mendasar bagi pengelolaan sistem penyiaran.

Perubahan yang jelas kentara adalah adanya batasan pengelolaan kewenangan penyiaran yang sebelumnya di masa orde baru merupakan hak absolut negara.

³ Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

Dengan UU Penyiaran, hak pengelolaan penyiaran diberikan kepada badan pengatur independen (*independent regulatory body*) yang bernama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

Limited transfer of authority inilah yang menjadikan KPI memiliki ruang dalam melaksanakan amanat Undang-Undang Dasar 1945. Independensi merupakan kata kunci penting bagaimana menjabarkan kerja-kerja KPI di dalam mengawal amanat undang-undang. Munculnya Undang-Undang Penyiaran 2002 dalam situasi keterbukaan dan euforia reformasi mendorong terciptanya prinsip keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*) dan keberagaman isi (*diversity of content*). Dari situ terbentuk empat pilar penting, pertama lembaga penyiaran, yakni penyiaran publik nasional/lokal, penyiaran komunitas, penyiaran swasta, dan penyiaran berlangganan. Dengan dua paradigma penyiaran hal esensial diberikan ke dalam undang-undang misalkan bagaimana warga negara memperoleh informasi, siapa yang mengawasi hingga bagaimana model-model penyiaran yang patut dan tidak terhadap konstitusi dan kebiasaan atau kultur masyarakat Indonesia. Dalam konsideran Undang-Undang Tentang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 misalkan mengatakan :

“Bahwa siaran yang dipancarkan dan diterima secara bersamaan, serentak dan bebas, memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap, dan perilaku khalayak, maka penyelenggara penyiaran

wajib bertanggung jawab dalam menjaga nilai moral, tata susila, budaya, kepribadian dan kesatuan bangsa yang berlandaskan kepada Ketuhanan Yang Maha Esa dan Kemanusiaan yang Adil dan Beradab.”

Tidak hanya itu, karena menyangkut persoalan yang begitu luas, tentu peran KPI berkaitan dengan undang-undang lain. Di bawah ini merupakan peraturan atau regulasi yang berkelindan dengan UU Penyiaran:

Tabel 1. UU Terkait dengan Undang-Undang Penyiaran

Regulasi	Keterangan
Pasal 31-33 UUD 1945 (amandemen keempat)	Mengenai Pendidikan, Kebudayaan, Perekonomian Nasional, dan Kesejahteraan. Terkait Frekuensi siaran : <i>“Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.”</i>
UU No. 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi. Pasal 7	Mengenai Penyelenggaraan telekomunikasi untuk siaran radio dan televisi.
UU No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers	Mengenai jurnalisme berita di surat kabar, televisi, radio, media daring
UU No. 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak.	Mengenai konten penyiaran harus melindungi anak

UU No. 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman. Pasal 14	Mengenai Pertunjukan film yang dilakukan melalui penyiaran televisi atau jaringan teknologi informatika
UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta	Mengenai pendistribusian konten siaran mengandung hak cipta di radio dan televisi
UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja ⁴	Mengubah, menghapus, dan memperbaharui sebagian pasal UU No. 32/2002 tentang Penyiaran dan UU No. 36/1999 tentang Telekomunikasi terkait Penyiaran.

Bayangkan apa jadinya apabila transmisi penyiaran hanya dimiliki, diakses dan dimonopoli oleh segelintir orang. Jangan sampai televisi yang menjadi media berpengaruh di Indonesia hanya digunakan sebagai sarana untuk mencapai kepentingan atau agenda para elit pemilik media, bukan kepentingan publik. Apalagi di tengah dominannya pemilik media TV yang juga elit partai politik. Independensi menjadi kata kunci, terutama dalam momen-momen krusial seperti Pemilihan Umum (Pemilu), yang menjadi wadah warga negara untuk sirkulasi kepemimpinan.

KPI misalnya, mengatur pengawasan mengenai siaran terkait pemilihan umum dan pemilihan kepala daerah dalam Pasal 71, pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS).

⁴ Saat ini telah direvisi dan menjadi Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang

Selain mengacu kepada P3SPS, KPI merujuk juga pada aturan terkait Pemilihan Umum yang dikeluarkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Adapun KPI bertindak sebagai salah satu lembaga yang wajib menghadirkan rasa *fairness* terutama bagaimana transmisi penyiaran tidak dikuasai oleh salah satu atau ke kelompok politik tertentu khususnya di momen pemilu. KPI berkewajiban dalam menciptakan pemilu yang demokratis, sehingga penguatan pengawasan KPI pada masa pemilihan umum sangat mutlak diperlukan untuk menghindari politisasi siaran televisi maupun siaran radio.

Sebuah laporan riset yang dibuat oleh Institut Studi Arus Informasi (ISAI), TIFA, dan Media Development Loan Fund pada Pemilu 2004 memperlihatkan bahwa frekuensi kemunculan seorang politikus di media berbanding lurus dengan jumlah perolehan suara rakyat. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Sapitri & Nurafifah (2020)⁵, menunjukkan tentang hubungan yang tidak seimbang antara media televisi swasta, politik, dan masyarakat.

Menurut mereka, media, terutama media televisi milik swasta tidak dapat menjaga profesionalismenya sebagai sarana informasi politik yang akurat, sehingga cenderung merugikan publik karena tidak terpenuhinya hak untuk mengetahui informasi berimbang terkait figur yang mencalonkan diri dalam pemilihan umum.

5. Nurafifah & Sapitri, Hendra, Nisma Laela. 2020. Media Televisi Swasta dan Politik Dalam Pemilihan Presiden 2019 Ditinjau Dari Perspektif Agenda Setting. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 24 No. 2, Desember 2020: halaman 113-122. Link : <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/download/3024/1430>

Sejauh ini peran KPI terutama dalam pengawasan siaran iklan kampanye lebih ke model pemadam kebakaran, di mana suatu kasus pelanggaran baru akan ditindak ketika iklan kampanye muncul di televisi. Masa kampanye cenderung ringkas⁶ sedangkan penelusuran dan pengkajian hingga menjatuhkan sanksi diperlukan waktu sehingga saat masa kampanye usai tindakan baru dilakukan. Hal tersebut tentu membutuhkan kerja sama sehingga peran yang dimiliki KPI bisa maksimal. Dalam menciptakan peran yang lebih optimal, terdapat satu pemahaman dan penguatan pengawasan yang kemudian dikeluarkan melalui Keputusan Bersama antara Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu), Dewan Pers dan KPI.⁷ Keempat lembaga tersebut kemudian membentuk Gugus Tugas (*Task Force*) yang tugas pokoknya adalah melakukan pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye dalam penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024. Penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye merupakan aktivitas yang diamanatkan oleh Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Pemilu), pasal 287.

⁶ Hanya 75 hari, mulai tanggal 28 November 2023 – 10 Februari 2024 sesuai dengan Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 3 Tahun 2022

⁷ Keputusan Bersama Antara Badan Pengawas Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum, Komisi Penyiaran Indonesia dan Dewan Pers. Nomor 0221.1/PM.04/K1/02/2023. Nomor 12/PR.07-NK/01/2023. Nomor : 01/KPI/HK.01.10/02/2023. Nomor : 02/DP/MoU/II/2023. Tentang Gugus Tugas Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye Dalam Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024.

Secara teks, pasal 289, 290, dan 291 mengatur mengenai pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye. Pelaksanaan kegiatan tersebut sangat berkelindan dengan beragam jenis media seperti media cetak, elektronik, media dalam jaringan, maupun media sosial. Berkaitan dengan peran KPI, pada Pasal 296 UU No. 7/2017 tentang Pemilu menyebutkan bahwa pengawasan di media penyiaran dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia.

Buku pedoman ini sejatinya tidak hanya memuat bagaimana tata cara teknis dalam melakukan fungsi pengawasan dalam pemilihan umum, namun lebih jauh dan konkrit adalah untuk mendorong KPI maupun KPI Daerah dalam mewujudkan pengawasan pemilu yang inklusif, adil dan demokratis. Jangan sampai frekuensi milik publik seperti televisi yang menjadi media berpengaruh di Indonesia hanya digunakan sebagai sarana untuk mencapai kepentingan atau agenda para elit politik *cum* pemilik media, bukan lagi milik kepentingan publik.

1.2 Tantangan Pelaksanaan Pemantauan dalam Pemilu

Selama ini pemantauan tidak hanya memiliki capaian-capaian yang membuktikan kinerja dari KPI, namun terdapat tantangan ke depan yang perlu dihadapi bersama khususnya dalam momentum Pemilihan Umum. Tantangan tersebut dibedakan menjadi dua, yakni tantangan internal dan tantangan eksternal.

a) Tantangan internal

Salah satu tantangan internal bersifat substansial

adalah regulasi terkait Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Minimnya pasal yang meregulasi persoalan mengenai pemantauan menjadi salah satu contoh. Pasal 71 dalam P3SPS ialah satu-satunya pasal di mana peran KPI muncul untuk mengawasi Siaran Pemilihan Umum dan Pemilihan Umum Kepala Daerah. Selama masa pelaksanaan pemilu pasca berdirinya KPI misalkan, banyak sekali pertanyaan bagaimana KPI dan KPI Daerah melakukan pengawasan, terutama terkait peralatan penunjang pemantauan.

Berdasarkan Buku Pedoman Pengawasan Penyiaran Pemilihan Kepala Daerah, ada beberapa permasalahan penting yang harus dijadikan perhatian bersama dalam menunjang pelaksanaan fungsi pemantauan KPI. Pertama, hubungan kelembagaan antara KPI dan KPI Daerah yang selama ini sifatnya hanya koordinatif. Hal tersebut terutama ikut menggambarkan bagaimana sinergi pengawasan atau pemantauan di seluruh Indonesia. Kedua, buku tersebut juga menampilkan fenomena di mana tidak berimbangnya peralatan pemantauan penyiaran. Sehingga ketidakberimbangan tersebut menyebabkan kurang optimalnya pelayanan pemantauan di setiap provinsi.

b) Tantangan eksternal

Selain munculnya tantangan internal atau ke dalam organisasi, ada pula tantangan eksternal yang perlu menjadi perhatian bersama. Beberapa tantangan misalkan problematika hukum terhadap kedudukan KPI dalam pengawasan media digital yakni pada kata “media lainnya” dalam Pasal 1 angka 2 UU Penyiaran. Meningkatnya integrasi siaran TV ke ranah media digital seperti YouTube memerlukan perhatian tersendiri, apalagi terkait dengan masifnya pengguna sosial media di Indonesia yang saat ini menyentuh angka 212 juta pengguna dan hampir 83 persen menggunakan internet sebagai alasan untuk mencari informasi. Selain YouTube media streaming lain sejenis, misalkan Netflix tentu secara signifikan merubah lanskap dunia penyiaran di Indonesia. Hal tersebut merupakan salah satu tantangan eksternal yang perlu mendapat porsi lebih di masa depan.

Namun di masa pemilu mendatang, yang juga perlu diperhatikan adalah bagaimana meningkatkan literasi media bagi publik, meningkatkan sosialisasi peran publik terhadap pengawasan terutama dalam masa-masa pemilihan umum. Kolaborasi dengan publik pada masa-masa krusial seperti Pemilu tidak hanya memudahkan dalam mengawasi konten siaran namun juga pelibatan secara aktif tersebut tentu

mampu mendongkrak kesadaran publik akan pentingnya Komisi Penyiaran Indonesia di tengah masifnya konten siaran pada masa Pemilu.

1.3 Pembelajaran dari Pemilu ke Pemilu

Dengan adanya aturan Pedoman Pengawasan peraturan dan menetapkan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS), KPI memiliki perjalanan panjang dalam melakukan pengawasan di tengah situasi pemilihan umum. Penggunaan mekanisme sanksi selama ini harus diukur secara cermat sehingga terdapat evaluasi yang efektif apakah sanksi menimbulkan efek jera (*deterrent effect*) atau hanya surat tanpa taring.

Tabel 2. Rangkuman Pola Pelanggaran Pada Masa Pemilihan Umum Periode 2014

Tahun	Jenis Pelanggaran	Jumlah Pelanggaran	Stasiun	Sanksi
2013	Keberimbangan	1	TVRI	Teguran Tertulis
2013	Pemanfaatan siaran untuk kepentingan pribadi dan/ atau kelompok pemilik	1	Metro TV	Teguran Tertulis 1
2013	a) Menayangkan iklan di luar masa kampanye; b) Pemanfaatan lembaga penyiaran untuk kepentingan pribadi dan/atau kelompok.	27	MNC TV	Teguran Tertulis 1

2013	a) Kuis dibiayai oleh Peserta Pemilu b) Iklan politik di luar masa kampanye c) Keberimbangan	44	Global TV	Teguran Tertulis
	a) Program Dibiayai oleh Partai Politik b) Pemanfaatan untuk kepentingan pribadi/ pemilik dan/atau kelompoknya	28	RCTI	Teguran Tertulis
2013	a) Pemanfaatan untuk kepentingan pribadi/ pemilik dan/atau kelompoknya b) Iklan kampanye di luar masa kampanye	1	ANTV	Teguran Tertulis
2013	a) Pemanfaatan untuk kepentingan pribadi/ pemilik dan/atau kelompoknya b) Iklan kampanye di luar masa kampanye	1	TV One	Teguran Tertulis
2014	a) Program dibiayai oleh partai politik b) Tidak menjaga netralitas isi siaran c) Pemanfaatan untuk kepentingan pribadi dan/atau kelompoknya d) Menyinggung atau merendahkan pribadi atau kelompok lain e) Menayangkan iklan kampanye melebihi batas maksimum	13	RCTI	Teguran Tertulis

2014	a) Program dibiayai oleh partai politik b) Tidak menjaga netralitas isi siaran c) Penyalahgunaan untuk kepentingan pribadi pemilik dan/atau kelompoknya	3	Global TV	Teguran tertulis kemudian Penghentian Sementara
2014	Iklan kampanye di luar jadwal	11	TV One Metro TV Indosiar MNC TV Global ANTV RCTI SCTV TRANS TV TRANS7	Teguran Tertulis
2014	Pelanggaran Perlindungan Kepentingan Publik	6	Metro TV TV One RCTI	Teguran Tertulis
2014	Melanggar Masa Tenang	3	Global TV MNC TV RCTI	Teguran Tertulis
2014	Penayangan Iklan Melebihi Batas Maksimum	11	Global TV MNC TV RCTI	Teguran Tertulis

Sumber : Komisi Penyiaran Indonesia, 2023.

Tabel 3.
TV Paling Banyak Melanggar dalam Siaran Pemilihan Umum 2014 Periode 20 September 2013 – 8 Juli 2014

Stasiun	Jumlah Peringatan	Konten Siaran	Konten Iklan
RCTI	12	7	5
Metro TV	8	5	3
TV One	8	4	4
Global TV	8	4	4
MNC TV	7	2	5
ANTV	3	0	3
SCTV	3	0	3
Indosiar	3	0	3
TVRI	3	1	2
Trans TV	2	0	2
Trans 7	2	0	2

Sumber : Komisi Penyiaran Indonesia, 2023.

Yang menarik dari temuan pelanggaran pada masa Pemilu 2014 adalah 5 (lima) besar stasiun televisi dimiliki oleh dua orang pengusaha media yang juga merupakan petinggi partai politik.¹⁰ Hal ini tentu bisa menjadi salah satu temuan yang menggambarkan *pattern* dalam sebuah masa pemilihan umum.

¹⁰ Data diolah dari kpi.go.id

Pola tersebut membingkai lembaga penyiaran sebagai institusi yang rawan terkooptasi kepentingan elit politik yang memiliki lembaga penyiaran. Kooptasi bisa dilihat setidaknya menggunakan empat hal, yakni netralitas, akurasi, keberimbangan dan integritas dari lembaga penyiaran. Relasi politik-ekonomi tersebut perlu dilihat secara kritis sehingga pengawasan bisa berjalan dengan optimal. Belum lagi bila pemilik lembaga penyiaran berusaha mengedepankan citra diri yang berkelindan dengan kepentingan partai.

1.4 Ruang Lingkup dan Penerapan

Sebelum memahami bagaimana ruang lingkup dan penerapan Buku Pedoman Pengawasan Penyiaran Pemilu Tahun 2024, maka perlu dijabarkan beberapa pengertian umum KPI dan tugas pokok fungsinya.¹¹

Tabel 4. Ringkasan Tugas Pokok dan Fungsi KPI

Definisi	Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah lembaga negara yang bersifat independen, yang terdiri atas KPI Pusat yang dibentuk di tingkat pusat dan berkedudukan di Ibu Kota Negara, dan KPI Daerah yang dibentuk di tingkat provinsi dan berkedudukan di Ibu Kota Provinsi, yang tugas dan wewenangnya diatur dalam UU No. 32/2002 tentang Penyiaran.
Lokasi Kerja	a) KPI Pusat dibentuk di tingkat pusat b) KPI Daerah dibentuk di tingkat provinsi

¹¹ DPR, Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/07/2014 tentang Kelembagaan Komisi Penyiaran Indonesia.

Anggota	Dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan secara administratif ditetapkan oleh Presiden untuk KPI Pusat serta seseorang yang dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah provinsi dan secara administratif ditetapkan oleh Gubernur untuk KPI Daerah.
Bidang Kerja	<ul style="list-style-type: none"> a) Bidang pengelolaan struktur dan sistem penyiaran b) Bidang pengawasan Isi Siaran c) Bidang Kelembagaan
Fungsi	<ul style="list-style-type: none"> a) Menetapkan Standar Program Siaran (SPS) b) Menyusun peraturan dan menetapkan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) c) Mengawasi pelaksanaan peraturan dan P3 serta SPS d) Memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan P3 serta SPS e) Melakukan koordinasi dan kerja sama dengan pemerintah, lembaga penyiaran dan masyarakat
Tugas dan Kewajiban	<ul style="list-style-type: none"> a) Menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia. b) Ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran. c) Ikut membangun iklim persaingan yang sehat antara lembaga penyiaran dan industri terkait. d) Memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang. e) Menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran. f) Menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran.

Sedangkan Buku Pedoman Pengawasan Penyiaran Pemilu Tahun 2024 ini mencakup ruang lingkup penggunaan di antaranya bagaimana agar:

- a) Pengawasan yang dilakukan KPI melalui pemantauan langsung terhadap lembaga penyiaran;
- b) Penerimaan laporan dari Gugus Tugas Pemilu dan/atau Komisi Penyiaran Indonesia Daerah;
- c) Penerimaan pengaduan dari publik;
- d) Tindak lanjut Pengawasan dan Pemantauan oleh Gugus Tugas Pemilu di setiap tingkatan.

1.5 Tujuan dan Manfaat

Salah satu poin penting dari tujuan pengawasan di momentum pemilihan umum adalah bagaimana mewujudkan penyiaran menjadi ekosistem terwujudnya kondisi pemilu demokratis melalui pengawasan penyiaran yang adil dan transparan. Lebih jauh sebagai Buku Pedoman Pengawasan Penyiaran Pemilihan Umum Tahun 2024 dapat dimanfaatkan sebagai pedoman atau buku panduan saku bagi Petugas pengawasan di tingkat pusat maupun daerah/KPI Daerah serta bagi pihak-pihak terkait yang membutuhkan. Maksud dan tujuan yang lebih rinci adalah sebagai berikut:

- a) Sebagai sarana untuk memperjelas bagaimana tugas, fungsi dan wewenang KPI dalam melakukan pengawasan penyiaran pada lembaga penyiaran dalam Pemilu Tahun 2024

- b) Mempermudah bagaimana koordinasi pengawasan dan pemantauan terhadap lembaga penyiaran terkait pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu Tahun 2024.
- c) Agar mempercepat proses penanganan pelaporan dan kajian dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye Pemilu Tahun 2024.
- d) Memperjelas posisi KPI dan KPID dalam alur koordinasi bersama Gugus Tugas Pemilu 2024 serta bagaimana penindakan yang efektif dan efisien.

1.6 Pengertian Umum

Secara umum definisi atau pengertian digunakan dalam buku pedoman ini sebagai acuan atau penyamaan persepsi. Perlunya persamaan persepsi adalah untuk menunjang bagaimana fungsi pengawasan diterapkan. Pengertian yang ada merujuk pada Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum serta merujuk pada Peraturan Pelaksana dari UU tersebut.

- a) Penyelenggaraan Pemilu adalah pelaksanaan tahapan Pemilu yang dilaksanakan oleh penyelenggara Pemilu
- b) Presiden dan Wakil Presiden adalah Presiden dan Wakil Presiden sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- c) Dewan Perwakilan Rakyat yang selanjutnya

- disingkat DPR adalah Dewan Perwakilan Rakyat sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- d) Dewan Perwakilan Daerah yang selanjutnya disingkat DPD adalah Dewan Perwakilan Daerah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
 - e) Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang selanjutnya disingkat DPRD adalah Dewan Perwakilan Rakyat Daerah provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah kabupaten/kota sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
 - f) Komisi Pemilihan Umum yang selanjutnya disingkat KPU adalah lembaga Penyelenggara Pemilu yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri dalam melaksanakan Pemilu.
 - g) Komisi Pemilihan Umum Provinsi yang selanjutnya disingkat KPU Provinsi adalah Penyelenggara Pemilu di provinsi.
 - h) Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota yang selanjutnya disingkat KPU Kabupaten/Kota adalah Penyelenggara Pemilu di kabupaten/kota.
 - i) Badan Pengawas Pemilu yang selanjutnya disebut Bawaslu adalah lembaga Penyelenggara Pemilu yang mengawasi Penyelenggaraan Pemilu di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

- j) Badan Pengawas Pemilu Provinsi yang selanjutnya disebut Bawaslu Provinsi adalah badan yang mengawasi Penyelenggaraan Pemilu di wilayah provinsi.
- k) Badan Pengawas Pemilu Kabupaten/Kota yang selanjutnya disebut Bawaslu Kabupaten/Kota adalah badan untuk mengawasi Penyelenggaraan Pemilu di wilayah kabupaten/kota.
- l) Peserta Pemilu adalah partai politik untuk Pemilu anggota DPR, anggota DPRD provinsi, anggota DPRD kabupaten/kota, perseorangan untuk Pemilu anggota DPD, dan pasangan calon yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden.
- m) Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden yang selanjutnya disebut Pasangan Calon adalah pasangan calon peserta Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik yang telah memenuhi persyaratan.
- n) Partai Politik Peserta Pemilu adalah partai politik yang telah memenuhi persyaratan sebagai Peserta Pemilu anggota DPR, anggota DPRD provinsi, dan anggota DPRD kabupaten/kota.
- o) Gabungan Partai Politik Peserta Pemilu adalah gabungan 2 (dua) Partai Politik atau lebih yang bersama-sama bersepakat mencalonkan 1 (satu) Pasangan Calon.

- p) Perseorangan Peserta Pemilu adalah perseorangan yang telah memenuhi persyaratan sebagai Peserta Pemilu anggota DPD.
- q) Sentra Penegakan Hukum Terpadu yang selanjutnya disebut Gakkumdu adalah pusat aktivitas penegakan hukum tindak pidana Pemilu yang terdiri atas unsur Bawaslu, Bawaslu Provinsi, dan/atau Bawaslu Kabupaten/Kota, Kepolisian Negara Republik Indonesia, Kepolisian Daerah, dan/atau Kepolisian Resor, dan Kejaksaan Agung Republik Indonesia, Kejaksaan Tinggi, dan/atau Kejaksaan Negeri.

Peraturan teknis yang menjadi dasar dalam pelaksanaan tahapan kampanye, Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 15 tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum:

- a) Kampanye Pemilu adalah kegiatan Peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri Peserta Pemilu.
- b) Pelaksana Kampanye adalah Peserta Pemilu dan pihak yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk melakukan kegiatan Kampanye
- c) Peserta Kampanye adalah anggota masyarakat atau Warga Negara Indonesia yang memenuhi syarat sebagai Pemilih.
- d) Lembaga Penyiaran Publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang

didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.

- e) Lembaga Penyiaran Swasta adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya khusus menyelenggarakan siaran radio atau siaran televisi.
- f) Lembaga Penyiaran Berlangganan adalah Lembaga Penyiaran yang bersifat komersial, berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan.
- g) Masa Tenang adalah masa yang tidak dapat digunakan untuk melakukan aktivitas Kampanye Pemilu.

Lalu berikut ini juga merupakan istilah-istilah penting dan perlu dipahami karena sebagai basis melakukan pengawasan dan disarikan dari Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.

- a) Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran

- b) Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.
- c) Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.
- d) Sistem penyiaran nasional adalah tatanan penyelenggaraan penyiaran nasional berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku menuju tercapainya asas, tujuan, fungsi, dan arah penyiaran nasional sebagai upaya mewujudkan cita-cita nasional sebagaimana tercantum dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 Tentang Standar Program Siaran, adalah standar isi siaran yang berisi batasan-batasan, pelarangan, kewajiban, dan pengaturan penyiaran, serta sanksi berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran :

- a) Program siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, suara dan gambar, atau yang berbentuk grafis atau karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang disiarkan oleh lembaga penyiaran.

- b) Program faktual adalah program siaran yang menyajikan fakta nonfiksi.
- c) Program non faktual adalah program siaran yang menyajikan fiksi, yang berisi ekspresi seni dan budaya serta rekayasa dan/atau imajinasi dari pengalaman individu dan/atau kelompok. Program Layanan Publik adalah program faktual yang diproduksi dan disiarkan sebagai bentuk tanggung jawab sosial lembaga penyiaran kepada masyarakat.
- d) Program Siaran Jurnalistik adalah program yang berisi berita dan/ atau informasi yang ditujukan untuk kepentingan publik berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS).
- e) Penggolongan program siaran adalah klasifikasi program siaran berdasarkan kelompok usia untuk memudahkan khalayak mengidentifikasi program siaran.
- f) Program kuis, undian berhadiah, dan permainan berhadiah lainnya adalah program siaran berupa perlombaan, adu ketangkasan, adu cepat menjawab pertanyaan, undian, dan permainan lain yang menjanjikan hadiah.
- g) Program Pemilihan Umum dan Pemilihan Umum Kepala Daerah adalah program siaran yang mengandung kampanye, sosialisasi, dan pemberitaan tentang Pemilihan Umum Dewan

Perwakilan Rakyat Pusat dan Daerah, pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, serta pemilihan umum Kepala Daerah.

- h) Siaran iklan adalah siaran 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.
- i) Siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan
- j) Siaran iklan layanan masyarakat adalah siaran iklan non komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.
- k) Program siaran berlangganan adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar

atau yang berbentuk grafis atau karakter yang disiarkan oleh lembaga penyiaran berlangganan.

1.7 Alur Buku Pedoman

Buku pedoman ini berisi beberapa bab yang saling berkaitan satu sama lain, dimulai dari Bab pertama yang berisi pendahuluan. Bab pertama lebih fokus pada definisi secara umum, bagaimana pembelajaran pemilu yang bisa dipetik, lalu apa saja yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan fungsi pengawasan khususnya pada masa Pemilihan Umum. Bab kedua berisi bagaimana gambaran umum undang-undang serta peraturan yang relevan dengan pelaksanaan pengawasan. Selain eksplorasi terhadap bagaimana pelaksanaan kampanye, materi kampanye, dan ketentuan pemberitaan dalam masa pemilu, bab ini juga mengelaborasi beberapa hal terkait ketentuan iklan kampanye, serta potensi pelanggaran penyiaran pada saat masa kampanye berlangsung.

Bab ketiga berisi mengenai landasan konseptual yang kemudian dipecah ke beberapa materi penting seperti fokus pengawasan terhadap radio dan televisi, objek pengawasan seperti apa, ruang lingkup pengawasan, serta pengawasan di luar dan pada masa kampanye. Pengawasan di luar masa kampanye misalnya, sangat diperlukan untuk menjaga netralitas frekuensi publik. Kemudian bab berikutnya merupakan bab yang berisi metode pengawasan. Selain berisi mengenai penjelasan metode pengawasan penyiaran, teknik dan prosedur pengawasan,

bab ini juga memperdalam isi mengenai pengaduan dan penindakan. Untuk melengkapi bab-bab sebelumnya, karena Pemilihan Umum merupakan peristiwa bersejarah dan juga melibatkan banyak pihak, di bab enam buku ini mengulas lebih lanjut tentang koordinasi multipihak terutama dalam Gugus Tugas Pengawasan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye.

BAB II

Kerangka Regulasi

BAB II

KERANGKA REGULASI

2.1 Pengawasan Penyiaran Dalam Pemilu

Menjelang Pemilu Serentak 2024 penyelenggara Pemilu dalam hal ini KPU, Bawaslu bersama KPI dan Dewan Pers membuat Keputusan Bersama¹² untuk melakukan pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu. Membentuk Gugus Tugas Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye dalam penyelenggaraan Pemilu tahun 2024 pada tingkat Pusat, Gugus Tugas Tingkat Provinsi, dan

¹². Keputusan Bersama Nomor: 0221.1/PM.04/K1/02/2023; Nomor 12/PR.07-NK/01/2023; Nomor: 01/KPI/HK.01.10/02/2023; Nomor: 02/DP/MoU/II/2023 Tentang Gugus Tugas Pengawasan Dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, Dan Iklan Kampanye Dalam Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024.

gugus tugas tingkat Kabupaten/Kota sesuai tingkatannya, dengan tugas merumuskan strategi pencegahan, melakukan kajian laporan dugaan pelanggaran, dan mengambil keputusan terhadap adanya pelanggaran, serta mengawal penegakan hukum atas rekomendasi yang telah dikeluarkan. Lebih lengkap penjabaran mengenai Gugus Tugas akan diuraikan pada bab 6 (enam).

Dalam hal ini KPI bersama penyelenggara Pemilu yaitu KPU dan Bawaslu telah menerapkan pengawasan dan pemantauan bersama terkait pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu sedari penyelenggaraan Pemilu tahun 2014, Pemilu Serentak tahun 2019, dan menjelang Pemilu Serentak tahun 2024. Mengacu pada tiga Keputusan Bersama tahun 2014, 2019 dan 2024 pola pengawasan dan pemantauan bersama KPI dan penyelenggara Pemilu dapat dilihat dalam matrik di bawah ini.

Tabel 5. Matrik Pola Pengawasan dan Pemantauan

Pelaksanaan Pemilu	Keputusan Bersama	Mekanisme Pengawasan & Pemantauan Bersama
Tahun 2014	SKB tanggal 18 Oktober tahun 2013	a) Membentuk Gugus Tugas dengan mekanisme pengawasan, pelaporan, dan penanganan dugaan pelanggaran dan penindakan sesuai dengan kewenangan masing-masing lembaga. b) Gugus Tugas menyusun prosedur SOP pengawasan dan pemantauan pemberitaan,

		<p>penyiaran dan iklan kampanye Pemilu.</p> <p>c) Membentuk Gugus Tugas di tingkat pusat dan provinsi dengan tugas melakukan kajian laporan dugaan pelanggaran, mengambil keputusan terhadap adanya pelanggaran, serta mengawal penegakan hukum atas rekomendasi yang telah dikeluarkan.</p>
Pemilu 2019	SKB tanggal 25 September tahun 2018	<p>Gugus Tugas tingkat Pusat:</p> <p>a) Menyusun Juknis pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu 2019 melalui lembaga penyiaran, perusahaan pers, dan pers nasional;</p> <p>b) Melakukan koordinasi antarlembaga;</p> <p>c) Mengawal proses penegakan hukum;</p> <p>d) Memberikan rekomendasi hasil pengawasan dan pemantauan;</p> <p>e) Melakukan supervisi dan pembinaan; dan</p> <p>f) Melakukan evaluasi dan menyusun laporan akhir.</p>
Pemilu 2024	SKB tanggal 9 Februari tahun 2023	<p>a) Membentuk Gugus Tugas di tingkat pusat, provinsi dan kabupaten/kota dengan tugas merumuskan strategi pencegahan, kajian laporan dugaan pelanggaran dan mengambil keputusan terhadap adanya pelanggaran,</p>

Pemilu 2024	SKB tanggal 9 Februari tahun 2023	<p>mengawal penegakan hukum atas rekomendasi yang telah dikeluarkan.</p> <p>b) Gugus Tugas melakukan pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran dan iklan pada masa sosialisasi peserta Pemilu dan pada tahapan kampanye Pemilu melalui lembaga penyiaran, perusahaan pers, dan pers nasional.</p> <p>Gugus Tugas tingkat Pusat:</p> <p>a) menyusun Juknis tentang pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran dan iklan pada masa sosialisasi peserta Pemilu dan pada tahapan Kampanye Pemilu melalui lembaga penyiaran, perusahaan pers, dan pers Nasional.</p> <p>b) Melakukan koordinasi antarlembaga dalam konsolidasi data dan informasi terhadap pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye;</p> <p>c) Melakukan pencegahan terhadap pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan pada masa sosialisasi dan tahapan kampanye meliputi identifikasi kerawanan, sosialisasi, partisipasi masyarakat, publikasi, dan kegiatan pencegahan lainnya;</p> <p>d) Menyusun kajian laporan dugaan pelanggaran dan pengambilan keputusan atas adanya</p>
-------------	-----------------------------------	---

		pelanggaran; e) Mengawal proses penegakan hukum; f) Melakukan supervisi dan pembinaan; dan g) melakukan evaluasi dan penyusunan laporan akhir.
--	--	---

Bahwa dapat dilihat dengan jelas mekanisme pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu menggunakan pola koordinasi antarlembaga mulai dilakukan KPI dan penyelenggara Pemilu pada Pemilu Serentak tahun 2019 dan menjelang Pemilu Serentak tahun 2024. SKB tanggal 18 Oktober 2013 sebagai produk peraturan bersama KPI dan penyelenggara untuk melakukan pengawasan dan pemantauan Pemilu Tahun 2014 belum menggunakan mekanisme koordinasi antarlembaga.¹³ KPI dan Penyelenggara Pemilu dalam hal ini KPU dan Bawaslu pada Pemilu 2014 menggunakan

¹³. Mekanisme pengawasan dan pemantauan dengan pola koordinasi antarlembaga dimulai sejak pelaksanaan Pemilu 2019 dan Pemilu 2024, sehingga patut dipertanyakan pertimbangan dan penafsiran hukum Majelis Hakim PTUN Jakarta dalam Putusan Nomor 109/G/2017/PTUN-JKT yang membatalkan Surat Edaran KPI Nomor 225/K/KPI/31.2/04/2017 tanggal 21 April, karena fakta hukum mengenai kewajiban pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye dilakukan melalui koordinasi antarlembaga Pada Pemilu 2014 belum ada. Surat Keputusan Bersama antara KPI, KPU dan Bawaslu tanggal 18 Oktober tahun 2013 tidak mengatur atau tidak mewajibkan KPI menggunakan mekanisme koordinasi antarlembaga dalam melaksanakan fungsi pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye.

mekanisme pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye Pemilu sesuai dengan kewenangan masing-masing lembaga.

Keputusan Bersama tanggal 9 Februari tahun 2023 juga menggunakan mekanisme pengawasan dan pemantauan Pemilu Serentak tahun 2024 yang berbeda dari mekanisme pengawasan dan pemantauan pada dua pelaksanaan Pemilu sebelumnya. KPI dan Dewan Pers beserta Penyelenggara Pemilu atau Gugus Tugas melakukan pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran dan iklan pada masa sosialisasi peserta Pemilu dan pada tahapan kampanye Pemilu melalui lembaga penyiaran, perusahaan pers, dan pers nasional. Mekanisme pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran dan iklan di luar tahapan kampanye Pemilu merupakan suatu terobosan hukum, mengingat ruang lingkup kewenangan pengawasan KPI atas pemberitaan, penyiaran dan iklan terbatas pada masa kampanye Pemilu sebagaimana diatur dalam Pasal 276 ayat (1) dan ayat (2) Perppu No. 1 Tahun 2022 yang kemudian ditetapkan menjadi UU No. 7 Tahun 2023, serta tahapan Pemilu yang diatur dalam ketentuan Pasal 167 ayat (4) UU No. 7 Tahun 2017.¹⁴

¹⁴. Tahapan masa kampanye Pemilu diatur dalam Pasal 167 ayat (4) huruf g UU No. 7 Tahun 2017 menjadi ruang lingkup sekaligus batasan pelaksanaan kewenangan pengawasan KPI atas pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye yang dilakukan lembaga penyiaran atau media cetak sebagaimana diatur dalam Pasal 296 UU No. 7 Tahun 2017.

1.1 Iklan Kampanye di Luar Masa Kampanye Pemilu

Pengertian mengenai iklan kampanye yang dilaksanakan dalam masa atau tahapan kampanye Pemilu mengacu pada ketentuan Pasal 1 angka 35 UU No. 7 Tahun 2017, Pasal 275 ayat (1) huruf f UU No. 7 Tahun 2017, Pasal 291 UU No. 7 Tahun 2017, dan Pasal 276 ayat (1) dan ayat (2) Perppu No. 1 Tahun 2022 yang ditetapkan menjadi UU No. 7 Tahun 2017. Apabila pasal-pasal tersebut dihubungkan ke dalam ruang lingkup pelaksanaan iklan kampanye dalam tahapan Kampanye Pemilu sebagai berikut:

“Kegiatan Partai Politik atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri Peserta Pemilu sebagai bagian dari pendidikan politik masyarakat dan dilaksanakan secara bertanggungjawab melalui iklan media massa cetak, media massa elektronik, dan internet dan/atau lembaga penyiaran dalam bentuk iklan komersial dan/atau iklan layanan untuk masyarakat yang dilaksanakan secara serentak untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, Anggota DPD, Anggota DPR, dan Anggota DPRD Provinsi, dan Anggota DPRD kabupaten/kota selama 21 (dua puluh satu) hari dan berakhir sampai dengan dimulainya Masa Tenang”.

Pengawasan terhadap lembaga penyiaran yang menayangkan iklan kampanye dalam bentuk iklan

komersial dan/atau iklan layanan masyarakat di luar tahapan kampanye jelas diperlukan. Keputusan Bersama antara KPI, Dewan Pers, KPU dan Bawaslu tanggal 9 Februari tahun 2023 mengatur pengawasan dan pemantauan terhadap pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye tidak hanya dilakukan terbatas pada ketentuan Pasal 167 ayat (4) UU No. 7 Tahun 2017 terkait tahapan penyelenggaraan Pemilu. Selain mengawasi dan memantau pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye pada tahapan Kampanye, Gugus Tugas juga mengawasi dan memantau pada masa sosialisasi Peserta Pemilu.

Pengertian masa sosialisasi Peserta Pemilu mengacu pada ketentuan Pasal 167 ayat (4) UU No. 7 Tahun 2017 adalah pada saat KPU menetapkan Calon Peserta Pemilu menjadi Peserta Pemilu hingga Masa Tenang. Dengan demikian pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye pada masa sosialisasi Peserta Pemilu merupakan ketentuan baru yang memperluas ruang lingkup pengawasan dan pemantauan KPI terhadap lembaga penyiaran.

2.2 Dasar Hukum Pelaksanaan Kampanye dan Pengawasan Penyiaran Kampanye Pemilu

Kampanye Pemilu merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat dan dilaksanakan secara bertanggung jawab oleh Peserta Pemilu. UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu merupakan produk hukum yang menjelaskan keserentakan

pemilihan umum untuk memilih calon anggota legislatif meliputi calon anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota, calon anggota DPD, serta calon presiden dan wakil presiden yang sebelumnya masing-masing jenis Pemilu tersebut diatur dengan undang-undang tersendiri, antara lain:

- a) UU No. 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden,
- b) UU No. 15 Tahun 2011 Tentang Penyelenggara Pemilihan Umum, dan
- c) UU No. 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Pelaksana Kampanye Pemilu adalah Peserta Pemilu yang terdiri dari Calon Presiden dan Wakil Presiden, Calon Anggota legislatif, dan calon anggota DPD. Dasar hukum mengenai pelaksanaan Kampanye Pemilu 2024 dimuat dalam sejumlah peraturan perundang-undangan antara lain, Pasal 276 UU No. 7 Tahun 2017, Peraturan KPU No. 3 Tahun 2022 Tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Tahun 2024, serta Peraturan KPU No. 15 Tahun 2023 Tentang Kampanye Pemilihan Umum. Ketentuan mengenai materi kampanye diatur dalam Pasal 274 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 dan Pasal 22 Peraturan KPU No. 15 Tahun 2023. Sedangkan pengawasan Kampanye diatur dalam ketentuan Pasal 4 Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 28 Tahun 2018 Tentang

Pengawasan Kampanye Pemilihan Umum yang kemudian diubah menjadi Perbawaslu No. 33 Tahun 2018.¹⁵

Kampanye Pemilu adalah kegiatan Peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu atau Pihak Lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri Peserta Pemilu mengacu pada ketentuan Pasal 1 angka 18 Peraturan KPU No. 15 Tahun 2023 Tentang Kampanye Pemilihan Umum. Materi kampanye Pemilu meliputi visi, misi, program Pasangan Calon untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, program Partai Politik untuk Pemilu Legislatif, dan program yang dilaksanakan untuk Pemilu DPD¹⁶. Selain materi kampanye yang dimaksud dalam Pasal 22 ayat (1) Peraturan KPU No. 15 Tahun 2023, Peserta Pemilu dapat menyampaikan citra diri yang meliputi nomor urut; dan foto/gambar.

Peraturan Kampanye	Norma Citra Diri	Definisi
PKPU No. 15/2023	Pasal 22 ayat (1)	1. Nomor Urut; dan 2. Foto/gambar
Perbawaslu No. 33/2018	Pasal 1 angka 25	1. Identitas; 2. ciri khusus/ karakteristik Peserta Pemilu; dan 3. Tanda gambar dan nomor urut.

15. Dengan diundangkannya PKPU No. 15 Tahun 2023 Tentang Kampanye Pemilu oleh KPU, selanjutnya Bawaslu menyiapkan rancangan peraturan Bawaslu terkait pengawasan pelaksanaan Kampanye Pemilu. Hal ini tentu akan berdampak pada perubahan bahkan pencabutan peraturan Bawaslu sebelumnya termasuk Perbawaslu No. 33 Tahun 2018.

16. Lihat ketentuan materi kampanye Pemilu dalam Pasal 22 ayat (1) PKPU No. 15 Tahun 2023 Tentang Kampanye Pemilihan Umum.

Ketentuan mengenai program dan jadwal tahapan kampanye Pemilu tercantum dalam Lampiran I Peraturan KPU No. No. 15 Tahun 2023:

No	Program/Kegiatan	Jadwal	
		Awal	Akhir
1	Kampanye Pemilu		
	a) Pertemuan Terbata, Pertemuan Tatap Muka, Penyebaran Bahan Kampanye kepada umum, Pemasangan Alat Peraga Kampanye di tempat umum, Debat Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden, dan Media Sosial	Selasa, 28 November 2023	Sabtu, 10 Februari 2024
	b) Kampanye Rapat Umum, Iklan Media Massa Cetak, Media Massa Elektronik dan Media Daring	Minggu, 21 Januari 2024	Sabtu, 10 Februari 2024
	c) Masa Tenang	Minggu, 11 Februari 2024	Selasa, 13 Februari 2024
	c) Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Putaran Kedua		
	a) Kampanye Pemilu	Minggu, 2 Juni 2024	Minggu, 22 Juni 2024
	b) Masa Tenang	Minggu, 23 Juni 2024	Selasa, 25 Juni 2024

Selanjutnya norma hukum yang kemudian menjadi dasar hukum dari pengawasan penyelenggaraan kampanye diatur dalam Pasal 296 UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum. Bawaslu melalui Peraturan Bawaslu No. 28 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Kampanye Pemilihan Umum yang kemudian diubah menjadi Perbawaslu No. 33

Tahun 2018 melakukan pengawasan Kampanye, khususnya pengawasan materi dan/ujaran Kampanye, pengawasan larangan Kampanye, pengawasan kampanye di luar jadwal, serta pengawasan pemberitaan dan penyiaran iklan Kampanye.¹⁷

Selain itu terdapat Keputusan Bersama antara Bawaslu, KPU, Komisi Penyiaran Indonesia, dan Dewan Pers Nomor: 0021.1/PM.04/K1/02/2023, Nomor: 12/PR.07-NK/01/2023, Nomor: 01/KPI/HK.01.10/02/2023, Nomor:02/DP/MoU/II/2023 Tentang Gugus Tugas Pengawasan Dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran Dan Iklan Kampanye Dalam Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024. Ruang lingkup Gugus Tugas meliputi pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran, dan iklan pada masa sosialisasi Peserta Pemilu dan pada tahapan Kampanye Pemilu dalam penyelenggaraan Pemilu tahun 2024 melalui Lembaga Penyiaran, Perusahaan Pers, dan Pers Nasional.

Gugus Tugas melakukan pemantauan pemberitaan, penyiaran, iklan tidak hanya sebatas tahapan kampanye Pemilu namun juga melakukan pengawasan dan pemantauan pada masa sosialisasi Peserta Pemilu dalam penyelenggaraan Pemilu tahun 2024 melalui lembaga penyiaran, Perusahaan Pers, dan Pers Nasional. Pelaksanaan Kampanye Pemilu 2024 mengacu pada ketentuan Pasal 276 UU No. 7 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan

¹⁷. Pasal 4 huruf b, huruf c, huruf d dan huruf f Perbawaslu No. 28 Tahun 2018 yang diubah dengan Perbawaslu No. 33 Tahun 2018.

Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum Menjadi Undang-Undang.

Masa Kampanye Pemilu Calon Anggota DPR, Calon Anggota DPRD Provinsi dan Calon Anggota DPRD Kabupaten/Kota, Calon Anggota DPD, serta Calon Presiden dan Wakil Presiden diatur dengan Peraturan KPU No. 3 Tahun 2022 Tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu 2024. Jadwal masa Kampanye Pemilu 2024 dimulai dari Hari Selasa, tanggal 28 November 2023 sampai dengan hari Sabtu tanggal 10 Februari 2024. Sementara jadwal masa tenang dimulai pada hari Minggu tanggal 11 Februari 2024 sampai dengan hari Selasa tanggal 13 Februari 2024.

Dalam kerangka pengawasan pelaksanaan Kampanye Pemilu, Pasal 296 UU No. 7 Tahun 2017 telah memberikan kewenangan kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) untuk melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran dan iklan Kampanye Pemilu yang dilakukan oleh lembaga penyiaran atau media cetak. Meski KPI atau Dewan Pers tidak diberikan kewenangan untuk menyusun peraturan di bawah undang-undang terkait pengawasan pelaksanaan Pemilu, namun KPI tetap dapat menyusun peraturan atau pedoman terkait pengawasan pelaksanaan Pemilu karena UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran memberikan kewenangan pengawasan penyiaran terhadap lembaga penyiaran.

2.3 Subyek Hukum Pengawasan Penyiaran Kampanye Pemilu

Selanjutnya penting untuk mencermati kedudukan hukum KPI dalam melaksanakan kewenangan pengawasan pelaksanaan Kampanye Pemilu terhadap lembaga penyiaran dalam pengaturan Pasal 296 UU No. 7 Tahun 2017 selain pelaksanaan kewenangan pengawasan yang diberikan oleh UU No. 32 Tahun 2002. Pasal 296 UU No. 7 Tahun 2017 berbunyi : *"Komisi Penyiaran Indonesia atau Dewan Pers melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran, dan iklan Kampanye Pemilu yang dilakukan oleh lembaga penyiaran atau media cetak."* KPI atau Dewan Pers dalam norma Pasal 296 UU No. 7 Tahun 2017 menjadi subyek hukum pengawasan pelaksanaan kampanye pemilu. Sementara lembaga penyiaran atau media cetak adalah hal memberitakan, menyiarkan, dan pemasangan iklan kampanye menjadi obyek hukum terkait perilaku penyiarannya dalam pelaksanaan Kampanye Pemilu.

Komisi Penyiaran Indonesia berdasarkan ketentuan Pasal 1 huruf 13 UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran adalah lembaga negara yang bersifat independen yang ada di pusat dan di daerah yang tugas dan wewenangnya diatur dalam undang-undang sebagai wujud peran serta masyarakat di bidang penyiaran. Tujuan KPI dibentuk berdasarkan ketentuan Pasal 6 UU No. 32 Tahun 2002 adalah untuk menyelenggarakan penyiaran yang mana penyiaran tersebut diselenggarakan dalam satu sistem penyiaran nasional, meliputi penyiaran frekuensi radio

yang digunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal.

KPI dalam menjalankan fungsi, tugas, wewenang dan kewajibannya diawasi oleh DPR dan DPRD Provinsi. DPR mengawasi KPI yang dibentuk di tingkat Pusat (KPI Pusat), dan DPRD Provinsi mengawasi KPI yang dibentuk di tingkat daerah (KPI Daerah). KPI merupakan lembaga negara yang bersifat independen dalam hal mengatur penyiaran sebagai wujud peran serta masyarakat, mewedahi aspirasi dan kepentingan masyarakat. Kewenangan KPI diatur dalam ketentuan Pasal 8 ayat (2) UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, antara lain:

- a) Menetapkan standar progam siaran;
- b) Menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran;
- c) Mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran;
- d) Memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran;
- e) Melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran dan masyarakat.

Sementara tugas dan kewajiban KPI diatur lebih lanjut pada ayat (3) yaitu

- a) Menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia;

- b) Ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran;
- c) Ikut membangun iklim persaingan yang sehat antar lembaga penyiaran dan industri terkait;
- d) Memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang;
- e) Menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran; dan
- f) Menyusun perencanaan pengembangan sumberdaya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran.

2.4 Obyek Pengawasan Penyiaran Kampanye Pemilu

Lembaga Penyiaran sebagai objek hukum yang perilaku penyiarannya selama pelaksanaan Kampanye Pemilu diawasi oleh KPI atau Dewan Pers, memiliki kedudukan hukum yang diatur tersendiri di dalam UU No. 32 Tahun 2022 Tentang Penyiaran. Pengertian penyiaran mengacu pada ketentuan Pasal 1 huruf 2 UU No. 32 Tahun 2022 Tentang Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Pengertian lembaga penyiaran dalam UU Pasal 296 UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan penyiaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 huruf 2 UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. UU No. 32 Tahun 2002 memberikan kategori Lembaga Penyiaran antara lain Lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas, dan lembaga penyiaran berlangganan.

Lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Lembaga penyiaran publik tersebut terdiri atas Radio Republik Indonesia dan Televisi Republik Indonesia yang stasiun pusat penyiarannya berada di ibukota Negara RI. Sementara di provinsi dan kabupaten/kota dapat didirikan lembaga penyiaran publik lokal¹⁸.

Lembaga penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Warga negara asing dilarang menjadi pengurus lembaga penyiaran swasta kecuali untuk bidang keuangan dan bidang teknik¹⁹. Lembaga penyiaran komunitas merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya

¹⁸. Pasal 14 UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

¹⁹. Pasal 16.

pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya²⁰.

Lembaga penyiaran berlangganan merupakan lembaga penyiaran berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan. Selain itu lembaga penyiaran berlangganan memancar luaskan atau menyalurkan materi siarannya secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia, atau media informasi lainnya²¹. Lembaga penyiaran berlangganan terdiri atas lembaga penyiaran berlangganan melalui satelit, kabel, dan terrestrial²².

2.5 Produk Hukum dan Gambaran Umum Pengawasan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye

Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum mengatur norma mengenai Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye Pemilu dalam Pasal 287 sampai dengan Pasal 297. Tujuan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu melalui media massa cetak, media daring (*online*), media sosial, dan lembaga penyiaran adalah penyampaian pesan kampanye pemilu oleh Peserta Pemilu kepada masyarakat. Pesan kampanye pemilu tersebut berdasarkan ketentuan Pasal 287 ayat (3) UU No.

²⁰. Pasal 21.

²¹. Pasal 25.

²². Pasal 26 ayat (1).

7 Tahun 2017 dapat berupa tulisan, suara, gambar, tulisan dan gambar, atau suara dan gambar, yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, serta yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan. Media massa cetak, media daring, media sosial dan lembaga penyiaran harus mematuhi larangan dalam Kampanye Pemilu yang diatur dalam Pasal 280 UU No. 7 Tahun 2017 ketika memberitakan, menyiarkan dan mengiklankan kampanye Pemilu.

KPI dalam melakukan pengawasan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye mengacu pada ketentuan Pasal 35, Pasal 36, dan Pasal 46 UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Bahwa isi siaran berupa pemberitaan, penyiaran maupun siaran iklan harus sesuai dengan asas, tujuan, fungsi dan arah siaran sehingga isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjadi persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia. Selain itu KPI melaksanakan prinsip perlindungan kepentingan publik dengan menetapkan Peraturan KPI No.01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Peraturan KPI No.02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran.

Obyek pengawasan KPI dalam pelaksanaan kampanye Pemilu adalah lembaga penyiaran dan media massa yang telah diuraikan penjelasan di atas. Keputusan Bersama Gugus Tugas dalam hal pengawasan pemberitaan,

penyiaran dan iklan kampanye memperluas ruang pengawasan KPI terhadap pelaksanaan tahapan Pemilu pada tahapan sebelum masa kampanye, namun tidak memperluas obyek pengawasan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye di media sosial. Lebih jelas tentang produk hukum dari penyelenggara Pemilu, KPI dan Dewan Pers terkait pengawasan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye dapat dilihat pada matrik berikut:

No	Produk Hukum	Norma Pemberitaan, Penyiaran, Iklan Kampanye	Keterangan
1	UU No. 7 Tahun 2017	Pasal 296.	Kewenangan KPI melakukan pengawasan pelaksanaan kampanye Pemilu.
		Pasal 287 s/d Pasal 297	Media massa cetak, media daring, media sosial dan lembaga penyiaran mematuhi larangan dalam kampanye.
2	UU No. 32 Tahun 2002	Pasal 35, Pasal 36, dan Pasal 46.	Prinsip, asas dan tujuan penyiaran sebagai dasar pengawasan penyiaran.
3	UU No. 40 Tahun 1999	Pasal 15 ayat (2) huruf c.	Fungsi pengawasan Dewan Pers
4	PKPU No. 23 Tahun 2018	Pasal 35, Pasal 35.	Pengaturan tentang metode kampanye menggunakan media sosial.
		Pasal 37 s/d Pasal 41.	Pengaturan mengenai iklan kampanye.

5	PKPU No. 15 Tahun 2023	Pasal 22	Pengaturan mengenai materi Kampanye.
6	Perbawaslu No. 33 Tahun 2018 Perubahan Perbawaslu No. 28 Tahun 2018	Pasal 19 ayat (1) huruf e, Pasal 27.	Pengawasan metode kampanye media sosial.
		Pasal 28 ayat, Pasal 29, Pasal 30	Pengawasan iklan kampanye melalui media cetak, elektronik, media dalam jaringan, media sosial dan internet.
		Pasal 36	Pengawasan pemberitaan dan penyiaran kampanye
		Pasal 18	Pengawasan materi kampanye
7	Keputusan Bersama/ Gugus Tugas 2024	Penetapan	Ruang lingkup dan kegiatan pengawasan gugus tugas pada masa sosialisasi peserta Pemilu dan tahapan kampanye pemilu 2024.
8	Peraturan KPI No.01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran	Pasal 11	Perlindungan kepentingan publik
9	Peraturan KPI No.02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran	Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2)	Perlindungan kepentingan publik

10	Keputusan KPI No. 45 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Terkait Perlindungan Kepentingan Publik, Siaran Jurnalistik, Iklan, dan Pemilihan Umum	Konsideran	Prinsip keberimbangan keadilan, keseimbangan informasi bagi masyarakat, serta perlindungan kepentingan publik.
11	Surat Edaran KPI Nomor 225/K/KPI/31.2/04/2017 tanggal 21 April 2017	Pelaksanaan kewenangan KPI berdasarkan UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.	larangan menayangkan iklan politik oleh lembaga penyiaran di luar masa kampanye

2.6 Pelaksanaan Kampanye, Materi Kampanye, Ketentuan Pemberitaan, Dan Penyiaran Serta Ketentuan Iklan Kampanye, Potensi Pelanggaran Penyiaran Masa Kampanye

Pengaturan pelaksanaan Kampanye Pemilu dalam Pasal 276 ayat (1) dan ayat (2) UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu, telah diubah menjadi norma baru dalam ketentuan UU No. 7 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum Menjadi Undang-

Undang. Lebih jelas perubahan norma Pasal 276 ayat (1) tentang pelaksanaan kampanye Pemilu dapat di lihat pada matriks di bawah ini.

Pasal 276 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017	Pasal 276 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2023	Pasal 276 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2023
<p>Pelaksanaan Kampanye Pemilu berupa pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka, penyebaran bahan kampanye pemilu kepada umum dan pemasangan alat peraga di tempat umum dilaksanakan sejak 3 (tiga) hari setelah ditetapkan Daftar Calon Tetap legislatif, DPD dan Pasangan Calon Pemilu Presiden dan Wakil presiden sampai dimulainya masa tenang.</p>	<p>Pelaksanaan Kampanye Pemilu berupa pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka, penyebaran bahan kampanye pemilu kepada umum dan pemasangan alat peraga di tempat umum, media sosial, debat Pasangan calon tentang materi Kampanye Pasangan Calon, dan kegiatan lain dilaksanakan sejak 25 (dua puluh lima) hari setelah ditetapkan daftar calon tetap anggota legislatif, anggota DPD, serta dilaksanakan sejak 15 (lima belas) hari setelah ditetapkan Pasangan Calon untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden sampai dengan dimulainya Masa Tenang</p>	<p>a) Metode kampanye yang digunakan selama pelaksanaan kampanye Pemilu antara lain pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka, penyebaran bahan kampanye pemilu kepada umum dan pemasangan alat peraga di tempat umum, media sosial, debat Pasangan calon tentang materi Kampanye Pasangan Calon.</p> <p>b) Waktu pelaksanaan kampanye berubah dari 3 (tiga) hari setelah ditetapkan DCT anggota legislatif, anggota DPD, dan pasangan Calon</p>

		<p>untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden menjadi 25 hari setelah ditetapkan DCT anggota legislatif dan anggota DPD, serta sejak 15 hari setelah ditetapkan Pasangan Calon untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden sampai dimulainya masa tenang.</p>
--	--	--

Pasal 276 ayat (2) UU No. 7 Tahun 2017 tidak mengalami perubahan norma dalam Pasal 276 ayat (2) UU No. 7 Tahun 2023, *"Kampanye Pemilu sebagaimana dimaksud dalam pasal 275 ayat (1) huruf f dan huruf g dilaksanakan selama 21 (dua puluh satu) hari dan berakhir sampai dengan dimulainya Masa Tenang"*. Kampanye pemilu yang dimaksud Pasal 275 ayat (1) huruf f adalah kampanye pemilu melalui iklan media massa cetak, media massa elektronik, dan internet. Sementara Pasal 275 ayat (1) huruf g adalah kampanye pemilu melalui rapat umum. Masa Tenang pada Pemilu 2024 diatur dalam lampiran Peraturan KPU No. 3 Tahun 2023 Tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024.

Lembaga penyiaran publik dalam rangka pendidikan politik pada pelaksanaan penyampaian visi-misi dan program peserta pemilu difasilitasi oleh KPU dalam menyebarluaskan materi kampanye Pemilu. Visi-misi dan program yang disampaikan peserta Pemilu merupakan materi kampanye yang diatur dalam ketentuan Pasal 274 UU No. 7 Tahun 2017. Materi kampanye tersebut meliputi visi, misi dan program Pasangan Calon untuk kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, Parpol peserta pemilu untuk kampanye Pemilu Legislatif, serta calon anggota DPD.

Selain lembaga penyiaran yang menyebarluaskan materi kampanye, KPU juga memfasilitasi melalui laman KPU. Penyebarluasan materi kampanye oleh lembaga penyiaran dan KPU merupakan salah satu ruang lingkup pelaksanaan fungsi KPI untuk melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat sebagaimana dijelaskan Pasal 8 ayat (2) huruf e UU No. 32 Tahun 2002. Dalam menjalankan fungsi mewakili masyarakat terkait penyiaran, KPI memiliki kewenangan menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran sebagaimana diatur dalam ketentuan kewenangan KPI dalam Pasal 8 ayat (2) UU No. 32 Tahun 2002.

KPI menetapkan pedoman perilaku penyiaran bagi penyelenggaraan siaran yang materinya bersumber pada nilai-nilai agama, moral, peraturan perundang-undangan, dan norma yang hidup di masyarakat serta lembaga

penyiaran. Kewenangan tersebut diatur dalam ketentuan Pasal 48 UU No. 32 Tahun 2002. Selanjutnya standar isi siaran yang diatur dalam pedoman perilaku penyiaran tersebut berdasarkan ketentuan Pasal 48 ayat (4) UU No. 32 Tahun 2002 setidaknya berkaitan dengan:

- a) rasa hormat terhadap pandangan keagamaan;
- b) rasa hormat terhadap hal pribadi;
- c) kesopanan dan kesusilaan;
- d) pembatasan adegan seks, kekerasan, dan sadisme;
- e) perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan;
- f) penggolongan program dilakukan menurut usia khalayak;
- g) penyiaran program dalam bahasa asing;
- h) ketepatan dan kenetralan program berita;
- i) siaran langsung; dan
- j) siaran iklan.

KPI dalam melaksanakan kewenangan dalam menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran membuat dua peraturan, antara lain Peraturan KPI No. 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Peraturan KPI No. 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran.

1. Pengawasan Pemberitaan Kampanye

Pemberitaan kampanye Pemilu diatur dalam ketentuan

Pasal 289 UU No. 7 Tahun 2017. Media massa cetak media daring, media sosial, dan lembaga penyiaran memberitakan kampanye Pemilu melalui siaran langsung atau siaran tunda²³. Media massa cetak dan lembaga penyiaran yang menyediakan rubrik khusus pemberitaan kampanye Pemilu harus berlaku adil dan berimbang kepada semua peserta Pemilu²⁴.

Perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan, atau menyalurkan informasi merupakan lembaga penyiaran swasta yang bersifat komersial yang dapat memuat pemberitaan kampanye Pemilu mengacu pada ketentuan Pasal 16 ayat (1) UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Dalam hal penyiaran pemberitaan kampanye Pemilu selain mengacu pada Pasal 289 ayat (2) UU No. 7 Tahun 2017, lembaga penyiaran swasta dalam hal ini perusahaan pers atau media massa sebagaimana ketentuan Pasal 1 angka 2 UU No. 40 Tahun 1999 yang menyediakan rubrik khusus pemberitaan kampanye Pemilu wajib memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah sesuai ketentuan Pasal 5 UU No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers.

Pasal 36 ayat (1) UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran juga memberikan tentang batasan isi

²³. Pasal 289 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu.

²⁴. Ayat (2).

siaran, dalam hal ini isi pemberitaan kampanye Pemilu sebagaimana dimaksud Pasal 289 ayat (2) UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu. Bahwa isi pemberitaan kampanye Pemilu mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, dan kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.

Isi pemberitaan kampanye Pemilu oleh lembaga penyiaran swasta juga wajib menjaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 36 ayat (4) UU No. 32 Tahun 2002. Untuk itu isi pemberitaan atau siaran kampanye Pemilu tersebut dilarang mengandung fitnah, hasutan, menyesatkan dan/atau bohong mengacu Pasal 36 ayat (5) huruf a, serta dilarang memperolokkan merendahkan, melecehkan dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia, atau merusak hubungan internasional mengacu pada Pasal 36 ayat (6) UU No. 32 Tahun 2002.

Pasal 36 ayat (4) UU No. 32 Tahun 2002 mengandung prinsip penyiaran berupa perlindungan kepentingan publik sesuai dengan asas, tujuan, fungsi, dan arah siaran yang diatur dalam Pasal 2, Pasal 3, Pasal 4, dan Pasal 5, "*Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu*". Untuk menerjemahkan prinsip perlindungan kepentingan publik, KPI menetapkan

Peraturan KPI No.01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Peraturan KPI No.02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran.

- a. Pasal 11 Peraturan KPI No.01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran, ayat (1) *"lembaga penyiaran wajib memperhatikan kemanfaatan dan perlindungan untuk kepentingan Publik, ayat (2) lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dan netralitas isi siaran dalam setiap program siaran."*
- b, Pasal 11 Peraturan KPI No.02/P/KPI/03/2012, ayat (1) *"program siaran wajib dimanfaatkan untuk kepentingan publik dan tidak untuk kepentingan kelompok tertentu." Ayat (2) program siaran dilarang dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi pemilik lembaga penyiaran bersangkutan dan/ atau kelompoknya. Ayat (3) program siaran yang berisi tentang kesehatan masyarakat dilarang menampilkan penyedia jasa pelayanan kesehatan masyarakat yang tidak memiliki izin dari lembaga yang berwenang."*

2. Pengawasan Penyiaran Kampanye

Pengaturan tentang penyiaran kampanye diatur dalam ketentuan Pasal 290 UU No. 7 Tahun 2017. Penyiaran kampanye pemilu dilakukan oleh lembaga penyiaran dalam bentuk siaran monolog, dialog yang melibatkan

suara dan/atau gambar pemirsa atau suara pendengar, debat peserta pemilu, serta jajak pendapat. Selain itu pemilihan narasumber, tema, moderator dan tata cara penyelenggaraan siaran tersebut diatur oleh lembaga penyiaran dengan mematuhi larangan dalam Kampanye, serta dapat mengikutsertakan masyarakat.

Dalam hal lembaga penyiaran yang melakukan penyiaran kampanye Pemilu mengacu pada ketentuan UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran dan larangan dalam Kampanye sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 280 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu. Lembaga penyiaran yang melakukan penyiaran kampanye Pemilu dapat berupa lembaga penyiaran publik maupun lembaga penyiaran swasta. Lembaga penyiaran publik dalam menyiarkan kampanye Pemilu sesuai dengan asas pendiriannya bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat sesuai ketentuan Pasal 14 ayat (1) UU No. 32 Tahun 2002. Sementara lembaga penyiaran swasta dalam menyiarkan kampanye Pemilu bersifat komersial sesuai ruang lingkup penyelenggaraan jasa penyiaran radio atau televisi.

Larangan dalam kampanye diatur dalam ketentuan Pasal 280 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017, yaitu:

- a) mempersoalkan dasar negara Pancasila, pembukaan' Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia, Tahun 1945, dan bentuk

Negara Kesatuan Republik Indonesia;

- b) melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- c) menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;
- d) menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat;
- e) mengganggu ketertiban umum;
- f) mengancam untuk melakukan kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada seseorang, sekelompok anggota masyarakat, dan/atau peserta Pemilu yang lain;
- g) merusak dan/atau menghilangkan alat peraga kampanye Peserta Pemilu;
- h) menggunakan fasilitas pemerintah, tempat ibadah, dan tempat pendidikan;
- i) membawa atau menggunakan tanda gambar dan/atau atribut selain dari tanda gambar dan/atau atribut peserta Pemilu yang bersangkutan; dan
- j) menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta Kampanye Pemilu.

Selain itu, media massa cetak, media daring, media sosial selama masa tenang dilarang menyiarkan berita, iklan, rekam jejak peserta Pemilu atau bentuk lainnya yang

mengarah pada kepentingan Kampanye Pemilu yang menguntungkan atau merugikan Peserta Pemilu²⁵.

3. Pengawasan Iklan kampanye

UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum mengalami perubahan pada beberapa ketentuan menjadi UU No. 7 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum Menjadi Undang-Undang.

Pasal 276 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2023 selain memuat ketentuan pelaksanaan kampanye melalui pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka, penyebaran bahan kampanye Pemilu kepada umum dan pemasangan alat peraga di tempat umum, ditambahkan 3 metode kampanye antara lain kampanye melalui media sosial, debat Pasangan calon tentang materi Kampanye Pasangan Calon, dan kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye Pemilu dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sementara ketentuan pada ayat (2) masih sama seperti norma semula. Bunyi Pasal 276 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2023 yaitu:

“Kampanye Pemilu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 267 dan Pasal 275 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf e, huruf h, dan huruf i, dilaksanakan sejak 25 (dua puluh lima) hari setelah

²⁵. Pasal 287 ayat (5) UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu.

ditetapkan daftar calon tetap anggota DPR, anggota DPD, anggota DPRD provinsi, dan anggota DPRD kabupaten/kota untuk Pemilu anggota DPR, anggota DPD, dan anggota DPRD serta dilaksanakan sejak 15 (lima belas) hari setelah ditetapkan Pasangan Calon untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden sampai dengan dimulainya Masa Tenang”

Norma pasal 291 ayat (1) mengatur mengenai bentuk iklan kampanye pemilu yaitu iklan komersial dan iklan layanan untuk masyarakat. Ketentuan mengenai iklan komersial diatur dalam pasal 1 angka 6 UU No. 32 Tahun 2002, bahwa siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan. Ketentuan mengenai iklan layanan masyarakat pasal 1 angka 7, bahwa siaran iklan layanan masyarakat adalah siaran iklan non komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.

Pasal 46 UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran mengatur sejumlah ketentuan mengenai siaran iklan. Selain wajib memenuhi prinsip dan asas penyiaran yang

terkandung dalam Pasal 2, pasal 3, pasal 4 dan Pasal 5, siaran iklan dilarang melakukan 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, atau kelompok lain²⁶. Selain itu, KPI mengeluarkan persyaratan materi iklan yang disiarkan melalui lembaga penyiaran²⁷. Waktu siaran iklan layanan masyarakat untuk Lembaga Penyiaran Swasta paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) dari siaran iklan niaga, sedangkan untuk Lembaga Penyiaran Publik paling sedikit 30% (tiga puluh per seratus) dari siaran iklannya²⁸.

Bahwa dalam menyiarkan iklan kampanye Pemilu, perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita sebagai lembaga penyiaran tunduk terhadap larangan pemasangan iklan sesuai ketentuan Pasal 13 UU No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers. Berdasarkan ketentuan Pasal 16 ayat (1) UU No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Lembaga penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Perusahaan Pers Pasal 1 angka 2 UU No. 40 Tahun 1999 adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan

26. Pasal 46 ayat (3) huruf a UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

27. Ayat (4).

28. Ayat (9).

media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan atau menyalurkan informasi.

Dalam hal pemasangan iklan kampanye, lembaga penyiaran selain tunduk pada ketentuan UU No. 32 Tahun 2002 dan Pedoman Perilaku Penyiaran yang ditetapkan KPI juga mematuhi larangan pemuatan iklan sebagaimana diatur dalam Pasal 13 huruf a UU No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers, *“Perusahaan pers dilarang memuat iklan: a. yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antarumat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat.”*

4. Potensi Pelanggaran Penyiaran di Luar Masa Kampanye

UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu dan UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran memuat ketentuan sanksi atas tindak pidana terkait dengan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye Pemilu. Pelaksanaan kampanye di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU secara berjenjang berakibat pada sanksi pidana badan sekaligus pengenaan denda. Pasal 492 UU No. 7 Tahun 2017 menyebutkan:

“Setiap orang yang dengan sengaja melakukan Kampanye Pemilu di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota untuk setiap Peserta Pemilu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 276 ayat (2), dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun dan denda paling banyak Rp. 12.000.000,00 (dua belas juta rupiah)”

Pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye yang melanggar larangan kampanye, khususnya Pasal 280 ayat (1) huruf c, huruf d, dan huruf e berakibat sanksi pidana badan sekaligus pengenaan denda. Pasal 521 UU No. 7 Tahun 2017 menyebutkan:

“Setiap pelaksana, peserta, dan/atau tim Kampanye Pemilu yang dengan sengaja melanggar Larangan pelaksanaan Kampanye Pemilu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 280 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf e, huruf f, huruf g, huruf h, huruf i, atau huruf j dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp.24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah)”

Pelanggaran terhadap larangan kampanye dalam Pasal 280 UU No. 7 Tahun 2017 terkait pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye antara lain:

- a) Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon dan/atau peserta pemilu yang lain;
- b) Menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat;
- c) Mengganggu ketertiban umum.

Di sisi lain, pelanggaran terhadap prinsip, asas dan tujuan penyiaran dalam melakukan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye berakibat pada pengenaan sanksi pidana badan dan/atau pengenaan sanksi denda. Potensi pelanggaran pidana akibat melanggar ketentuan

isi siaran yang bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan/atau bohong, serta mempertentangkan suku, agama, ras dan antar golongan sebagaimana diatur dalam Pasal 36 ayat (5) UU No. 32 Tahun 2002. Pasal 57 UU No. 32 Tahun 2002 menyebutkan:

“Dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) untuk penyiaran radio dan dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) untuk penyiaran televisi, setiap orang yang: d. melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 ayat (5); e. melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 ayat (6).”

Pelanggaran terhadap asas, prinsip dan tujuan penyiaran dalam hal memberitakan, menyiarkan dan pemasangan iklan kampanye berdampak pada pidana badan dan/atau pengenaan denda apabila siaran iklan komersial mengandung hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama sebagaimana diatur dalam Pasal 46 ayat (3) huruf d UU No. 32 Tahun 2002. Pasal 58 UU No. 32 Tahun 2002 menyebutkan:

“Dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) untuk penyiaran radio dan dipidana dengan pidana penjara

*paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) untuk penyiaran t huruf televisi, setiap orang yang:
d. melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 ayat (3)."*

BAB III

Landasan Konseptual

BAB III

LANDASAN KONSEPTUAL

3.1 Fokus Pengawasan Media Penyiaran (TV dan Radio)

Fokus pengawasan penyiaran, khususnya TV dan radio, di Indonesia diatur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sesuai dengan UU 32 tahun 2002 (UU Penyiaran). KPI memiliki wewenang untuk mengatur dan menciptakan regulasi dalam bidang penyiaran. Salah satu regulasi yang dihasilkan adalah P3SPS, atau Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran. P3SPS dirancang berdasarkan masukan dari berbagai kalangan masyarakat, mulai dari akademisi, organisasi masyarakat, hingga praktisi penyiaran. Pedoman ini menjadi dasar bagi Lembaga Penyiaran dalam menayangkan program siaran televisi yang informatif, berkualitas, sehat, dan bermartabat.

Pengaturan terkait P3SPS diatur dalam peraturan KPI Nomor 01/P/KPI03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Nomor 02/P/KPI03/2012 tentang Standar Program Siaran. Pedoman ini wajib dipatuhi oleh penyelenggara penyiaran baik TV maupun radio. Tujuannya adalah agar pemanfaatan tayangan bagi publik dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat. Peraturan ini tidak dimaksudkan untuk membatasi atau menghambat kreativitas pelaku penyiaran. Sebaliknya, peraturan ini dibuat demi pengembangan kreativitas pelaku penyiaran dengan tetap mematuhi norma-norma, etika, dan hukum yang berlaku. Singkatnya, regulasi ini menjadi representasi kepentingan masyarakat banyak terhadap perkembangan dunia penyiaran di Indonesia.

Pengawasan televisi dan radio adalah elemen penting dalam menjaga integritas dan kualitas konten yang disiarkan kepada publik. Undang-Undang dan peraturan-peraturan terkait, tapi tidak terbatas pada Undang-Undang Penyiaran Indonesia No. 32 tahun 2002 dan regulasi KPI (Komisi Penyiaran Indonesia), memberikan kerangka kerja untuk memastikan bahwa konten yang disiarkan mematuhi standar tertentu. Pertama, peraturan tersebut menetapkan bahwa konten yang disiarkan harus berimbang dan tidak memihak, mencerminkan prinsip-prinsip demokrasi, hukum dan hak asasi manusia, serta menjaga ketertiban publik dan kepentingan nasional. Konten juga harus memberikan informasi, pendidikan, dan hiburan yang sehat untuk semua segmen masyarakat.

Kedua, peraturan tersebut melarang penyebaran konten yang mengandung unsur kebencian, diskriminasi, atau kekerasan. Ini termasuk konten yang merendahkan, mempermalukan, atau menyerang individu atau kelompok berdasarkan ras, agama, gender, atau karakteristik lainnya. Konten yang mendorong atau mempromosikan tindakan ilegal atau tidak etis juga dilarang.

Ketiga, peraturan tersebut mencakup kewajiban untuk melindungi anak-anak dan kelompok rentan lainnya. Konten yang ditujukan untuk anak-anak harus bebas dari kekerasan, seksualitas, dan bahasa atau perilaku kasar. Konten yang berpotensi merugikan atau mempengaruhi negatif kelompok rentan harus ditandai dengan jelas dan hanya boleh disiarkan pada waktu-waktu tertentu. Keempat, peraturan tersebut juga mencakup pembatasan pada iklan. Iklan harus jujur dan tidak menyesatkan, dan tidak boleh mempromosikan produk atau layanan yang ilegal atau berbahaya. Ada juga batasan pada jumlah iklan yang dapat disiarkan dalam satu jam dan pada saat-saat tertentu.

Pengawasan dan penegakan peraturan ini dilakukan oleh KPI dan badan pengawas lainnya. Mereka memiliki kewenangan untuk menerima dan menyelidiki keluhan, melakukan audit dan inspeksi, serta memberikan sanksi jika diperlukan. Sanksi bisa berupa peringatan, teguran tertulis, denda, atau dalam kasus yang ekstrem, pencabutan izin penyiaran. Dalam menjalankan fungsi pengawasan ini, penting bagi badan pengawas untuk menjaga

keseimbangan antara melindungi publik dan menghormati kebebasan berbicara dan berpendapat. Mereka juga harus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren penyiaran, serta memastikan bahwa peraturan mereka mencerminkan dan merespons perubahan tersebut.

3.2 Penyiaran Iklan Pemilihan Umum

Peran dan fungsi KPI dalam melakukan pengawasan terhadap pemilihan umum (Pemilu) menjadi sangat penting dan krusial dalam menjaga keadilan dan kelancaran proses penyiaran serta pemilihan. Terlebih dalam hal penindakan penyalahgunaan regulasi iklan kampanye. Selain itu, dengan pengawasan sejak dari masa persiapan, KPI telah mencegah tindakan Paslon atau Parpol yang memiliki sumber daya besar, yang dapat menggerakkan pemanfaatan media penyiaran untuk mengkampanyekan dan/atau mensosialisasikan Paslon tersebut, di luar dari jadwal yang telah ditetapkan.

Tabel 6. Fokus Pengawasan Penyiaran Pemilihan Umum 2024

No	Fokus Pengawasan	Tahap/Non Tahapan
1	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi penyelenggaraan dan/atau pengawasan serta peserta pemilihan umum (Pemilu 2024). Pengawasan berdasarkan jadwal kampanye	a) Persiapan b) Pendaftaran dan penetapan calon c) Kampanye penyiaran d) Masa tenang Pungut hitung

2	Pelanggaran asas, tujuan, arah, dan ruang lingkup penyiaran yang terdiri dari; nilai kesukuan, agama, ras, dan golongan, norma kesopanan dan kesusilaan, etika profesi, kepentingan publik, layanan publik, hak privasi, perlindungan anak, perlindungan kepada masyarakat tertentu, muatan seksual, kekerasan, program rokok, NAPZA dan minuman beralkohol, perjudian, mistik dan supranatural.	
3	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye pasangan calon yang berisikan konten isi siaran; mempersoalkan dasar negara dan Pancasila, menghina pasangan calon menggunakan SARA, menghasut dan memfitnah maupun mengadu domba, kekerasan dan ancaman kekerasan.	a) Persiapan b) Pendaftaran dan penetapan calon c) Kampanye penyiaran d) Masa tenang Pungut hitung
4	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye pasangan calon yang melibatkan orang-orang yang dilarang seperti; pejabat BUMN/BUMD, ASN/TNI/Polri, Kepala Desa dsb.	a) Persiapan b) Pendaftaran dan penetapan calon c) Kampanye penyiaran d) Masa tenang Pungut hitung
5	Durasi penayangan Iklan pada Televisi dan/atau Radio	Kampanye penyiaran
6	Penyiaran Sosialisasi dan/atau kampanye yang dilakukan kelompok masyarakat dan/atau survei dan/atau jajak pendapat	a) Persiapan b) Pendaftaran dan penetapan calon c) Kampanye penyiaran d) Masa tenang Pungut hitung

7	Pencatatan pembiayaan penyiaran sosialisasi, kampanye yang dilakukan kelompok masyarakat dan/atau jajak lembaga survei pendapat sebagai sumbangan dana kampanye Paslon (Pelanggaran atas Pembatasan Dana Kampanye dan Sumber Sumbangan Dana Kampanye).	Non tahapan pelaporan dana kampanye
8	Penayangan pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye paslon ditayangkan sesuai dengan klasifikasi program siaran berdasarkan kelompok usia Remaja (13-17 tahun) dengan imbauan atau peringatan tambahan tentang arahan dan bimbingan orang tua yang ditayangkan pada awal tayangan program siaran, sebagai bagian dari pendidikan politik sejak dini, dan pada jam tayangan klasifikasi Dewasa, yang merupakan kategori wajib pilih berdasarkan Undang-Undang Pemilihan. Selain itu, hal ini berkaitan dengan perlindungan hak anak atas penyiaran yang disesuaikan dengan kepentingan anak tanpa ada muatan politik apapun (Perlindungan anak dari kepentingan politik).	<ul style="list-style-type: none"> a) Persiapan b) Pendaftaran dan penetapan calon c) Kampanye penyiaran d) Masa tenang Pungut hitung

3.3 Perumusan Objek Pengawasan

Perumusan Objek Pengawasan dalam pengawasan penyiaran penyelenggaraan pemilihan umum, didasarkan pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Di mana, penyiaran Pemilihan yang akan disiarkan, pastinya merupakan bagian dari program siaran dari lembaga penyiaran. Oleh sebab itu, program siaran

menjadi Objek Pengawasan dalam pengawasan Penyiaran Pemilihan. Merujuk Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), terdapat banyak program siaran yang dimungkinkan untuk digunakan sebagai media dalam mensosialisasikan dan/atau mengkampanyekan pasangan calon.

KPI mengerucutkan pada 8 (delapan) program siaran yang paling dimungkinkan untuk menjadi objek pengawasannya. Adapun objek pengawasan KPI dalam penyelenggaraan penyiaran pemilihan adalah sebagai berikut:

- a) **Program Faktual:** Program ini memuat laporan, berita, atau fakta yang bersumber dari kejadian atau peristiwa sebenarnya. Dalam konteks pemilihan umum, program ini biasanya digunakan untuk memberikan informasi atau berita mengenai proses pemilihan, profil calon, dan lainnya.
- b) **Program Non Faktual:** Program ini bisa berupa drama, film, atau acara hiburan lainnya yang tidak selalu berdasarkan fakta. Dalam konteks pemilihan, program ini mungkin digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye dalam bentuk yang lebih ringan dan menghibur.
- c) **Program Layanan Publik:** Program ini biasanya digunakan untuk memberikan informasi publik yang penting dan perlu diketahui oleh masyarakat. Dalam konteks pemilihan, program

ini bisa digunakan untuk memberikan informasi mengenai tata cara pemilihan, hak dan kewajiban pemilih, serta informasi penting lainnya terkait pemilihan.

- d) **Program Siaran Jurnalistik:** Program ini biasanya berisi laporan jurnalistik atau liputan khusus yang disajikan oleh jurnalis. Dalam konteks pemilihan, program ini bisa berisi liputan khusus mengenai pemilihan, wawancara dengan calon, atau analisis terhadap isu-isu yang menjadi perhatian dalam pemilihan.
- e) **Program Lokal:** Program ini biasanya berfokus pada isu-isu lokal dan biasanya disiarkan oleh stasiun televisi atau radio lokal. Dalam konteks pemilihan umum, program ini sangat penting karena bisa digunakan untuk membahas isu-isu lokal yang relevan dengan pemilihan.
- f) **Program Kuis:** Program ini berisi permainan atau kuis yang biasanya melibatkan penonton atau pendengar. Dalam konteks pemilihan, program ini bisa digunakan untuk mengedukasi pemilih dengan cara yang lebih interaktif dan menarik.
- g) **Program Pemilihan:** Program ini secara spesifik berisi konten yang berhubungan dengan pemilihan. Hal ini bisa berupa debat calon, penjelasan mengenai visi-misi calon, atau bahkan penghitungan suara.
- h) **Program Iklan:** Program ini berisi iklan, baik itu

iklan niaga atau layanan masyarakat. Dalam konteks pemilihan, program ini bisa digunakan untuk menyiarkan iklan kampanye atau iklan yang berisi informasi penting mengenai pemilihan.

3.4 Objek Pengawasan Media Penyiaran

Pengawasan media penyiaran merupakan suatu aspek penting dalam upaya memastikan integritas dan kualitas konten yang disiarkan kepada publik. Dalam konteks Indonesia, pengawasan ini diatur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sesuai dengan UU 32 tahun 2002 dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Berikut adalah objek pengawasan media penyiaran yang perlu diperhatikan:

- a) **Konten Siaran:** Dalam konteks Pemilu konten yang disiarkan harus informatif, berkualitas, sehat, dan bermartabat. Ini mencakup berita, program hiburan, program pendidikan, dan iklan. Konten harus memenuhi standar tertentu dan tidak boleh mengandung unsur kebencian, diskriminasi, atau kekerasan. Konten yang merendahkan, mempermalukan, atau menyerang individu atau kelompok berdasarkan ras, agama, gender, atau karakteristik lainnya juga dilarang.
- b) **Perlindungan Kelompok Rentan:** Semua kandidat dan partai politik dalam kontestasi pemilihan umum diharuskan melindungi kelompok rentan, diantaranya: anak-anak dan kelompok rentan

lainnya dari konten yang berpotensi merugikan. Konten yang ditujukan untuk anak-anak harus bebas dari kekerasan, seksualitas, dan bahasa atau perilaku kasar. Konten yang berpotensi merugikan atau mempengaruhi negatif kelompok rentan harus ditandai dengan jelas dan hanya boleh disiarkan pada waktu-waktu tertentu.

- c) Iklan: Iklan kampanye harus mematuhi beberapa prinsip dasar untuk memastikan integritas proses pemilu harus jujur dan tidak menyesatkan, serta tidak boleh mempromosikan produk atau layanan yang ilegal atau berbahaya. Ada juga batasan pada jumlah iklan yang dapat disiarkan dalam satu jam dan pada saat-saat tertentu.
- d) Standar Teknis: Dalam proses tahapan pemilu, penyiaran harus mematuhi standar teknis tertentu, termasuk kualitas gambar dan suara, serta pemakaian frekuensi.
- e) Pelanggaran Hukum: Media penyiaran harus memastikan bahwa mereka (peserta pemilu) tidak melanggar hukum, baik dalam produksi maupun dalam penyiaran konten mereka.

Pengawasan media penyiaran dilakukan melalui berbagai cara, termasuk menerima dan menyelidiki keluhan, aduan, serta memberikan sanksi jika diperlukan. Sanksi bisa berupa teguran tertulis, denda, atau dalam kasus yang ekstrim, pencabutan izin penyiaran. Namun, dalam melaksanakan pengawasan ini, penting bagi KPI dan

badan pengawas lainnya untuk menjaga keseimbangan antara melindungi publik dan menghormati kebebasan berbicara dan berpendapat.

Mereka juga harus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren penyiaran, serta memastikan bahwa peraturan mereka mencerminkan dan merespons perubahan tersebut. Singkatnya, objek pengawasan media penyiaran mencakup berbagai aspek, mulai dari konten yang disiarkan, perlindungan kelompok rentan, iklan, standar teknis, hingga pelanggaran hak cipta. Objek-objek pengawasan ini digunakan oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) untuk memastikan bahwa penyiaran pemilihan umum dilakukan dengan cara yang jujur, adil, dan transparan.

3.5 Lingkup Pengawasan

Ruang lingkup pengawasan KPI dalam pemilihan umum merupakan kepatuhan seluruh program siaran yang berkaitan dengan penyiaran pemilihan pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Pengawasan media penyiaran merupakan suatu tugas penting dan vital yang bertujuan untuk memastikan unsur-unsur yang disiarkan memenuhi standar kualitas, etika, dan hukum. Dalam konteks Indonesia, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah lembaga yang bertanggung jawab untuk mengatur dan melaksanakan pengawasan ini. Berikut ini adalah beberapa lingkup utama dalam pengawasan media penyiaran:

- a) **Pengawasan Konten:** Konten siaran adalah objek pengawasan utama. KPI memastikan bahwa konten yang disiarkan oleh stasiun televisi dan radio mematuhi Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Konten tersebut harus informatif, berkualitas, sehat, dan bermartabat, serta tidak boleh mengandung unsur kebencian, diskriminasi, atau kekerasan.
- b) **Perlindungan Hak Penonton dan Pendengar:** KPI juga bertugas melindungi hak penonton dan pendengar. Ini termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang akurat dan seimbang, hak untuk tidak menerima konten yang menyesatkan atau merendahkan, dan hak untuk melaporkan pelanggaran.
- c) **Pengawasan Iklan:** Iklan adalah bagian penting dari media penyiaran dan juga menjadi objek pengawasan. Iklan harus jujur dan tidak menyesatkan, serta tidak boleh mempromosikan produk atau layanan yang ilegal atau berbahaya. Jumlah iklan yang bisa disiarkan dalam satu jam juga diatur.
- d) **Pengawasan Teknis:** Aspek teknis penyiaran seperti kualitas gambar dan suara, serta penggunaan frekuensi juga berada dalam lingkup pengawasan KPI. Penyelenggara penyiaran diharapkan mematuhi standar teknis yang ditetapkan.

- e) Pengawasan terhadap Pelanggaran Hukum: KPI bertugas memastikan bahwa lembaga penyiaran tidak melanggar hukum, baik dalam proses produksi maupun penyiaran konten. Pelanggaran hukum dapat berakibat pada sanksi yang berat, seperti pencabutan izin penyiaran.
- F) Pembinaan dan Pengembangan: Selain pengawasan, KPI juga bertugas membina dan mengembangkan industri penyiaran di Indonesia. Mereka berperan dalam merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan yang mendorong inovasi dan pertumbuhan di sektor ini.

Pengawasan media penyiaran bukan hanya tentang memberikan sanksi atas pelanggaran, tetapi juga tentang mendorong media penyiaran untuk terus meningkatkan kualitas konten mereka dan memberikan layanan yang terbaik untuk masyarakat. Dalam melaksanakan tugas ini, KPI harus menjaga keseimbangan antara melindungi kepentingan masyarakat dan menghormati kebebasan berbicara dan berkreasi dari lembaga penyiaran.

3.6 Pengawasan di Luar Masa Kampanye dan di Dalam Masa Kampanye

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah badan yang bertanggung jawab atas pengawasan dan regulasi penyiaran di Indonesia. Mereka berfungsi untuk memastikan bahwa penyiaran di Indonesia adil, seimbang,

dan tidak memihak. KPI memiliki serangkaian strategi dan metode untuk mengawasi penyiaran, baik di dalam maupun di luar masa kampanye pemilihan umum.

Media penyiaran memainkan peran krusial dalam masa kampanye politik. Di era digital ini, keberadaan media penyiaran, baik televisi maupun radio, menjadi sarana utama untuk menyampaikan pesan dan kampanye program kepada publik. Dalam konteks ini, pengawasan terhadap penyiaran media sangat penting untuk memastikan bahwa proses kampanye berjalan secara adil dan transparan. Media penyiaran bertugas sebagai jembatan antara calon dan pemilih. Media memberikan wadah bagi calon untuk memaparkan visi, misi, dan program mereka kepada pemilih. Selain itu, media juga berperan dalam mendidik pemilih tentang proses pemilihan dan pentingnya partisipasi politik.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan lembaga yang bertugas mengatur dan menciptakan regulasi dalam bidang penyiaran di Indonesia berdasarkan pada UU 32 tahun 2002 (UU Penyiaran). Salah satu regulasi yang dibuat oleh KPI adalah Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), yang menjadi dasar bagi Lembaga Penyiaran dalam menayangkan program siaran televisi yang informatif, berkualitas, sehat, dan bermartabat. Regulasi ini disusun berdasarkan masukan dari kalangan masyarakat, akademisi, ormas, dan praktisi penyiaran.

Dalam konteks pemilu, KPI bekerja sama dengan

Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) untuk mengatur dan mengawasi iklan kampanye di media penyiaran. KPI memiliki peran penting dalam mengawasi media penyiaran dan melakukan koordinasi dengan Bawaslu dan KPU terkait program acara atau siaran yang dinilai sebagai kampanye politik. Pada dasarnya, KPI bertugas mengawasi medianya, bukan partai atau yang beriklan.

Pengawasan ini dilakukan untuk memastikan bahwa pemberitaan, siaran program, dan kampanye iklan disajikan secara adil, berimbang, dan independen. Hal ini penting untuk membantu penyelenggaraan pemilu yang demokratis. Para anggota gugus tugas ini meminta dukungan media untuk selalu menyiarkan pemberitaan yang berimbang, tidak mengandung unsur *framing* dan juga menjaga independensi lembaga penyiaran masing-masing. Salah satu tujuan utama dari kerja sama ini adalah menjalankan Peraturan Komisi Pemilihan Umum dan Peraturan Bawaslu secara progresif, dalam rangka menjamin proses kampanye khususnya penyiaran dan pemberitaan berlangsung dengan adil dan edukatif bagi pemilih.

a) Di Luar Masa Kampanye Pemilihan Umum

KPI adalah lembaga negara yang berfungsi untuk mengatur dan mengawasi penyiaran di Indonesia. KPI didirikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Fungsi dan peran KPI tidak terbatas pada masa kampanye saja, tetapi juga berlaku sepanjang

waktu. Berikut adalah beberapa peran KPI di luar masa kampanye:

1. Mengawasi Pelaksanaan Penyiaran: KPI memiliki kewenangan untuk memantau dan mengawasi penyiaran, termasuk program-program yang disiarkan, iklan, dan konten lainnya. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa penyiaran di Indonesia mematuhi standar dan peraturan yang berlaku.
2. Maksud Penyiaran: KPI juga berfungsi untuk mengatur penyiaran di Indonesia, termasuk menetapkan standar dan pedoman penyiaran.
3. Perlindungan Konsumen: KPI berperan dalam melindungi hak-hak konsumen sebagai pemirsa dan pendengar. Misalnya, KPI bisa menerima dan menangani pengaduan dari masyarakat tentang konten penyiaran yang dianggap merugikan.
4. Pendidikan Masyarakat: KPI juga memiliki peran dalam mendidik masyarakat tentang penyiaran dan hak-hak mereka sebagai media konsumen. Misalnya, KPI bisa melakukan kampanye tentang bahaya konten yang tidak sehat dan atau memberikan pemahaman terhadap masyarakat tentang cara mengajukan pengaduan.
5. Mendorong Kreativitas dan Inovasi: KPI berperan dalam mendorong kreativitas dan inovasi dalam penyiaran di Indonesia. Misalnya, KPI bisa mengadakan kompetisi atau penghargaan untuk

- program-program yang inovatif dan berkualitas.
6. Mengadvokasi Kepentingan Publik: KPI berperan dalam mengadvokasi kepentingan publik dalam penyiaran, misalnya dengan mendorong penyiaran yang berorientasi pada pendidikan, kesejahteraan sosial, dan keragaman budaya.

b) Di Dalam Masa Kampanye Pemilihan Umum

Pengawasan media penyiaran saat masa kampanye merupakan hal yang sangat penting untuk memastikan adanya praktik yang adil dan berimbang dalam proses demokrasi. Masa kampanye adalah periode dimana kandidat dan partai politik berusaha untuk menyampaikan visi, misi, dan program mereka kepada publik melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media penyiaran. Selama periode kampanye, KPI memiliki beberapa tanggung jawab dan tugas penting untuk memastikan penyiaran kampanye berjalan sesuai dengan hukum dan etika. Berikut adalah beberapa tindakan yang harus dilakukan oleh KPI:

1. Pengawasan Konten: KPI perlu melakukan pemantauan secara kontinu terhadap konten yang disiarkan oleh Lembaga penyiaran selama periode kampanye. Ini termasuk menilai apakah konten kampanye mematuhi aturan dan peraturan yang ada, seperti pembatasan waktu siaran, pelarangan penyebaran ujaran kebencian atau fitnah, dan lainnya.
2. Penegakan Hukum: Jika KPI menemukan

- pelanggaran hukum atau regulasi dalam penyiaran kampanye, mereka harus bertindak dengan menerapkan sanksi sesuai dengan tingkat pelanggarannya.
3. Laporan dan Tindak Lanjut: KPI harus menerima dan menangani laporan dari masyarakat tentang pelanggaran dalam penyiaran kampanye. Ini termasuk melakukan investigasi terhadap laporan tersebut dan mengambil tindakan yang sesuai.
 4. Komunikasi dan Kerjasama: KPI harus berkomunikasi dan bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk stasiun televisi dan radio, pihak pemilu, dan masyarakat, untuk memastikan bahwa penyiaran kampanye berlangsung adil dan transparan.
 5. Pendidikan Publik: KPI juga harus berupaya mendidik masyarakat tentang hak dan kewajiban mereka dalam konteks media penyiaran, termasuk bagaimana melaporkan pelanggaran dan bagaimana menilai informasi yang mereka terima.

3.7 Strategi Pengawasan Penyiaran

Untuk memudahkan KPI dalam menjalankan fungsi, tugas dan wewenangnya dalam pengawasan penyiaran Pemilu, diperlukan strategi yang tepat, efektif dan efisien. Strategi ini tentunya harus dapat menjawab hasil pemetaan atas pemangku kepentingan dan fokus

pengawasan di setiap objek pengawasannya. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan kondisi subjektif maupun objektifitas kelembagaan, pengawasan penyiaran dalam pemilihan umum, menggunakan strategi pencegahan dan penindakan, serta pelibatan masyarakat dan/atau pemangku kepentingan penyiaran, sebagaimana dijelaskan berikut ini:

- a) Pengawasan Pencegahan Penyiaran Pemilihan
Pencegahan penyiaran Pemilihan adalah seluruh tindakan dan/atau aktivitas agar pelanggaran yang dimaksud dalam Undang-Undang Penyiaran dan Pemilihan tidak terjadi. Beberapa aktivitas pencegahan yang selama ini sudah dilakukan diantaranya melakukan sosialisasi peraturan penyiaran dan literasi media di luar pengawasan langsung.
- b) Pengawasan Penindakan Penyiaran Pemilihan
Pengawasan penindakan penyiaran Pemilihan adalah melakukan tindakan atau aktivitas dalam sebuah proses pemberian sanksi akibat terjadinya tindakan atau aktivitas yang diduga melanggar Undang-Undang Penyiaran dan Pemilihan. Terkait dengan terjadinya dugaan pelanggaran dalam penyiaran pemilihan, KPI melakukan tindakan penindakan, sebagaimana diatur dalam P3 dan SPS. Selain itu, KPI pun memberikan rekomendasi tertulis kepada penyelenggara Pemilu yang dalam hal ini KPU dan Bawaslu,

untuk ditindaklanjuti sebagaimana pengaturan dalam penyelenggaraan Pemilihan.

c) Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat dalam pengawasan penyiaran adalah sebuah aktivitas atau tindakan yang mengikutsertakan masyarakat dan/ atau kelompok masyarakat untuk melakukan pemantauan pada media penyiaran televisi dan radio. Sebagai salah satu langkah melibatkan masyarakat adalah dengan cara memberikan pemahaman dan informasi terkait penyiaran beserta seluruh regulasinya.

Selain mengikutsertakan masyarakat dalam proses pengawasan media penyiaran, tentunya KPI melakukan proses pemantauan langsung terhadap pelaksanaan siaran kepemiluan. KPI melakukan pemantauan langsung terhadap 43 televisi digital, 5 penyedia layanan televisi berlangganan dan 15 radio berjaringan dengan total 63 lembaga penyiaran.

Tabel 7. Lembaga Penyiaran yang Dipantau KPI

Jenis Kelamin	Jumlah SDM	Jam Kerja
Laki-Laki	78	a) 12.00-18.00 WIB b) 15.00-21.00 WIB c) 18.00-00.00 WIB d) 00.00-06.00 WIB
Perempuan	38	e) 06.00-12.00 WIB f) 07.00-13.00 WIB g) 08.00-14.00 WIB h) 09.00-15.00 WIB

Dalam proses pemantauan ini, KPI menerapkan beberapa sistem, termasuk diantaranya sumber daya manusia (SDM), jumlah personel pemantau dan juga sistem kerja para pemantau. KPI melibatkan SDM pemantau langsung yang berjumlah 142 personel dengan komposisi 116 tenaga analis pemantau langsung, 18 tenaga visual data, 7 tenaga analis penyedia dan 1 personil tenaga ahli madya isi siaran. Tenaga analis pemantau langsung bekerja berdasarkan *shift* dan sistem kerja 6:2. Sementara untuk tenaga visual data, analisis penyedia dan tenaga ahli madya bekerja berdasarkan jam kerja kantor (*office hour*). Kemudian, 116 tenaga analis pemantau langsung terbagi dalam komposisi gender 78 SDM pemantau laki-laki dan 38 SDM perempuan.

BAB IV

Metodologi Pengawasan Penyiaran Dalam Pemilu

BAB IV

METODOLOGI PENGAWASAN PENYIARAN DALAM PEMILU

Pengawasan terhadap penyelenggaraan Pemilu merupakan suatu kehendak yang didasarkan pada kepedulian luhur (*ultimate concern*) demi mencapai kualitas penyelenggaraan Pemilu yang berintegritas, adil dan *legitimate*. Kontribusi utama pengawasan Pemilu, selain untuk mendorong kualitas, juga memiliki peranan penting bagi keberlanjutan demokratisasi di Indonesia. Dengan demikian, Pemilu yang dijalankan tanpa mekanisme dan iklim pengawasan yang bebas dan mandiri, akan menjadikan Pemilu menjadi proses yang mengukuhkan kekuasaan yang absolut dan rawan kecurangan. Dalam situasi tersebut, Pemilu telah kehilangan legitimasinya dan pemerintahan yang dihasilkan sesungguhnya juga tidak memiliki legitimasi.

Pengawasan Pemilu menjadi kebutuhan dasar (*basic an objective needs*) dari tiap-tiap Pemilu. Peran setiap institusi yang terlibat dalam memelihara integritas pemilu menjadi sangat penting untuk didefinisikan secara jelas dalam kerangka hukum. Dalam konteks pengawasan penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye Pemilu, pekerjaan tersebut berada dalam satu rangkaian yang diamanatkan oleh pasal 287 – 297 Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, kemudian ditindaklanjuti secara teknis ke dalam Surat Edaran Komisi Penyiaran Indonesia No. 1 Tahun 2019 tentang Pengawasan Penyiaran, Pemberitaan, dan Iklan Kampanye Pemilu 2019. Surat edaran ini juga merujuk pada Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, serta Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Ketentuan di atas mengatur kewenangan pengawasan KPI terhadap pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu selama masa kampanye, masa tenang dan pemungutan suara yang pelaksanaan kewenangannya sebagai berikut:

Tabel 8. Ruang Lingkup dan Kewenangan KPI Terhadap Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye Pemilu

Ruang Lingkup	Kewenangan
Tingkat Nasional/ Pusat	Gugus Tugas tingkat nasional/pusat melakukan kajian bersama atas hasil pemantauan, laporan, dan pengaduan masyarakat serta mengeluarkan kesimpulan atas dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di lembaga penyiaran berjangkauan (nasional) dan berlangganan.

Tingkat Nasional/ Pusat	Gugus Tugas tingkat nasional/pusat mengeluarkan rekomendasi sanksi atas pelanggaran yang dilakukan oleh Peserta Pemilu berdasarkan hasil kesimpulan untuk ditindaklanjuti sesuai kewenangan masing-masing lembaga.
	KPI Pusat menindaklanjuti rekomendasi yang dikeluarkan Gugus Tugas tingkat nasional/pusat kepada lembaga penyiaran berjangkauan (nasional) dan/atau berlangganan
Tingkat Provinsi	Gugus Tugas tingkat Provinsi melakukan kajian bersama atas hasil pemantauan, laporan, dan pengaduan masyarakat serta mengeluarkan kesimpulan atas dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas
	Gugus Tugas tingkat Provinsi mengeluarkan rekomendasi sanksi atas pelanggaran yang dilakukan oleh Peserta Pemilu berdasarkan hasil kesimpulan untuk ditindaklanjuti sesuai kewenangan masing-masing lembaga
	KPI Daerah menindaklanjuti rekomendasi yang dikeluarkan Gugus Tugas tingkat Provinsi kepada lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas.
Tingkat Kabupaten/ Kota	Gugus Tugas tingkat kabupaten/kota melakukan kajian bersama atas hasil pemantauan, laporan, dan pengaduan masyarakat serta mengeluarkan kesimpulan atas dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas

	Gugus Tugas tingkat kabupaten/kota mengeluarkan rekomendasi sanksi atas pelanggaran yang dilakukan oleh Peserta Pemilu berdasarkan hasil kesimpulan untuk ditindaklanjuti sesuai kewenangan masing-masing lembaga
	KPI Daerah menindaklanjuti rekomendasi yang dikeluarkan Gugus Tugas tingkat Kabupaten/ Kota kepada lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas

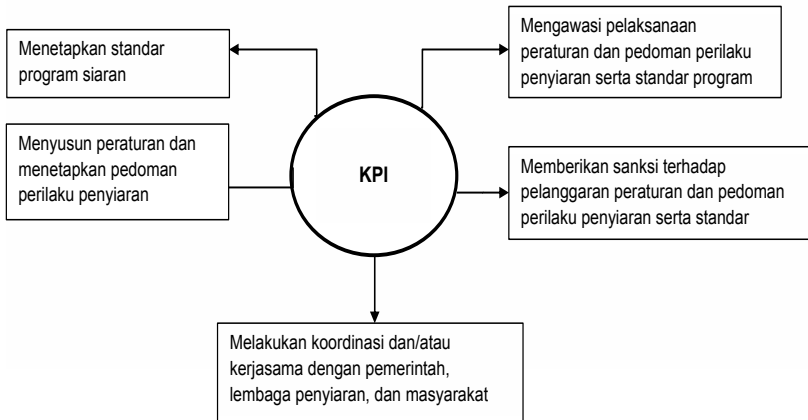
Sumber: diolah dari Surat Edaran Komisi Penyiaran Indonesia No. 1 Tahun 2019 tentang Pengawasan Penyiaran, Pemberitaan, dan Iklan Kampanye Pemilu 2019.

Dalam hal Pemilu, kewenangan pengawasan KPI terhadap penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye Pemilu diatur secara teknis dalam keputusan bersama antara Badan Pengawas Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum, dan Komisi Penyiaran Indonesia serta Dewan Pers tentang Gugus Tugas Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye Dalam Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024. Dalam putusan bersama tersebut diatur bahwa dalam melakukan pengawasan dan pemantauan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu tahun 2024, KPI perlu melaksanakan koordinasi antar lembaga yang diatur dalam ketentuan putusan bersama ini. Oleh sebab itu, pada Surat Edaran KPI di atas diatur secara teknis kewenangan KPI dalam hal pengawasan terhadap lembaga penyiaran, pemberitaan dan iklan kampanye di berbagai tingkatan.

Peraturan bersama ini juga menambahkan ruang lingkup pengawasan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye dalam Pemilu yang juga meliputi tahapan sebelum kampanye (sosialisasi peserta pemilu). Ketentuan ini melengkapi kewenangan yang diatur dalam SE KPI No.1/2019 yang hanya mengatur kewenangan pengawasan Pemilu dalam masa kampanye, masa tenang dan pemungutan suara. Berdasarkan keputusan bersama tersebut, posisi masing-masing lembaga dalam melakukan pengawasan semakin terspesifikasi berdasarkan wilayah kewenangan masing-masing. Artinya, posisi KPI semakin terarah untuk menindaklanjuti lembaga penyiaran yang melanggar, berdasarkan rekomendasi dari Bawaslu. Namun demikian, KPI hanya dapat memberikan sanksi berupa teguran tertulis atau pengurangan durasi acara, bukan pada pencabutan siaran. Walaupun pelanggaran yang dilakukan sudah melewati batas, KPI hanya berhak memberikan rekomendasi kepada Kemenkominfo untuk mengevaluasi masalah perizinan, apakah diperpanjang atau dicabut.

Selain itu, fokus pengawasan KPI dalam Pemilu tidak hanya terbatas dalam peraturan bersama antara Bawaslu, KPU dan Dewan Pers saja. Sebab, menurut UU No. 32/2002 tentang Penyiaran Pasal 7 ayat (2) disebutkan bahwa KPI sebagai lembaga negara bersifat independen dalam mengatur hal-hal mengenai penyiaran. Berdasarkan ketentuan tersebut KPI dalam menjalankan fungsinya mempunyai wewenang:

Bagan 1. Kewenangan KPI Berdasarkan UU No. 32/2002



Berdasarkan bagan di atas dapat disimpulkan bahwa fokus pengawasan KPI dalam Pemilu bisa saja diperluas selain melalui Gugus Tugas, KPI juga bisa mengawasi pelaksanaan peraturan dan memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan, baik sebelum tahapan Pemilu maupun dalam tahapan Pemilu.

4.1 Pengawasan Pemberitaan, Iklan dan Penyiaran Pemilu

Lingkup pengawasan KPI dalam Pemilu adalah kepatuhan seluruh program siaran yang berkaitan dengan penyiaran Pemilu pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran.

Secara garis besar dapat dijelaskan bahwa yang menjadi fokus pengawasan siaran kampanye Pemilu

meliputi aspek legalitas lembaga penyiaran, *content* siaran termasuk pemanfaatan anak-anak dalam iklan kampanye, durasi dan frekuensi iklan, presentase siaran iklan. Di samping itu, juga soal pelaksanaan jajak pendapat (*pooling*), penghitungan cepat (*quick count*), ketaatan pada prinsip-prinsip jurnalistik, serta larangan melakukan *blocking* program/segmen.

Khususnya soal pengawasan penayangan penghitungan cepat (*quick count*) menjadi hal yang riskan. Pada Pilpres 2014 menjadi contoh bagaimana lembaga survei dapat berbeda menampilkan hasil penghitungan cepat (*quick count*) yang berbeda, perbedaan antar lembaga survei begitu mencolok. Ada 7 lembaga survei yang memenangkan Jokowi-JK, yakni Populi Center, CSIS, Litbang Kompas, Indikator Politik Indonesia, LSI, RRI, dan SMRC. Di sisi lain, ada 4 lembaga survei yang memenangkan Prabowo-Hatta. Di antaranya Puskaptis, Indonesia Research Center, Lembaga Survei Nasional, dan Jaringan Suara Indonesia. Adapun perbedaannya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 9. Perbandingan Hasil Lembaga Survei

No	Pengawasan	Prabowo - Hata	Jokowi - JK
1	Populi Center	49,05	50,95
2	CSIS	48,10	51,90
3	Litbang Kompas	47,66	52,33
4	Indikator Politik Indonesia	47,05	52,95
5	Lingkaran Survei Indonesia	46,63	53,37
6	Radio Republik Indonesia	47,32	52,68
7	Saiful Mujani Research Center	47,09	52,91
8	Puskaptis	52,05	47,95
9	Indonesia Research Center	51,11	48,89
10	Lembaga Survei Nasional	50,56	49,94
11	Jaringan Suara Indonesia	50,13	49,87

Sumber : *Diolah* dari beragam sumber, 2023.

Penayangan informasi hitung cepat secara terus menerus, berbeda-beda dan berlebihan mengakibatkan munculnya persepsi masyarakat tentang hasil pemilihan presiden yang berpotensi menimbulkan situasi yang tidak kondusif. Padahal hitung cepat yang berasal dari lembaga-lembaga survei pada Pemilu 2014 menghasilkan perbedaan hasil yang signifikan disebabkan oleh sejumlah hal yang perlu diuji keabsahannya. Di sisi lain, lembaga

penyiaran mempunyai kewajiban untuk menyiarkan data yang akurat di tengah masyarakat, agar tidak terjadi penyesatan informasi.

Netralitas lembaga penyiaran dalam menayangkan hitung cepat juga penting diawasi, mengingat salah satu sumber penghasilan lembaga penyiaran dari iklan dan penayangan hasil hitung cepat, hal ini bisa menjadi celah untuk tidak netral dalam kontestasi politik dan terseret dalam kepentingan politik pencitraan Partai Politik/Kandidat tertentu. Kepentingan politik para Partai Politik/Kandidat terhadap media tampaknya melulu untuk kepentingan popularitas, karena semakin populer seseorang yang sering dilansir oleh media, semakin punya kans besar untuk terpilih. Bagi perusahaan media, selama itu membayar dan *cash flow* yang jelas, isi maupun arah informasi bisa di-*create* atau diciptakan untuk kepentingan pihak yang bermain dalam politik.

Alasan mengapa lembaga penyiaran perlu diawasi dalam Pemilu adalah upaya untuk memastikan lembaga penyiaran berlaku adil, proporsional, tidak berpihak sehingga informasi yang diterima oleh publik tidak salah. Selain itu, untuk memastikan bahwa izin penggunaan frekuensi yang merupakan sumber daya terbatas digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik sebagai pemegang kedaulatan dan pengawasan sebagai sarana untuk dapat memberikan penghargaan bagi lembaga penyiaran yang berjasa dalam upaya memberikan informasi yang sehat kepada publik, serta memberikan sanksi bagi

lembaga penyiaran yang melakukan pelanggaran sesuai dengan aturan yang berlaku.

4.2 Teknis Pengawasan

Teknis pengawasan KPI secara umum dapat dibagi menjadi beberapa tugas, fungsi dan wewenangnya yang meliputi:

a) Masa Persiapan

Pada masa persiapan, KPI melakukan tugas dan fungsi koordinatif baik kepada pihak eksternal yakni KPU dan Bawaslu maupun *stakeholders* terkait hingga melakukan pengawasan langsung atas objek dan fokus pengawasan serta pemangku kepentingannya. Adapun deskripsi tugas, fungsi dan wewenang KPI dalam melakukan pengawasan pada masa persiapan sebagai berikut:

1. KPI melakukan rapat koordinasi bersama KPU dan Bawaslu, terkait peraturan pelaksana dan teknis pelaksanaan penyelenggaraan Pemilu, terutama penyelenggaraan sosialisasi Pemilu yang dilakukan oleh Partai Politik. Koordinasi ini dalam rangka melakukan penyamaan persepsi antara penyelenggara Pemilu dan penyiaran, serta melakukan sinkronisasi atas pengaturan Pemilu dengan penyiaran.
2. KPI Pusat melakukan koordinasi internal bersama KPID dalam rangka persiapan pelaksanaan pengawasan penyiaran Pemilu. Koordinasi pusat dan daerah ini dalam rangka menyusun daftar

inventarisir masalah dalam penyiaran berdasarkan pelaksanaan Pemilu sebelumnya, berikut dengan pemetaan pemangku kepentingan beserta peta kerawanan yang berpotensi dihadapi pada saat pelaksanaan pengawasan penyiaran.

3. KPI membangun koordinasi intensif dengan pegiat media/civil society atau perguruan tinggi dalam rangka pelibatan masyarakat dalam pengawasan partisipatif penyiaran Pemilu.
4. Melakukan pengawasan langsung atas objek dan fokus pengawasan beserta pemangku kepentingannya.

Tabel 10.

Teknis Pengawasan Penyiaran Pemilu Masa Persiapan

Objek Pengawasan	Fokus Pengawasan	Pemangku Kepentingan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Program Faktual 2. Program Non Faktual 3. Program Layanan Publik 4. Program Siaran Jurnalistik 	<p>Penyiaran pemberitaan, sosialisasi, penyelenggaraan dan/atau pengawasan Pemilu yang menyertakan orang-orang yang memiliki potensi untuk menjadi kandidat dan/atau pasangan calon, baik yang dilakukan oleh KPU/Bawaslu yang menyelenggarakan Pemilu maupun Partai Politik dan/atau Bakal Calon</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incumbent/ Bacalon 2. KPU 3. Bawaslu 4. Partai Politik 5. Media Penyiaran 6. Masyarakat/ Lembaga Survei
<ol style="list-style-type: none"> 5. Program Lokal 6. Program Kuis 	<p>Pelanggaran asas, tujuan, arah, dan ruang lingkup penyiaran Pemilu yang terdiri dari; nilai kesukuan, Agama, ras dan</p>	

7. Program Pemilu 8. Program Iklan Pemilu	golongan, norma kesopanan dan kesusilaan, etika profesi, kepentingan publik, layanan publik, hak privasi, perlindungan anak, dan perlindungan kepada masyarakat tertentu.	
	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye kandidat/pasangan calon yang berisikan konten yang mempersoalkan dasar negara dan Pancasila, menghina kandidat/paslon menggunakan SARA, menghasut dan memfitnah maupun mengadu domba, kekerasan dan ancaman kekerasan	
	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye pasangan calon yang melibatkan orang-orang yang dilarang seperti; pejabat BUMN/ BUMD, ASN/TNI/Polri, Kepala Desa dan lain-lain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incumbent/ Bacalon 2. Partai Politik 3. ASN/TNI/ Polri/BUMN/ BUMD/Kades 4. Media Penyiaran 5. Masyarakat/ Lembaga Survei
	Penyiaran Sosialisasi dan/atau kampanye yang dilakukan kelompok masyarakat dan/atau survei dan/atau jajak pendapat	Masyarakat/ Lembaga Survei
	Penayangan pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye di tayangkan sesuai dengan klasifikasi program siaran berdasarkan kelompok usia remaja (13 – 17 tahun) dengan imbauan atau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incumbent/ Bacalon 2. Partai Politik 3. ASN/TNI/ Polri/BUMN/ BUMD/Kades

	peringatan tambahan tentang arahan dan bimbingan orang tua yang ditayangkan pada awal tayangan program siaran, sebagai bagian dari pendidikan politik sejak dini dan pada jam tayangan klasifikasi dewasa, yang merupakan kategori wajib pilih berdasarkan UU Pemilu	4. Media Penyiaran 5. Masyarakat/ Lembaga Survei
--	--	---

b) Tahap Pendaftaran, Pencalonan dan Penetapan Pasangan Calon

1. KPI melakukan sosialisasi pengawasan penyiaran Pemilu kepada Paslon, Parpol, media penyiaran dan lembaga survei serta kelompok masyarakat melalui metode tatap muka
2. KPI melakukan koordinasi bersama media penyiaran, terkait keberimbangan pemberitaan, peliputan dan/atau membangun opini terhadap Kandidat/Paslon yang akan berkontestasi, serta pembiayaan iklan layanan masyarakat yang akan digunakan masyarakat, berikut pelarangan menerima pembiayaan program siaran dari Kandidat/Paslon
3. KPI melakukan koordinasi bersama KPU dan Bawaslu di tingkat Provinsi dan Kabupaten/Kota, terkait kebutuhan KPI atas struktur kepengurusan tim kampanye Kandidat/Paslon dan penyerahan informasi lembaga penyiaran yang memiliki IPP
4. KPI melakukan sosialisasi hasil pengawasan penyiaran Pemilu pada tahapan pendaftaran dan penetapan pasangan calon

5. KPI melakukan pengawasan langsung atas objek dan fokus pengawasan beserta pemangku kepentingannya pengawasan yang telah ditetapkan.

Tabel 11.

Teknis Pengawasan Penyiaran Pemilihan Tahapan Pendaftaran dan Penetapan Kandidat/Paslon Pemilu

Objek Pengawasan	Fokus Pengawasan	Pemangku Kepentingan
1. Program Faktual 2. Program Non Faktual 3. Program Layanan Publik 4. Program Siaran Jurnalistik	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi, penyelenggaraan dan/atau pengawasan Pemilu yang menyertakan orang-orang yang memiliki potensi untuk menjadi kandidat dan/atau pasangan calon, baik yang dilakukan oleh KPU/Bawaslu yang menyelenggarakan Pemilu maupun Partai Politik dan/atau Bakal Calon	1. Incumbent/ Bacalon 2. KPU 3. Bawaslu 4. Partai Politik 5. Media Penyiaran 6. Masyarakat/ Lembaga Survei
5. Program Lokal 6. Program Kuis 7. Program Pemilu 8. Program Iklan Pemilu	Pelanggaran asas, tujuan, arah, dan ruang lingkup penyiaran Pemilu yang terdiri dari; nilai kesukuan, Agama, ras dan golongan, norma kesopanan dan kesusilaan, etika profesi, kepentingan publik, layanan publik, hak privasi, perlindungan anak, dan perlindungan kepada masyarakat tertentu.	
	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye kandidat/pasangan calon yang berisikan konten yang mempersoalkan dasar	

	negara dan Pancasila, menghina kandidat/paslon menggunakan SARA, menghasut dan memfitnah maupun mengadu domba, kekerasan dan ancaman kekerasan	
	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye pasangan calon yang melibatkan orang-orang yang dilarang seperti; pejabat BUMN/ BUMD, ASN/TNI/Polri, Kepala Desa dan lain-lain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incumbent/ Bacalon 2. Partai Politik 3. ASN/TNI/ Polri/BUMN/ BUMD/Kades 4. Media Penyiaran 5. Masyarakat/ Lembaga Survei
	Penyiaran Sosialisasi dan/atau kampanye yang dilakukan kelompok masyarakat dan/atau survei dan/atau jajak pendapat	Masyarakat/ Lembaga Survei
	Penayangan pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye di tayangkan sesuai dengan klasifikasi program siaran berdasarkan kelompok usia remaja (13 – 17 tahun) dengan imbauan atau peringatan tambahan tentang arahan dan bimbingan orang tua yang ditayangkan pada awal tayangan program siaran, sebagai bagian dari pendidikan politik sejak dini dan pada jam tayangan klasifikasi dewasa, yang merupakan kategori wajib pilih berdasarkan UU Pemilu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incumbent/ Bacalon 2. Partai Politik 3. ASN/TNI/ Polri/BUMN/ BUMD/Kades 4. Media Penyiaran 5. Masyarakat/ Lembaga Survei

c) Tahap Kampanye

1. KPI melakukan sosialisasi pengawasan penyiaran Pemilu kepada kandidat/Paslon, Parpol, media penyiaran dan lembaga survei serta kelompok masyarakat melalui media tatap muka.
2. KPI melakukan koordinasi bersama KPU, Bawaslu serta Kandidat/Paslon, terkait isi, konten kampanye kandidat/Paslon, serta larangan berdasarkan UU Penyiaran dan/atau P3SPS/SE Pengawasan Penyiaran, yang akan disiarkan melalui media penyiaran.
3. KPI melakukan koordinasi bersama media penyiaran, terkait keberimbangan pemberitaan, peliputan dan/atau framing Kandidat/Paslon yang akan berkontestasi, serta pembiayaan iklan layanan masyarakat yang akan digunakan masyarakat, berikut pelarangan menerima pembiayaan program siaran dari Kandidat/Paslon.
4. KPI bersama mitra kelompok masyarakat/ perguruan tinggi, melakukan kampanye melalui iklan layanan masyarakat terkait pentingnya pengawasan penyiaran dalam Pemilu, yang dapat dilakukan oleh masyarakat.
5. Melakukan pengawasan langsung atas objek dan fokus pengawasan beserta pemangku kepentingannya pengawasan yang telah ditetapkan.

Tabel 12.**Teknis Pengawasan Penyiaran Pemilihan Tahapan Kampanye**

Objek Pengawasan	Fokus Pengawasan	Pemangku Kepentingan
1. Program Faktual 2. Program Non Faktual 3. Program Layanan Publik 4. Program Siaran 5. Program Jurnalistik 6. Program Lokal 7. Program Kuis 8. Program Pemilu 8. Program Iklan Pemilu	<p>Pelanggaran Asas, tujuan, arah, dan ruang lingkup penyiaran yang terdiri dari: nilai kesukuan, agama, ras dan golongan, norma kesopanan dan kesucilaan, etika profesi, kepentingan publik, layanan publik</p> <p>Penyiaran pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye kandidat/pasangan calon yang berisikan konten yang mempersoalkan dasar negara dan Pancasila, menghina kandidat/paslon menggunakan SARA, menghasut dan memfitnah maupun mengadu domba, kekerasan dan ancaman kekerasan</p> <p>Penyiaran pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye pasangan calon yang melibatkan orang-orang yang dilarang seperti; pejabat BUMN/ BUMD, ASN/TNI/Polri, Kepala Desa dan lain-lain</p>	<p>1. Incumbent/ Bacalon 2. KPU 3. Bawaslu 4. Partai Politik 5. Media Penyiaran 6. Masyarakat/ Lembaga Survei</p>
	Durasi penayangan iklan kampanye pada televisi dan/atau radio	<p>1. Kandidat/ Paslon 2. Parpol 3. Media Penyiaran</p>
	Penyiaran Sosialisasi dan/atau kampanye yang dilakukan kelompok masyarakat dan/atau survei dan/atau jajak pendapat	Masyarakat/ Lembaga Survei

	<p>Penayangan pemberitaan, sosialisasi dan/atau iklan kampanye di tayangkan sesuai dengan klasifikasi program siaran berdasarkan kelompok usia remaja (13 – 17 tahun) dengan imbauan atau peringatan tambahan tentang arahan dan bimbingan orang tua yang ditayangkan pada awal tayangan program siaran, sebagai bagian dari pendidikan politik sejak dini dan pada jam tayangan klasifikasi dewasa, yang merupakan kategori wajib pilih berdasarkan UU Pemilu</p>	<p>6. Incumbent/ Bacalon 7. Partai Politik 8. ASN/TNI/ Polri/BUMN/ BUMD/Kades 9. Media Penyiaran 10. Masyarakat/ Lembaga Survei</p>
--	--	---

d) Tahap Masa Tenang

1. KPI melakukan sosialisasi pengawasan penyiaran Pemilu kepada Kandidat, Paslon, Partai Politik, media penyiaran dan lembaga survei serta kelompok masyarakat melalui media tatap muka
2. KPI melakukan koordinasi bersama KPU, Bawaslu, Kandidat/Paslon dan media penyiaran sesuai tingkatannya, terkait pelarangan segala bentuk dan jenis penyiaran yang sifatnya menghadirkan kandidat/paslon dan/atau mengkampanyekan Kandidat/Paslon pada masa tenang, serta pencatatan pengeluaran dan/atau sumbangan pembiayaan sosialisasi yang dilakukan masyarakat untuk kandidat/paslon.
3. KPI melakukan kampanye melalui iklan layanan masyarakat atas pentingnya pengawasan

- penyiaran yang dapat dilakukan oleh masyarakat
4. KPI melakukan sosialisasi hasil pengawasan penyiaran Pemilu pada masa tenang
 5. Melakukan pengawasan langsung atas objek dan fokus pengawasan beserta pemangku kepentingannya.

Tabel 13.

Teknis Pengawasan Penyiaran Pemilu Tahapan Masa Tenang

Objek Pengawasan	Fokus Pengawasan	Pemangku Kepentingan
1. Program faktual	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi kandidat/pasangan calon yang berisikan konten isi siaran yang mempersoalkan dasar negara dan Pancasila, menghina kandidat/paslon menggunakan SARA, menghasut dan memfitnah maupun mengadu domba, kekerasan dan ancaman kekerasan	1. Kandidat/ Paslon 2. Partai Politik 3. Media Penyiaran 4. ASN/TNI/Polri/ BUMN/BUMD 5. Masyarakat/ Lembaga Survei
2. Program non-faktual		
3. Program layanan publik		
4. Program siaran		
5. Program jurnalistik lokal	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi kandidat/pasangan calon yang melibatkan orang-orang yang dilarang seperti; pejabat BUMN/BUMD, ASN/TNI/Polri dan Kepala Desa	
6. Program kuis	Pencatatan pembiayaan penyiaran sosialisasi, kampanye yang dilakukan kelompok masyarakat dan/atau jajak lembaga survei pendapat sebagai sumbangan dana kampanye kandidat/Paslon	1. Kandidat/ Pasangan Calon 2. Partai Politik 3. Media Penyiaran 4. Kelompok masyarakat
7. Program Pemilu		
8. Program iklan, baik niaga maupun layanan masyarakat		

	Penyiaran sosialisasi, kampanye yang dilakukan kelompok masyarakat dan/atau survey dan/atau jajak pendapat	Masyarakat/ Lembaga Survei
--	--	-------------------------------

e) Tahap Pungut Hitung

Pada tahapan pungut hitung, KPI hanya melakukan pengawasan secara langsung atas objek dan fokus pengawasan serta pemangku kepentingannya

Tabel 14.

Teknis Pengawasan Penyiaran Pemilu Tahapan Pungut Hitung

Objek Pengawasan	Fokus Pengawasan	Pemangku Kepentingan
1. Program faktual	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi kandidat/pasangan calon yang berisikan konten isi siaran yang mempersoalkan dasar negara dan Pancasila, menghina kandidat/paslon menggunakan SARA, menghasut dan memfitnah maupun mengadu domba, kekerasan dan ancaman kekerasan	1. Kandidat/ Paslon 2. Partai Politik 3. Media Penyiaran 4. ASN/TNI/Polri/ BUMN/BUMD 5. Masyarakat/ Lembaga Survei
2. Program non faktual		
3. Program layanan publik		
4. Program siaran jurnalistik		
5. Program lokal		
6. Program kuis	Penyiaran pemberitaan, sosialisasi kandidat/pasangan calon yang melibatkan orang-orang yang dilarang seperti; pejabat BUMN/BUMD, ASN/TNI/Polri dan Kepala Desa	
7. Program Pemilu	Pencatatan pembiayaan penyiaran sosialisasi, kampanye yang dilakukan kelompok masyarakat dan/atau jajak lembaga survei pendapat sebagai sumbangan dana kampanye kandidat/Paslon	1. Kandidat/ Paslon 2. Parpol 3. Media Penyiaran 4. Kelompok masyarakat
8. Program iklan, baik niaga maupun layanan masyarakat		

	Penyiaran sosialisasi, kampanye yang dilakukan kelompok masyarakat dan/atau survey dan/atau jajak pendapat	Masyarakat/ Lembaga Survei
--	--	-------------------------------

4.3 Metode Pengawasan dalam Penyiaran Pemilu

KPI melakukan pengawasan pencegahan terhadap pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di lembaga penyiaran. Pengawasan pencegahan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai langkah antara lain:

a) Sosialisasi Pengawasan Penyiaran Pemilu

Sosialisasi terkait pengawasan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye dapat dilakukan dengan berbagai metode seperti dialog, seminar, diskusi grup terfokus, hingga melakukan penelitian atas kualitas terkait pengawasan penyiaran Pemilu. Metode tatap muka dalam melakukan sosialisasi ini penting dilakukan karena dapat secara langsung mengukur pemahaman seseorang maupun pemangku kepentingan terkait pengawasan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye.

b) Iklan Layanan Masyarakat Pengawasan Penyiaran Pemilu

KPI baik ditingkat pusat maupun daerah secara kewenangan dapat meminta komitmen kepada lembaga penyiaran dalam penyediaan iklan layanan masyarakat. Dalam hal ini, KPI bertanggung jawab membuat konten atas iklan

yang ditayangkan oleh lembaga penyiaran, baik televisi maupun radio. Adapun konten yang dimaksud adalah konten yang berisikan modus pelanggaran seperti kampanye terselubung dalam penyiaran dan tata cara untuk melakukan pelaporan atas terjadinya dugaan pelanggaran Pemilu pada media penyiaran.

c) Pengawasan Langsung Penyiaran Pemilu

Pengawasan adalah proses mengamati dan membandingkan pelaksanaan dengan rencana dan mengoreksi apabila terjadi penyimpangan atau penyesuaian kembali rencana yang telah dibuat. Dalam hal ini, pengawasan langsung penyiaran pemilu yang dimaksud adalah aktivitas tenaga pemantau untuk melakukan identifikasi potensi pelanggaran tayangan realtime dengan penandaan tayangan yang dimaksud.

Selain itu, KPI pusat juga melakukan pengawasan. Adapun prosedur dan cara kerjanya sebagai berikut:

a) Analisis Pemantauan

1. Melakukan pemantauan penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye di lembaga penyiaran;
2. Melakukan tagging/penandaan terhadap tayangan/siaran, baik berupa penyiaran, pemberitaan, maupun iklan kampanye, yang diduga melanggar;
3. Memberi deskripsi awal perihal muatan

tayangan/siaran yang diduga melanggar pada kolom yang tersedia di sistem pemantauan

b) Visual Data

1. Menerima hasil tagging/penandaan dari analisis pemantauan'
2. Melakukan sinkronisasi dan melengkapi deskripsi analisis pemantauan perihal muatan penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye yang diduga melanggar;
3. Melakukan pemotongan program siaran dan pengelompokan iklan kampanye

c) Tenaga Ahli Pemantauan

1. Menerima hasil dari tim visual data;
2. Melakukan verifikasi atas muatan penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye yang diduga melanggar;
3. Menyampaikan laporan hasil verifikasi, identifikasi, dan analisis dalam rapat pemeriksaan potensi pelanggaran setiap 1 (satu) kali dalam 1 (satu) minggu bersama komisioner bidang Pengawasan Isi Siaran, tim hukum KPI, dan tim Fasilitasi Penjatuhan Sanksi;
4. Dalam kondisi tertentu yang membutuhkan tindak lanjut segera, tenaga ahli pemantauan melakukan verifikasi, identifikasi, dan analisis secara cepat dan tepat serta melaporkannya kepada komisioner bidang Pengawasan Isi

Siaran setelah ditemukannya muatan tayang/ siaran yang diduga melanggar.

5. Dalam kondisi tertentu, laporan dilakukan tanpa harus diadakan rapat khusus pemeriksaan potensi pelanggaran.

d) Staf administrasi pengaduan

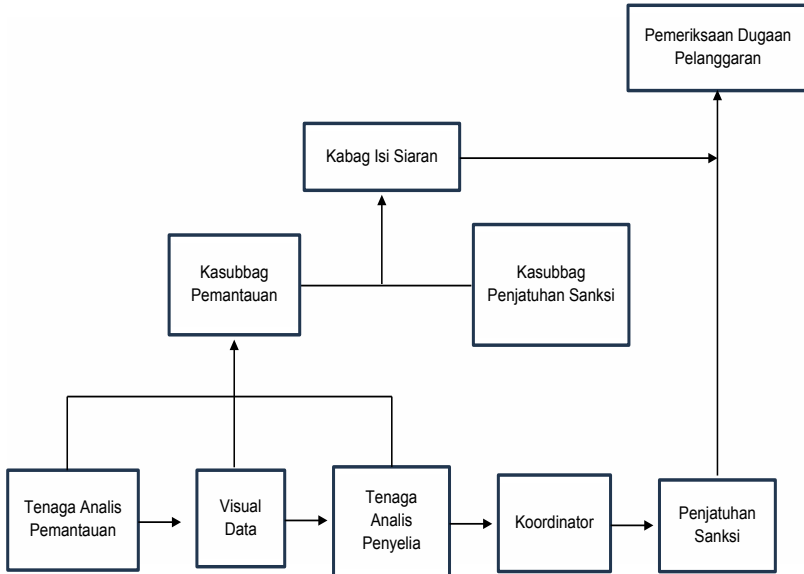
1. Menerima laporan dan pengaduan masyarakat setiap harinya melalui berbagai platform komunikasi dan social media resmi KPI;
2. Membaca seluruh isi laporan dan pengaduan masyarakat mengenai muatan penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye yang disampaikan melalui berbagai platform komunikasi resmi KPI Pusat;
3. Melakukan identifikasi dan pengelompokkan sesuai dengan substansi pengaduan;
4. Melakukan tagging/penandaan terhadap tayangan yang diduga melanggar sesuai laporan dan/atau pengaduan masyarakat;
5. Menyiapkan bahan tayangan/siaran berdasarkan laporan dan pengaduan masyarakat untuk dianalisis oleh tenaga ahli pengaduan dan sebagai bahan rapat pemeriksaan potensi pelanggaran.

e) Tenaga Ahli Pengaduan

1. Menerima muatan penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye yang diduga melanggar dari staf administrasi pengaduan;

2. Melakukan verifikasi terhadap program siaran yang diduga melanggar sesuai dengan isi laporan dan/atau pengaduan masyarakat;
3. Melakukan identifikasi pasal yang diduga dilanggar berdasarkan P3SPS;
4. Melakukan analisis terhadap muatan penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye yang diduga melanggar;
5. Menyampaikan laporan hasil verifikasi, identifikasi, dan analisis dalam rapat pemeriksaan potensi pelanggaran setiap 1 (satu) kali dalam 1 (satu) minggu bersama Komisioner bidang Pengawasan Isi Siaran, tim hukum KPI, dan tim Fasilitasi Penjatuhan Sanksi;
6. Dalam kondisi tertentu yang membutuhkan tindak lanjut segera, tenaga ahli pengaduan melakukan verifikasi, identifikasi, dan analisis secara cepat dan tepat serta melaporkannya kepada komisioner bidang Pengawasan Isi Siaran
7. Dalam kondisi sebagaimana yang dimaksud angka 6 , laporan dilakukan tanpa harus diadakan rapat khusus pemeriksaan potensi pelanggaran.

Bagan 2. Alur Pemantauan Langsung



Sumber: Bidang Pengawasan Isi Siaran KPI Pusat, 2023.

4.4 Perlindungan Terhadap Anak Dalam Penyiaran Pemilu

Dalam UU 32/2002 tentang Penyiaran, anak yang terdiri dari anak-anak dan remaja, ditempatkan sebagai khalayak khusus. Kekhususan ini yang mendasari agar isi siaran senyawa dengan perlindungan, pemberdayaan dan pemenuhan hak anak. Dalam penyiaran, upaya perlindungan anak direpresentasikan melalui banyak norma dalam pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran (P3SPS). Mulai dari ketentuan pasal perlindungan kepada anak hingga program siaran tentang lingkungan pendidikan.

Pelarangan dan pembatasan pada program seksualitas, ujaran kebencian, kekerasan, hingga supranatural. Tak hanya itu, iklan dan program jurnalistik yang terdiri dari muatan kekerasan, ujaran kebencian dan kejahatan, peliputan bencana serta pelibatan anak-anak dan remaja sebagai narasumber pun juga dilarang. Lebih lanjut kewajiban perlindungan perlu ditegaskan melalui program siaran dan mata acara yang diatur harus pada waktu yang tepat. Termasuk wajib mencantumkan atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran. Diantaranya, klasifikasi P untuk siaran anak-anak pra sekolah usia 2-6 tahun, waktu tayang antara pukul 07.00-09.00 dan antara pukul 15.00-18.00. Klasifikasi A untuk siaran anak-anak usia 7-12 tahun, waktu tayang dari pukul 05.00-18.00. Dan klasifikasi R untuk siaran remaja untuk khalayak berusia 13-17 tahun, waktu tayang 05.00 hingga sebelum pukul 22.00 waktu setempat.

Kekerasan terhadap anak dalam bentuk apapun memberi dampak psikis yang menghambat tumbuh kembang mereka. Karena itulah insan penyiaran wajib berperan dalam mengedepankan kepentingan anak, baik dalam upaya perlindungan maupun pemberdayaan terhadap anak. Pertama, Mengaktualkan fungsi penyiaran. Seluruh fungsi ideal penyiaran terutama sebagai sarana informasi dan edukasi harus diaktualkan. Investigasi dan penegakan hukum atas berbagai kasus anak harus diekspos secara optimal. Fungsi edukasi melalui ragam program siaran diarahkan untuk memberikan literasi

terhadap berbagai hal yang mengancam eksistensi anak, misalnya dampak negatif media sosial.

Dalam peran edukasi juga dapat bertujuan untuk mempersuasi dan membentuk persepsi masyarakat, khususnya orang tua, agar lebih peka, sadar dan peduli terhadap perlindungan dan pemberdayaan anak. Kedua, Membangun kesadaran regulatif. Lembaga penyiaran dan seluruh industri konten wajib memahami aturan main berkaitan dengan anak. Agar konten siaran anak senafas dengan visi kebijakan dan berbagai peraturan yang ada. Peraturan yang dimaksud antara lain UU Penyiaran, UU Perlindungan Anak, UU Pornografi dan regulasi lain beserta peraturan turunannya terkait anak.

Di samping itu, dalam pra dan pasca produksi siaran penting melibatkan pandangan dari stakeholder yang konsen terhadap perlindungan anak. Jejaring lembaga dan komunitas anak sangat beragam. Melibatkan mereka dalam kerja produksi konten siaran tentu akan menjadi keuntungan yang berharga. Harapannya program siaran yang ditelurkan sesuai mutu ramah anak dan jauh dari kesan eksploitasi serta pelanggaran. Ketiga, Membangun pengawasan progresif. Paradigma pengawasan yang secara langsung dilakukan oleh KPI maupun pengawasan partisipatif yang bertumpu pada aduan masyarakat harus naik level. Jika selama ini orientasi pengawasan diarahkan untuk melacak pelanggaran. Maka kerja pengawasan ke depan harus melampaui hal tersebut. Pengawasan siaran terkait anak mesti berdasarkan komitmen dan spirit pemberdayaan.

Program siaran harus merefleksikan kepentingan anak secara nyata. Isi siaran wajib bermuatan pemberdayaan anak yang mengarah pada upaya merangsang kreativitas, mengaktifkan imajinasi dan mengikat ide-ide penting dalam rangka mencerdaskan kehidupan anak. Manakala dalam pengawasan ditemukan program siaran (terutama bergenre anak) minus nilai pemberdayaan terhadap anak maka lembaga penyiaran tersebut wajib dievaluasi dan dilakukan pembinaan. Mewujudkan pemberdayaan junto perlindungan terhadap anak sejatinya bukan sekadar perintah regulasi maupun tuntutan profesi. Melainkan didasari panggilan hati nurani dan kesadaran menyiapkan generasi pengabdian. Semoga anak Indonesia semakin terlindungi, berdaya dan berjaya.

4.5 Penerimaan Pengaduan Pelanggaran Penyiaran Pemilu

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI Pusat) selalu menerima pengaduan dari masyarakat di seluruh Indonesia dengan latar belakang yang berbeda-beda. Pada intinya mereka peduli dan ingin berkontribusi menciptakan siaran yang sehat dan lebih baik sebagaimana diamanatkan dalam pasal 8 ayat (3) huruf (e) Undang Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang berisi tugas dan wewenang KPI adalah menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran.

Sesuai dengan Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 50 ayat 4 menyatakan bahwa KPI wajib meneruskan aduan masyarakat tersebut kepada Lembaga Penyiaran yang bersangkutan dan memberikan kesempatan hak jawab. Selaras dengannya, UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik mengamanatkan setiap badan publik wajib menyediakan informasi publik yang dihasilkan maupun yang diterima dari badan publik lainnya, baik informasi yang pro-aktif (ada atau tidak ada permintaan wajib diumumkan) maupun informasi pasif (disediakan tanpa wajib diumumkan).

KPI sebagai bagian dari badan publik negara juga terkena kewajiban ini, dan karenanya penyusunan *database* pengaduan atas sejumlah dokumen informasi yang ada dalam penguasaannya mutlak diperlukan untuk menggugurkan kewajiban itu. Hal tersebut didukung pula dengan adanya Undang - Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik Pasal 18 Ayat (c), bahwa masyarakat berhak mendapatkan tanggapan terhadap pengaduan yang diajukan. Kondisi-kondisi ini memerlukan perhatian serius dalam upaya memperbaiki manajemen pelayanan pengaduan publik.

Salah satu tugas KPI adalah menampung, meneliti dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran. Tugas ini penting dalam menjaga dan melindungi publik dari dampak-dampak penyiaran. Secara operasional tugas tersebut dikoordinasikan penanganannya oleh Bidang

Pengawasan Isi Siaran dengan rincian antara lain:

- a) menerima aduan, sanggahan, kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran;
- b) kajian dan monitoring, verifikasi, sanggahan, kritik dan apresiasi; serta
- c) menindaklanjuti aduan yang memiliki legal standing untuk ditangani.

Pengaduan/Laporan Dugaan Pelanggaran Penyiaran Pemilu adalah laporan yang disampaikan secara langsung hadir dan tertulis maupun secara online melalui sosial media Komisi Penyiaran Indonesia. Terdapat 10 (sepuluh) jenis saluran yang dikelola oleh KPI Pusat dan 1 (satu) jenis saluran yang diadministrasi oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB) sebagai platform untuk melaporkan pelanggaran.²⁹ Saluran pengaduan tatap muka dilakukan dengan datang langsung ke kantor KPI Pusat dan diterima oleh Tim Pengaduan dengan mendengarkan, mencatat dan merekam permasalahan aduan yang disampaikan langsung oleh masyarakat atau wakil masyarakat. Pengaduan tersebut disampaikan oleh pelapor kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) atau Gugus Tugas Pengawasan Penyiaran Pemilihan Umum Tahun 2024 tentang adanya dugaan terjadinya pelanggaran Pemilu, terkait muatan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye khususnya pada masa kampanye dan masa tenang Pemilihan Umum

²⁹. Lihat lampiran

2024. Dalam menerima pengaduan, KPI melakukan pemeriksaan hingga penejanaan sanksi bagi pelanggaran penyiaran Pemilu 2024, KPI berpedoman pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) serta Peraturan KPI No. 1 Tahun 2023 tentang Tata Cara Penejanaan Sanksi Administratif Terkait Isi Siaran.

a) Pengaduan

Dalam alur penerimaan pengaduan, ada beberapa hal yang harus kita pahami bersama, antara lain:

1. Pelapor/Pengadu

Merupakan pihak yang berhak melaporkan/mengadukan adanya dugaan pelanggaran muatan penyiaran, pemberitaan dan iklan kampanye pada tahapan sosialisasi, masa kampanye dan masa tenang Pemilihan Umum 2024 yang terdiri dari:

- a. Warga Negara Indonesia yang berusia 17 Tahun, sudah menikah dan memiliki hak pilih;
- b. Peserta Pemilu yaitu Partai Politik, Calon Anggota Legislatif dan Calon Presiden/Calon Wakil Presiden;
- c. Penyelenggara dan Pengawas Pemilu antara lain KPU dan Bawaslu.

2. Pihak Terlapor/Teradu

Terlapor merupakan subyek hukum yang kedudukannya sebagai pihak yang diduga melakukan Pelanggaran Penyiaran Kampanye dalam Pemilihan Umum Tahun 2024, yaitu Lembaga Penyiaran baik

Televisi dan Radio. Beberapa hal penting yang harus dipenuhi sebagai syarat bagaimana melaporkan dan membuat pelaporan yang baik, yaitu:

- a. identitas Pengadu;
- b. nama acara/ program yang dilaporkan;
- c. waktu dan tempat peristiwa tayang;
- d. Lembaga Penyiaran (LP) yang diadakan;
- e. uraian kejadian pelanggaran;
- f. data-data dan bukti-bukti, termasuk rekaman suara/ video program yang mungkin diperoleh/ diketahui untuk mendukung laporan.³⁰

Penetapan waktu dan hari untuk laporan dugaan pelanggaran pemilu disampaikan kepada Komisi Penyiaran Indonesia paling lambat 7 (tujuh) hari sejak diketahui dan/atau ditemukannya pelanggaran penyiaran kampanye Pemilu, sesuai tingkatan dan wilayah kerjanya.³¹

b) Pengumpulan bukti-bukti pelaporan dugaan pelanggaran penyiaran pemilu

Dalam pengumpulan bukti-bukti diperoleh dengan cara penandaan dan/atau penelusuran pada sistem pemantauan, lalu disertai dengan bukti rekaman pelanggaran dan dilengkapi dengan deskripsi dan identifikasi Program Siaran.

³⁰. Pasal 7 ayat 2 PKPI No. 1 Tahun 2023

³¹. Penetapan Waktu dan Hari pelaporan (Pasal 6 ayat 2)

c) Verifikasi dan Analisis data-data bukti pelanggaran pelanggaran penyiaran Pemilu

Dalam proses Verifikasi terkait data-data dan bukti-bukti yang dilaporkan, dilakukan KPI/ KPID untuk memastikan kesesuaian antara dugaan pelanggaran dengan ketentuan dalam P3SPS. Verifikasi dilakukan paling lambat 7 (tujuh) Hari sejak ditemukannya dugaan pelanggaran, diterimanya Aduan dan diterimanya Rekomendasi. Setelah verifikasi dilakukan, maka Komisi Penyiaran Indonesia (Unit Kerja Pengaduan) menindaklanjuti aduan, dengan melakukan:

1. Membaca seluruh isi laporan dan pengaduan masyarakat,
2. Melakukan identifikasi dan pengelompokan/ klasifikasi sesuai substansi pengaduan
3. Melakukan tagging/ penandaan terhadap tayang yang diduga melanggar
4. Menganalisis bahan-bahan, data-data dan bukti-bukti laporan

Aduan yang bisa ditindak lanjuti oleh KPI/KPID harus dilengkapi:

1. Identitas pihak yang menyampaikan Aduan;
2. Menyebutkan nama program acara dan waktu tayang;
3. Lembaga Penyiaran yang diadukan dan;
4. Uraian pelanggaran.

Hasil verifikasi Aduan yang menyatakan bahwa Lembaga Penyiaran melakukan dugaan pelanggaran ditindaklanjuti ke tahap proses pemeriksaan. Aduan

yang tidak disertai kelengkapan dapat dijadikan sebagai informasi awal untuk ditindaklanjuti sebagai dugaan pelanggaran Isi Siaran. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui Rapat Pleno menindaklanjuti hasil verifikasi dan analisis terhadap laporan dugaan pelanggaran dan juga dapat meminta kehadiran pelapor dan lembaga penyiaran (terlapor).

d) Rekomendasi

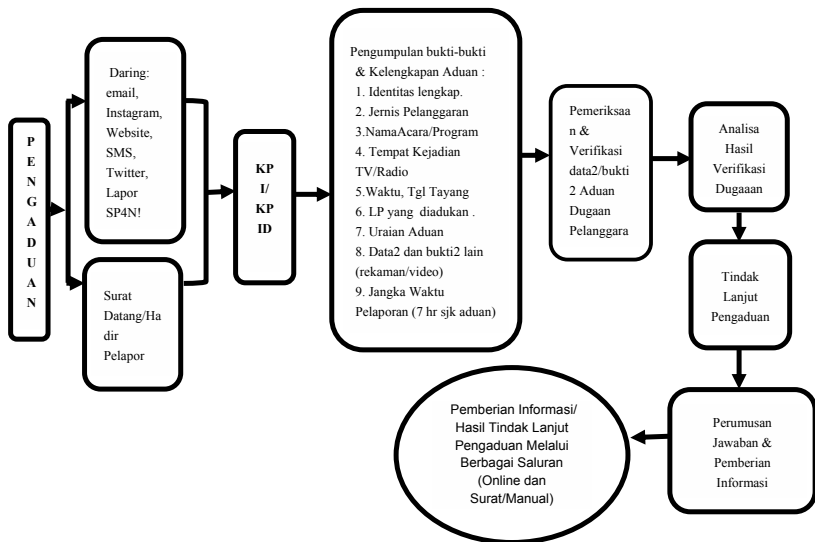
Rekomendasi dapat disampaikan kepada KPI Pusat atas adanya dugaan pelanggaran Isi Siaran yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran induk stasiun jaringan dan Lembaga Penyiaran Berlangganan melalui satelit. Rekomendasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan menyertakan kajian paling sedikit memuat:

1. Uraian pelanggaran;
2. Waktu tayang;
3. Lembaga penyiaran yang diadukan; dan
4. Kesesuaian unsur dugaan pelanggaran isi siaran dengan pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran serta ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penyiaran.

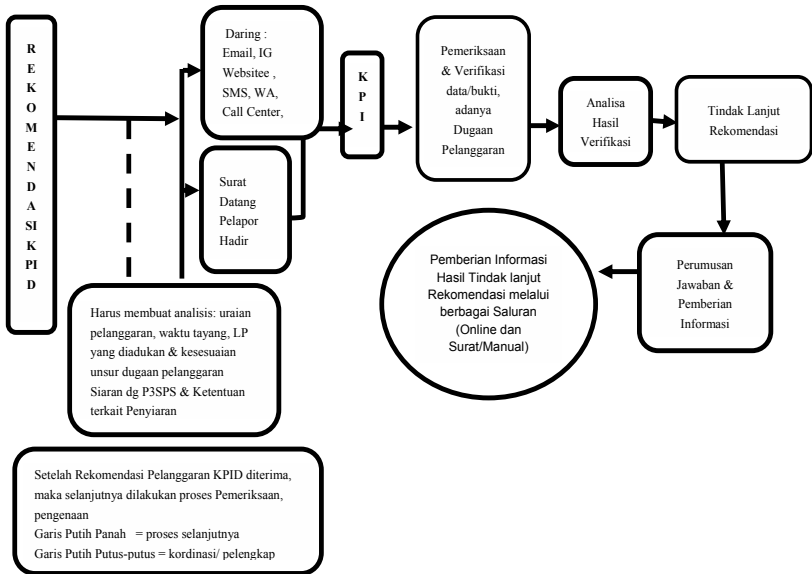
KPI Daerah melakukan proses verifikasi dan analisis sebelum menyampaikan rekomendasi, yaitu rekomendasi atas adanya dugaan pelanggaran Isi Siaran, yang diverifikasi oleh unit kerja yang menangani aduan. Hasil verifikasi yang telah memenuhi unsur dugaan pelanggaran Isi Siaran diteruskan ke proses pemeriksaan. Maka Komisi

Penyiaran Indonesia (KPI) harus memberikan informasi kepada pelapor atas laporan yang sudah diberikan sekaligus menyampaikan hasil pemeriksaan, verifikasi dan analisa terjadinya dugaan pelanggaran penyiaran yang dilakukan KPI sebagai bentuk penghargaan bagi pelapor. Selanjutnya proses penanganan dari pengaduan/laporan yang sudah dilaksanakan sampai tahap rapat pleno KPI terkait pemeriksaan, verifikasi dan analisa dugaan terjadinya pelanggaran penyiaran, maka selanjutnya mekanisme yang dijalankan adalah proses pemeriksaan analisa hasil verifikasi terjadinya pelanggaran sampai dengan penganan sanksi/penindakan dan pelaksanaan sanksi tersebut.

Bagan 3. Prosedur Penerimaan Pengaduan Pelanggaran Penyiaran Pemilu



Bagan 4. Prosedur Penerimaan Rekomendasi KPID Terkait Pelanggaran Penyiaran



BAB V

Penindakan Pelanggaran Penyiaran Pemilu

BAB V

PENINDAKAN PELANGGARAN PENYIARAN PEMILU

5.1 Proses Pemeriksaan Sampai Pengenaan Sanksi Pelanggaran Pelanggaran Pemilu

Dari hasil pengawasan dan pemantauan akan menghasilkan temuan dugaan pelanggaran terkait muatan penyiaran, pemberitaan dan iklan kampanye pada tahapan masa kampanye Pemilihan Umum (Pemilu). Selain itu KPI juga memiliki mekanisme dan sumber data lain untuk mendapatkan informasi dan data dugaan pelanggaran, dalam Pasal 3 ayat 1 Peraturan KPI No 1 Tahun 2023, yakni selain temuan (Pengawasan dan Pemantauan) ada pula Aduan (Pelaporan) dan Rekomendasi.

Hasil temuan langsung dari pengawasan dan pemantauan langsung oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) ditindak lanjuti, jika sudah memenuhi kriteria-

kriteria dan unsur-unsur ditemukannya adanya dugaan awal terjadinya pelanggaran. Kemudian pengumpulan data-data dan bukti-bukti. Setelah itu dilanjutkan dengan pemeriksaan dan melakukan kajian untuk memastikan jenis pelanggaran apa serta akan dilakukan proses penanganan penyelesaian pelanggaran sesuai peraturan yang berlaku.

Terkait laporan pengaduan, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) wajib menindaklanjuti dengan melengkapi data-data yang diperlukan, antara lain: identitas pihak yang mengadukan, menyebutkan secara jelas program acara dan waktu tayangnya. Lembaga Penyiaran yang diadakan harus jelas disertai uraian singkat pelanggaran. Jika terkait dengan dugaan pelanggaran yang merupakan rekomendasi KPI Daerah, maka sebelum melakukan verifikasi, Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) harus membuat kajian/analisis paling sedikit memuat:

- a) Uraian pelanggaran;
- b) Waktu tayang;
- c) Lembaga penyiaran yang diadakan; dan
- d) Kesesuaian unsur dugaan pelanggaran isi siaran dengan pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran serta ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penyiaran.

Untuk pengaduan sendiri merupakan bentuk laporan yang mengandung informasi atau adanya indikasi terjadinya pelanggaran dalam hal ini terjadi Pelanggaran Penyiaran dalam Kampanye Pemilihan Umum Tahun 2024.

Laporan pengaduan juga bisa dilakukan oleh Masyarakat, Organisasi Kemasyarakatan, Komisi Pemilihan Umum, Badan Pengawas Pemilu dan Dewan Pers baik ditingkat Pusat dan Daerah terkait Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye Pemilihan Umum.

Rekomendasi dapat disampaikan kepada KPI Pusat atas adanya dugaan pelanggaran Isi Siaran yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran induk stasiun jaringan dan Lembaga Penyiaran Berlangganan melalui satelit. Rekomendasi sebagaimana dimaksud menyertakan kajian paling sedikit memuat:

- a) Uraian pelanggaran;
- b) Waktu tayang;
- c) Lembaga penyiaran yang diadukan; dan
- d) Kesesuaian unsur dugaan pelanggaran isi siaran dengan pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran serta ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penyiaran. KPI Daerah melakukan proses verifikasi dan analisis sebelum menyampaikan rekomendasi, yaitu rekomendasi atas adanya dugaan pelanggaran isi siaran, yang diverifikasi oleh unit kerja yang menangani aduan. Hasil verifikasi yang telah memenuhi unsur dugaan pelanggaran isi siaran diteruskan ke proses pemeriksaan.

Sedangkan untuk pengumpulan bukti-bukti pelaporan dugaan pelanggaran penyiaran pemilu diperoleh dengan cara :

- a) Penandaan dan/ atau penelusuran pada sistem pemantauan;
- b) Disertai dengan bukti rekaman pelanggaran;
- c) Dilengkapi dengan deskripsi dan identifikasi program siaran.

Dalam proses Verifikasi terkait data-data dan bukti-bukti yang dilaporkan, dilakukan oleh KPI/KPID untuk memastikan kesesuaian antara dugaan pelanggaran dengan ketentuan dalam P3SPS. Verifikasi dilakukan paling lambat 7 (tujuh) hari sejak ditemukannya dugaan pelanggaran, diterimanya aduan dan diterimanya rekomendasi. Setelah verifikasi dilakukan, maka Komisi Penyiaran Indonesia (Unit Kerja Pengaduan) menindaklanjuti aduan dengan melakukan antara lain:

- a) Membaca seluruh isi laporan dan pengaduan masyarakat;
- b) Melakukan identifikasi dan pengelompokan/ klasifikasi sesuai substansi pengaduan;
- c) Melakukan *tagging* atau penandaan terhadap tayang yang diduga melanggar;
- d) Menganalisis bahan-bahan, data-data dan bukti-bukti laporan;
- e) Aduan yang bisa ditindak lanjuti oleh KPI/ KPID harus dilengkapi dengan;
 - I. Identitas pihak yang menyampaikan Aduan;
 - II. Menyebutkan nama program acara dan waktu tayang;

- III. Lembaga Penyiaran yang diadakan; dan
- IV. Uraian pelanggaran.

Hasil verifikasi Aduan yang menyatakan bahwa Lembaga Penyiaran melakukan dugaan pelanggaran ditindaklanjuti ke tahap proses pemeriksaan. Aduan yang tidak disertai kelengkapan dapat dijadikan sebagai informasi awal untuk ditindaklanjuti sebagai dugaan pelanggaran Isi Siaran. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui Rapat Pleno menindak lanjuti hasil verifikasi dan analisis terhadap laporan dugaan pelanggaran dan juga dapat meminta kehadiran Pelapor dan Lembaga Penyiaran (Terlapor).

Untuk pemeriksaan terhadap hasil verifikasi temuan, aduan, rekomendasi dilakukan untuk mengidentifikasi jenis sanksi berdasarkan kesesuaian terhadap ketentuan yang diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran. Pemeriksaan terhadap hasil verifikasi temuan, aduan, rekomendasi wajib dihadiri paling sedikit 1 (satu) orang anggota KPI yang membidangi pengawasan Isi Siaran. Hasil identifikasi jenis sanksi yang akan dikenakan sanksi administratif teguran tertulis diteruskan untuk diputuskan dalam rapat pleno pengenaan sanksi administratif.

Hasil identifikasi jenis sanksi yang akan dikenakan di luar ketentuan sanksi administratif teguran tertulis yang akan diteruskan dalam rapat pleno pengenaan sanksi administratif diteruskan ke tahap klarifikasi. Proses pada tahapan pemeriksaan sampai rapat pleno pengenaan

sanksi administratif dipersiapkan oleh unit kerja yang menangani pelanggaran Isi Siaran. Persiapan rapat pleno pengenaan sanksi administratif dilakukan oleh unit kerja yang menangani pelanggaran Isi Siaran dengan mempersiapkan bahan pembahasan berupa:

- a) uraian dugaan pelanggaran Isi Siaran;
- a) Bukti rekaman dugaan pelanggaran; dan
- b) Kesesuaian unsur pelanggaran yang diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran.

Sedangkan pada tahap klarifikasi, dugaan pelanggaran dilakukan dengan menghadirkan Lembaga Penyiaran untuk didengar keterangannya atas temuan, aduan, dan/atau rekomendasi. Proses Klarifikasi dugaan pelanggaran dilakukan dengan mengundang Lembaga Penyiaran dan Lembaga Penyiaran wajib memenuhi undangan KPI dan wajib untuk didengar keterangannya atas adanya pengaduan/ pelaporan terjadinya dugaan pelanggaran. Pelaksanaan Klarifikasi dugaan pelanggaran dihadiri paling sedikit 2 (dua) anggota KPI dan Hasil Klarifikasi dibahas serta diputuskan dalam rapat pleno pengenaan sanksi administratif. Lembaga Penyiaran diwakili oleh direksi dan/atau pejabat pengambil keputusan yang berwenang dan bertanggung jawab terhadap Program Siaran yang melanggar.

Dalam hal lembaga penyiaran tidak memenuhi undangan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan/ atau hanya memberikan klarifikasi secara tertulis, maka

lembaga penyiaran yang bersangkutan dianggap telah menggunakan haknya untuk menyampaikan klarifikasi terhadap pelanggaran yang dilakukan. Hasil Klarifikasi dituangkan dalam Berita Acara Klarifikasi dan Pelaksanaan Klarifikasi terhadap dugaan pelanggaran dilakukan paling lambat 7 (tujuh) hari sejak pemeriksaan untuk mengidentifikasi jenis sanksi dilaksanakan.

Setelah itu dilakukan Rapat Pleno Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), yang berdasarkan hasil dari proses pemeriksaan dan hasil analisis dari data, bukti yang digunakan menentukan dan menetapkan jenis sanksi yang akan dikenakan kepada pelapor atau yang melanggar. Rapat pleno pengenaan sanksi administratif merupakan forum musyawarah anggota KPI untuk mengambil putusan atas adanya dugaan pelanggaran. Pelaksanaan rapat pleno pengenaan sanksi administratif melalui forum musyawarah anggota KPI untuk mengambil putusan atas adanya dugaan pelanggaran, paling lambat dilakukan 7 (tujuh) hari setelah pemeriksaan dilakukan. Putusan pengenaan sanksi administratif ditetapkan dan ditandatangani oleh Ketua KPI. Hasil Putusan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dituangkan dalam berita acara putusan yang menentukan:

- 1) Terbukti terjadi Pelanggaran Penyiaran Kampanye Pemilu
- 2) Tidak terbukti terjadi Pelanggaran Penyiaran Kampanye Pemilu.

Proses selanjutnya adalah ketika sudah ada hasil rapat pleno Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan sudah

terbukti atau tidak terbukti pelanggarannya, maka dibuatlah Keputusan pengenaan sanksi administratif. Jika terbukti, maka KPI harus memberikan Informasi atau *feedback* kepada pelapor atas laporan yang sudah diberikan sekaligus menyampaikan hasil rapat pleno KPI sebagai bentuk penghargaan bagi pelapor. Selanjutnya proses penanganan dari pengaduan atau laporan yang sudah dilaksanakan sampai tahap rapat pleno KPI yang menghasilkan keputusan pengenaan sanksi, maka selanjutnya mekanisme yang dijalankan adalah proses pengenaan sanksi/penindakan dan pelaksanaan sanksi tersebut.

Tahapan selanjutnya setelah putusan sanksi administratif hasil musyawarah anggota KPI untuk mengambil putusan atas adanya dugaan pelanggaran, dibacakan dalam forum penyampaian putusan dengan menghadirkan perwakilan dari Lembaga Penyiaran. Putusan pengenaan sanksi administratif berlaku sejak dibacakan dalam forum penyampaian putusan oleh KPI yang dihadiri oleh Perwakilan dari Lembaga Penyiaran. Dalam hal Lembaga Penyiaran tidak hadir pada forum penyampaian putusan, maka salinan putusan dikirim kepada Lembaga Penyiaran. Putusan pengenaan sanksi administratif yang telah dibacakan dalam forum penyampaian putusan wajib diumumkan melalui laman resmi KPI dan ditayangkan oleh Lembaga Penyiaran pada Program Siaran yang terkena sanksi. Pembacaan putusan pengenaan sanksi administratif dilakukan paling lambat 3 (tiga) hari sejak diputuskan

dalam rapat pleno pengenaan sanksi administratif.

Apabila terdapat keberatan, Lembaga Penyiaran berhak mengajukan keberatan secara tertulis atas putusan pengenaan sanksi administratif paling lambat 3 (tiga) hari sejak putusan pengenaan sanksi administratif dibacakan. Keberatan yang diajukan Lembaga Penyiaran secara tertulis, wajib ditindaklanjuti paling lambat 10 (sepuluh) hari sejak keberatan administratif diterima KPI. KPI menindaklanjuti keberatan yang diajukan Lembaga Penyiaran, dengan membahas dan memutuskannya di rapat pleno pengenaan sanksi administratif yang dituangkan dalam berita acara rapat.

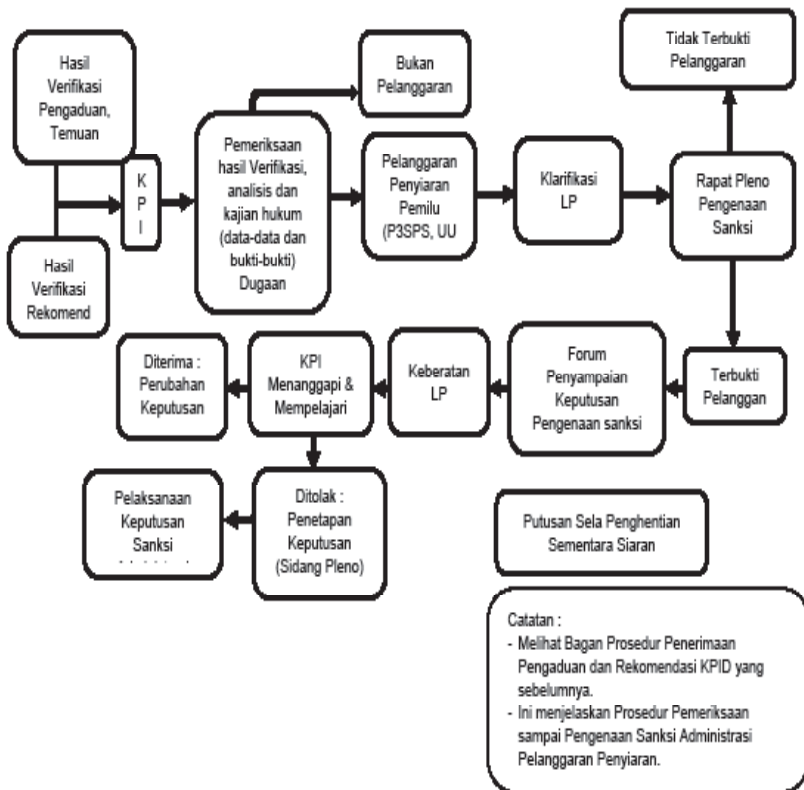
Putusan KPI yang menolak keberatan Lembaga Penyiaran dituangkan dalam Penetapan dan Putusan KPI yang mengabulkan keberatan Lembaga Penyiaran ditindaklanjuti dengan melakukan tindakan koreksi atas putusan pengenaan sanksi administratif yang telah dikeluarkan. Dalam hal Lembaga Penyiaran mengajukan keberatan atas putusan pengenaan sanksi administratif, pelaksanaan sanksi administratif dapat dilaksanakan setelah putusan KPI atas keberatan ditetapkan. Hak mengajukan keberatan atas putusan sanksi administratif hanya dilakukan 1 (satu) kali.

Putusan sanksi administratif bersifat final dan mengikat sepanjang Lembaga Penyiaran tidak mengajukan keberatan terhadap putusan sanksi administratif yang telah diputuskan oleh KPI. Dari hasil temuan, adanya pengaduan atau laporan dan adanya rekomendasi KPI Daerah yang

masuk dan diterima KPI, jika sudah memenuhi kriteria-kriteria dan unsur-unsur ditemukannya dugaan awal terjadinya pelanggaran, kemudian dilakukan pengumpulan data-data dan bukti-bukti, kemudian pemeriksaan dan melakukan kajian/analisis untuk memastikan jenis pelanggaran apa yang dilakukan. Kemudian Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mengundang Lembaga Penyiaran diminta melakukan klarifikasi (hadir langsung atau tertulis) dari Lembaga Penyiaran yang melakukan pelanggaran, kemudian dilanjutkan dengan Rapat Pleno terkait pengenaan sanksi dan kemudian Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) membuat keputusan terkait sanksi yang diberikan kepada Lembaga Penyiaran.

Jika Lembaga Penyiaran merasa keberatan dengan sanksi yang telah menjadi Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), maka masih bisa menyampaikan keberatannya untuk dipelajari lagi oleh KPI apakah keberatan itu diterima atau ditolak. Jika keberatan dipertimbangkan dan diterima, maka KPI akan mengkaji ulang keputusannya untuk bisa diperbaiki atau diubah kembali sesuai hasil kajian atau analisa yang benar dan tepat. Hal ini merupakan gambaran singkat terkait langkah proses penanganan pelanggaran yang terjadi baik yang didapatkan dari temuan, adanya pengaduan dan adanya rekomendasi dari KPID.

Bagan 5. Prosedur Pemeriksaan sampai Pengenaan Sanksi Pelanggaran Penyiaran



5.2 Sanksi Administratif KPI

Program Siaran yang terbukti secara sah dan meyakinkan melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran dikenakan sanksi administratif, yaitu berupa :

- a) Teguran tertulis;
- b) Pengenaan denda administratif;
- c) Penghentian sementara program siaran yang bermasalah setelah melalui tahapan tertentu;
- d) Pembatasan durasi dan waktu siaran; dan/atau
- e) Penghentian kegiatan siaran untuk waktu tertentu
- f) Pengenaan sanksi administratif dapat dilakukan secara berjenjang

1. Sanksi Administratif Teguran Tertulis

Sanksi administratif berupa teguran tertulis dikenakan paling banyak 3 (tiga) kali dengan jangka waktu masing-masing paling lama 30 (tiga puluh) hari kalender (satu bulan). Pelanggaran yang dilakukan dalam masa sanksi administratif teguran tertulis yang ke-3 (ketiga) dapat dikenai sanksi denda administratif apabila setelah pemberian sanksi yang ke-1 dan ke-2 disampaikan, tetapi tidak dipatuhi dan tidak dilaksanakan. Sanksi denda administratif untuk jasa Penyiaran Radio paling banyak Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah) dan untuk jasa Penyiaran Televisi paling banyak Rp. 1.000.000.000 (satu miliar rupiah).

2. Pengenaan Sanksi Denda Administratif

Sanksi denda administratif di luar ketentuan sebagaimana diatur dalam ketentuan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran dapat dikenakan berdasarkan sanksi denda administratif

sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Mekanisme penyelenggaraan sanksi denda administrasi dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Penghentian Sementara Program Siaran Yang Bermasalah Setelah Melalui Tahapan Tertentu

Selama waktu pelaksanaan sanksi administratif penghentian sementara sebagaimana dikenakan dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran, Lembaga Penyiaran dilarang menyajikan Program Siaran dengan format sejenis pada waktu siar yang sama atau waktu yang lain. Penghentian sementara Program Siaran yang bermasalah dikenakan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) dihentikan sementara paling banyak 7 (tujuh) episode untuk Program Siaran yang disiarkan setiap hari atau;
- b) dihentikan sementara paling banyak 4 (empat) episode untuk Program Siaran yang disiarkan setiap minggu.

Lembaga Penyiaran diwajibkan memuat informasi penghentian sementara Program Siaran yang bermasalah, di awal tayangan pengganti Program Siaran yang dihentikan.

4. Pembatasan Durasi dan Waktu Siaran

Lembaga Penyiaran yang tidak melaksanakan sanksi penghentian sementara Program Siaran yang

bermasalah, maka dikenai sanksi administratif berupa pembatasan waktu Siaran. Pembatasan durasi Program Siaran dan waktu Siaran Lembaga Penyiaran dikenakan paling banyak 50 persen dari waktu siaran Lembaga Penyiaran. Pembatasan durasi Program Siaran dan waktu Siaran Lembaga Penyiaran dikenakan paling lama 30 (tiga puluh) hari.

5. Penghentian Kegiatan Siaran Untuk Waktu Tertentu
Dalam hal Lembaga Penyiaran Swasta tidak melaksanakan sanksi denda administratif dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari setelah denda administratif dijatuhkan, maka sanksi ditingkatkan menjadi penghentian kegiatan siaran sampai dipenuhinya kewajiban membayar denda administratif. Dalam hal Lembaga Penyiaran tidak melaksanakan sanksi pembatasan waktu Siaran Lembaga Penyiaran, maka Lembaga Penyiaran dikenai sanksi administratif berupa penghentian. Penghentian kegiatan Siaran untuk waktu tertentu dikenakan paling lama 30 (tiga puluh) hari dan harus ditetapkan dengan Putusan Pengadilan.
6. Rekomendasi Pencabutan Izin
Dalam hal Lembaga Penyiaran tidak memenuhi ketentuan Program Siaran setelah dikenakan sanksi administratif berupa Penghentian kegiatan Siaran untuk waktu tertentu dan sudah ada penetapan Putusan Pengadilan, maka KPI memberikan rekomendasi kepada Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan

informatika untuk mengenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin penyelenggaraan Penyiaran dan/atau perizinan berusaha.

BAB VI

**Koordinasi
Multistakeholders Dalam
Gugus Tugas Pengawasan
dan Pemantauan
Pemberitaan, Penyiaran,
dan Iklan Kampanye**

BAB VI

Koordinasi Multistakeholders dalam Gugus Tugas Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye

6.1 Ruang Lingkup Gugus Tugas

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) bekerja sama dengan Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), dan Dewan Pers membentuk Gugus Tugas untuk Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye dalam rangka Pemilu 2024. Gugus Tugas ini memiliki struktur yang mencakup tingkat pusat hingga daerah. Mengacu pada Surat Edaran Komisi Penyiaran Indonesia No. 1/2019 tentang Pengawasan Penyiaran, Pemberitaan, dan Iklan Kampanye Pemilu 2019, Gugus Tugas Pusat dapat melakukan kajian bersama atas hasil pemantauan, laporan, dan pengaduan masyarakat terkait dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan

iklan kampanye di lembaga penyiaran berjangkaran dan berlangganan.

Gugus Tugas tingkat Pusat juga berwenang mengeluarkan rekomendasi sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh Peserta Pemilu, yang nantinya akan ditindaklanjuti sesuai kewenangan masing-masing lembaga. KPI Pusat bertanggung jawab untuk menindaklanjuti rekomendasi yang dikeluarkan oleh Gugus Tugas tingkat nasional/pusat kepada lembaga penyiaran berjangkaran dan/atau berlangganan. Pada tingkat provinsi, Gugus Tugas melaksanakan kajian bersama terhadap hasil pemantauan, laporan, dan pengaduan masyarakat terkait dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas. Gugus Tugas tingkat provinsi juga memiliki wewenang untuk mengeluarkan rekomendasi sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh Peserta Pemilu, yang akan ditindaklanjuti oleh KPI Daerah (Provinsi) kepada lembaga penyiaran setempat.

Di tingkat Kabupaten/Kota, Gugus Tugas melaksanakan kajian bersama terhadap hasil pemantauan, laporan, dan pengaduan masyarakat terkait dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas. Gugus Tugas Kabupaten/Kota memiliki kewenangan untuk mengeluarkan rekomendasi sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh Peserta Pemilu, dan rekomendasi tersebut akan ditindaklanjuti oleh KPI

Daerah (Provinsi) kepada lembaga penyiaran setempat.

Pemberlakuan pengawasan ini didasarkan pada ketentuan hukum yang mengatur peran KPI. Undang-Undang No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu menyebutkan bahwa KPI dan Dewan Pers bertanggung jawab untuk melakukan pengawasan terhadap pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye pemilu yang dilakukan oleh lembaga penyiaran atau media massa cetak. Lebih lanjut, Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 15 tahun 2023 tentang Kampanye menjelaskan bahwa KPI memiliki kewenangan untuk mengawasi pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye media elektronik yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran Publik, Swasta, Komunitas, dan Berlangganan.

Dalam hal pemberitaan kampanye, KPI memastikan bahwa lembaga penyiaran yang menyediakan rubrik khusus untuk pemberitaan kampanye pemilu harus memberikan perlakuan yang adil dan seimbang kepada semua peserta pemilu. KPI juga memastikan bahwa lembaga penyiaran menyediakan waktu dan ruang yang adil dan seimbang sesuai kode etik jurnalistik untuk pemuatan berita, wawancara, dan iklan kampanye setiap peserta pemilu.

6.2 *Standing Position* KPI

Sebagai sebuah lembaga negara independen, KPI dan jajaran KPID memiliki tugas yang sangat penting dalam mengatur berbagai aspek penyiaran, termasuk pengawasan pemberitaan kampanye pemilu. Namun, perlu dicatat bahwa posisi KPI dalam konteks ini bukanlah

sebagai lembaga yang berdiri sendiri, tetapi sebagai mitra bagi Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) dalam memastikan keadilan dan keberimbangan pemberitaan selama proses pemilu berlangsung. KPI memiliki peran strategis dalam mendukung Bawaslu sebagai *leading sector* pengawasan penyelenggaraan pemilu. Dalam kerjasama yang erat dengan Bawaslu, KPI bertujuan untuk memperkuat peran pengawasan Bawaslu dalam mengawasi berjalannya pemilu yang adil dan demokratis.

Kewenangan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) dalam pengawasan penyiaran kampanye pemilu di Indonesia dapat didasarkan pertama-tama pada Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Kewenangan ini diperkuat oleh UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum dimana pada pasal 296 disebutkan bahwa, "*Komisi Penyiaran Indonesia atau Dewan Pers melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye pemilu yang dilakukan oleh lembaga penyiaran atau media massa cetak*". Dengan tugas yang diberikan dalam penyelenggaraan pemilu tersebut, KPI dapat memaksimalkan beberapa kewenangan yang diberikan oleh UU Penyiaran khususnya berfokus pada pengaturan Lembaga Penyiaran yang lebih menjamin keadilan dan keberimbangan. Kewenangan yang ada di pasal 8 ayat (2) UU Penyiaran misalnya dapat dijadikan landasan KPI untuk memperkuat jaminan keadilan dan keberimbangan pemberitaan, penyiaran, dan kampanye pemilu.

Pertama, KPI memiliki kewenangan untuk

menetapkan standar program siaran. Hal ini mencakup pedoman dan ketentuan yang harus diikuti oleh lembaga penyiaran dalam menyajikan program siaran terkait kampanye pemilu. Dengan demikian, KPI dapat menyusun standar program siaran yang komprehensif mengacu pada ketentuan di UU Pemilu. Kedua, KPI memiliki kewenangan menyusun peraturan dan pedoman perilaku penyiaran. Kewenangan ini dapat dijadikan landasan untuk membuat panduan etika dan norma yang harus dijalankan oleh lembaga penyiaran dalam menyampaikan materi kampanye pemilu. Peraturan dan pedoman ini bertujuan untuk memastikan bahwa lembaga penyiaran beroperasi dengan integritas dan menghindari pelanggaran yang dapat merugikan proses pemilu.

Selanjutnya, KPI memiliki peran yang sangat penting dalam mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran. Tujuan utamanya adalah memastikan kepatuhan lembaga penyiaran terhadap aturan yang telah ditetapkan. Dalam melaksanakan tugas ini, KPI melakukan pemantauan secara aktif terhadap program siaran yang berkaitan dengan kampanye pemilu, baik melalui televisi, radio, maupun media lainnya.

Dalam hal terjadi pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran, KPI memiliki kewenangan untuk memberikan sanksi. Sanksi ini merupakan langkah tegas yang diambil untuk menindak tindakan yang melanggar ketentuan yang berlaku. Dengan

memberikan sanksi yang tepat, KPI berusaha menciptakan lingkungan penyiaran yang adil, sehat, dan beretika dalam konteks kampanye pemilu.

Selain tugas pengawasan, KPI juga menjalankan peran penting dalam melakukan koordinasi dan kerjasama dengan pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat. Dalam konteks ini, KPI dapat mengembangkan program pelatihan dan bimbingan bagi lembaga penyiaran untuk memastikan pemahaman yang baik terkait dengan standar program siaran. Pelatihan ini dapat mencakup aspek-aspek seperti keberagaman sudut pandang, penghindaran bias, dan penyajian informasi yang akurat. Dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan lembaga penyiaran, KPI dapat membantu memastikan bahwa program siaran yang disajikan selama kampanye pemilu mencerminkan prinsip-prinsip keberimbangan dan keadilan.

KPI dapat mengaktifkan peran masyarakat dan pemangku kepentingan dalam memantau dan memberikan masukan terkait dengan siaran kampanye pemilu. KPI dapat membuka mekanisme pengaduan dan membangun kerjasama dengan organisasi masyarakat sipil, lembaga pemantau pemilu, dan akademisi untuk mendapatkan umpan balik yang berharga terkait dengan kualitas dan keberimbangan siaran kampanye. Partisipasi aktif masyarakat dan pemangku kepentingan akan membantu KPI dalam mengidentifikasi dan menindaklanjuti dugaan pelanggaran serta memastikan adanya keseimbangan yang lebih baik dalam pemberitaan pemilu. Kerjasama ini

bertujuan untuk membangun sinergi dalam pengawasan dan pengembangan penyiaran yang sehat.

6.3 Relasi Gugus Tugas Tingkat Pusat, Gugus Tugas Tingkat Provinsi dan Gugus Tugas Tingkat Kabupaten/Kota

a) Relasi Gugus Tugas Tingkat Pusat

Pada tingkat pusat (nasional), Gugus Tugas yang terdiri dari KPI, KPU, Bawaslu, dan Dewan Pers berperan penting dalam mengawasi pelaksanaan penyiaran, pemberitaan, dan iklan kampanye pemilu di lembaga penyiaran berjangkauan (nasional) dan berlangganan. Gugus Tugas melakukan kajian bersama berdasarkan hasil pemantauan, laporan, dan pengaduan masyarakat terkait dugaan pelanggaran yang dilakukan oleh Peserta Pemilu. Setelah melakukan kajian bersama, Gugus Tugas mengeluarkan kesimpulan mengenai dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye. Jika terdapat pelanggaran yang terbukti, Gugus Tugas memiliki kewenangan untuk mengeluarkan rekomendasi sanksi kepada Peserta Pemilu yang terlibat. Kemudian, KPI Pusat bertanggung jawab menindaklanjuti rekomendasi yang dikeluarkan oleh Gugus Tugas tingkat nasional/pusat kepada lembaga penyiaran berjangkauan (nasional) dan/atau berlangganan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa tindakan sanksi yang diberikan sesuai dengan kesimpulan yang dihasilkan oleh Gugus Tugas.

b) Relasi Gugus Tugas Tingkat Provinsi

Di tingkat provinsi, Gugus Tugas berperan dalam melakukan kajian bersama atas hasil pemantauan, laporan, dan pengaduan masyarakat terkait dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas di wilayah provinsi. Setelah melakukan kajian bersama, Gugus Tugas tingkat provinsi mengeluarkan kesimpulan mengenai dugaan pelanggaran yang ditemukan. Jika terdapat pelanggaran yang terbukti, Gugus Tugas juga memiliki kewenangan untuk mengeluarkan rekomendasi sanksi kepada Peserta Pemilu yang terlibat.

Selanjutnya, KPI Daerah (Provinsi) bertanggung jawab menindaklanjuti rekomendasi yang dikeluarkan oleh Gugus Tugas tingkat provinsi kepada lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas di wilayah provinsi. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa tindakan sanksi yang diberikan sesuai dengan kesimpulan yang telah ditarik oleh Gugus Tugas.

c) Relasi Gugus Tugas Tingkat Kabupaten/Kota

Pada tingkat kabupaten/kota, Gugus Tugas melakukan kajian bersama atas hasil pemantauan, laporan, dan pengaduan masyarakat terkait dugaan pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas di wilayah kabupaten/kota. Setelah melakukan kajian bersama, Gugus Tugas tingkat kabupaten/kota mengeluarkan kesimpulan mengenai dugaan pelanggaran

yang ditemukan. Jika terdapat pelanggaran yang terbukti, Gugus Tugas tingkat kabupaten/kota memiliki wewenang untuk mengeluarkan rekomendasi sanksi kepada Peserta Pemilu yang terlibat. Kemudian, KPI Daerah (Provinsi) menindaklanjuti rekomendasi yang dikeluarkan oleh Gugus Tugas tingkat kabupaten/kota kepada lembaga penyiaran lokal, berlangganan, dan/atau komunitas di wilayah kabupaten/kota. Tindakan ini dilakukan untuk memastikan bahwa tindakan sanksi yang diberikan konsisten dengan kesimpulan yang telah ditarik oleh Gugus Tugas tingkat kabupaten/kota.

d) Mekanisme Koordinasi dan Pertukaran Informasi

Pengawasan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye pemilu merupakan tugas krusial yang diemban oleh Gugus Tugas yang dibentuk oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), dan Dewan Pers. Mekanisme koordinasi dan pertukaran informasi antara Gugus Tugas tingkat pusat, provinsi, dan kabupaten/kota menjadi penting untuk memastikan adanya perlakuan yang adil dan berimbang dalam pemberitaan media selama pemilu. Berikut adalah rincian mekanisme tersebut:

1. Koordinasi antara Gugus Tugas Nasional dan Gugus Tugas Provinsi
 - a. Pemantauan dan Analisis Bersama
Gugus Tugas Nasional dan Gugus Tugas Provinsi melakukan pemantauan secara aktif terhadap program siaran, laporan

- media, serta pengaduan masyarakat terkait pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di wilayah provinsi.
- b. Kesimpulan dan Rekomendasi
Hasil pemantauan dan analisis bersama digunakan untuk merumuskan kesimpulan atas dugaan pelanggaran yang terjadi. Gugus Tugas Provinsi memberikan rekomendasi sanksi berdasarkan kesimpulan tersebut, sesuai dengan kewenangan masing-masing lembaga.
 - c. Pertukaran Informasi
Informasi tentang kesimpulan dan rekomendasi sanksi dari Gugus Tugas Provinsi disampaikan kepada Gugus Tugas Nasional melalui mekanisme pertukaran informasi yang efektif dan terintegrasi.
2. Koordinasi antara Gugus Tugas Nasional dan Gugus Tugas Kabupaten/Kota
- a. Pemantauan dan Evaluasi Bersama
Gugus Tugas Nasional dan Gugus Tugas Kabupaten/Kota melakukan pemantauan secara kolaboratif terhadap program siaran, laporan media, serta pengaduan masyarakat terkait pelanggaran pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye di wilayah kabupaten/kota.

- b. **Penyusunan Kesimpulan**
Berdasarkan hasil evaluasi bersama, Gugus Tugas Kabupaten/Kota menyusun kesimpulan atas dugaan pelanggaran dan memberikan rekomendasi sanksi sesuai dengan kewenangan masing-masing lembaga.
 - c. **Pertukaran Informasi**
Informasi tentang kesimpulan dan rekomendasi sanksi dari Gugus Tugas Kabupaten/Kota disampaikan kepada Gugus Tugas Nasional melalui saluran komunikasi yang terencana.
3. **Pertukaran Informasi Antar Gugus Tugas dan KPI**
- a. **Konsolidasi Data**
KPI berperan sebagai lembaga pusat yang mengawasi dan memfasilitasi pertukaran informasi antar Gugus Tugas. KPI mengumpulkan data dan informasi dari Gugus Tugas tingkat pusat, provinsi, dan kabupaten/kota.
 - b. **Analisis Data**
KPI melakukan analisis menyeluruh terhadap data dan informasi yang diterima dari Gugus Tugas untuk mengidentifikasi pola dan tren pelanggaran pemberitaan pemilu.
 - c. **Pengambilan Keputusan**

Hasil analisis dan kesimpulan dari Gugus Tugas di seluruh tingkatan menjadi dasar bagi KPI untuk mengambil keputusan yang diperlukan dalam rangka mengatur, mengawasi, dan memberikan sanksi terhadap pelanggaran pemberitaan.

d. Koordinasi Implementasi Sanksi

KPI berkoordinasi dengan Gugus Tugas tingkat pusat, provinsi, dan kabupaten/kota untuk memastikan implementasi sanksi yang diberikan secara efektif dan adil sesuai dengan kewenangan masing-masing lembaga.

4. Koordinasi antara KPI dan Lembaga Penyiaran

a. Diseminasi Informasi

KPI menyampaikan hasil kesimpulan dan sanksi kepada lembaga penyiaran yang terkait, baik tingkat nasional maupun daerah, untuk memberikan pemahaman mengenai pelanggaran yang terjadi dan langkah-langkah yang harus diambil.

b. Monitoring dan Evaluasi

KPI melakukan monitoring dan evaluasi terhadap implementasi sanksi oleh lembaga penyiaran untuk memastikan aturan dan standar program siaran dijalankan dengan benar.

- c. Keterbukaan dan Transparansi
KPI memastikan keterbukaan dan transparansi dalam proses pertukaran informasi dengan lembaga penyiaran serta memberikan kesempatan bagi lembaga penyiaran untuk memberikan tanggapan dan klarifikasi atas kesimpulan yang diambil.
5. Kerjasama dengan Lembaga Terkait
 - a. Kerjasama dengan KPU, Bawaslu, dan Dewan Pers
Gugus Tugas tingkat pusat, provinsi, dan kabupaten/kota berkoordinasi dengan lembaga terkait seperti KPU, Bawaslu, dan Dewan Pers untuk saling bertukar informasi terkait pelanggaran pemberitaan pemilu. Kerjasama ini memungkinkan Gugus Tugas untuk mendapatkan data dan laporan yang lebih lengkap serta mendalam tentang pelanggaran yang terjadi, sehingga tindakan yang diambil dapat lebih tepat sasaran.
 - b. Sinergi dengan Pihak Eksternal
Gugus Tugas juga menjalin sinergi dengan pihak eksternal, seperti LSM pemantau pemilu, lembaga riset, dan media independen, untuk mendapatkan informasi yang lebih beragam dan mendalam tentang situasi pemberitaan pemilu di lapangan. Kolaborasi ini memperkuat kualitas

pemantauan dan analisis yang dilakukan oleh Gugus Tugas, sehingga kesimpulan dan rekomendasi yang dihasilkan menjadi lebih akurat.

6. Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
 - a. Pelatihan Gugus Tugas
KPI memberikan pelatihan kepada anggota Gugus Tugas di tingkat pusat, provinsi, dan kabupaten/kota terkait teknis pengawasan dan analisis pemberitaan pemilu. Pelatihan ini mencakup pemahaman tentang aturan dan standar program siaran, teknik pemantauan media, analisis konten, dan penggunaan perangkat teknologi informasi untuk mengoptimalkan proses pengawasan.
 - b. Peningkatan Kapabilitas Lembaga Penyiaran
KPI juga memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan kepada lembaga penyiaran terkait pengaturan program siaran selama pemilu. Dengan meningkatkan kapabilitas lembaga penyiaran, diharapkan mereka dapat mematuhi aturan dan standar program siaran secara lebih baik.
7. Pengawasan Berkelanjutan dan Evaluasi Kinerja
 - a. Monitoring Kinerja Gugus Tugas
KPI melakukan monitoring kinerja Gugus Tugas di tingkat pusat, provinsi, dan

kabupaten/kota secara berkala. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas mekanisme koordinasi dan pertukaran informasi yang telah diimplementasikan, serta memastikan bahwa tugas pengawasan berjalan sesuai dengan rencana.

b. Evaluasi Dampak dan Perbaikan

KPI juga melakukan evaluasi dampak dari tindakan pengawasan yang telah diambil oleh Gugus Tugas. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi potensi perbaikan dan peningkatan kualitas pengawasan pemberitaan pemilu di masa yang akan datang.

Mekanisme koordinasi dan pertukaran informasi antara Gugus Tugas tingkat pusat, provinsi, dan kabupaten/kota serta KPI adalah fondasi penting dalam menjaga integritas dan keseimbangan pemberitaan selama pemilu. Dengan mengoptimalkan sinergi dan kerjasama antarlembaga serta pengembangan sumber daya manusia, Gugus Tugas dapat memberikan pengawasan yang efektif dan akurat terhadap pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye pemilu di berbagai tingkatan. Dalam konteks pengawasan media selama pemilu 2024, langkah-langkah konkrit yang diambil oleh Gugus Tugas dan KPI menjadi kunci dalam memastikan adanya perlakuan yang adil, seimbang, dan berimbang dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Selain itu, pengawasan berkelanjutan

dan evaluasi kinerja yang dilakukan oleh KPI menjadi upaya untuk terus meningkatkan kualitas pengawasan media demi menciptakan pemilu yang transparan dan berintegritas dalam dunia penyiaran di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Atie Rahmiate, 2007, Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunitas, Remaja Rosdakarya – Bandung.

Dr. H. Mahi, 2020, Politik Penyiaran Lokal: Reposisi KPI – KPID, JMPD, Bandung.

Herman Pelani, 2019, Efektivitas Pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Sulawesi Selatan Terhadap Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018, Tesis Universitas Bosowa, Makassar.

Mahmud Marzuki, Peter, 2011. Penelitian Hukum. Jurnal Penelitian Hukum. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Susanti, Mimah & Nababan Rikson H, 2020, Pedoman Pengawasan Penyiaran Pemilihan Kepala Daerah, Komisi Penyiaran Indonesia Pusat, Jakarta.

Veri Junaidi, 2013, Pelibatan dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengawasan Pemilu, Perludem dan The Asia Foundation, Jakarta.

Wilding, D., 2018, *The Impact of Digital Platforms on News and Journalistic Content*, University of Technology Sydney, NSW.

Jurnal

Doly, Denico, 2015, "Upaya Penguatan Kelembagaan Komisi Penyiaran Indonesia Dalam Perspektif Hukum." *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan dan Kesejahteraan*, Vol 6, No. 2, pp 149 – 67.

Jamhur Poti, 2011, Demokratisasi Media Massa Dalam Prinsip Kebebasan, *Jurnal Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan*, Vol. 1. No. 1, pp 17 – 35

Mohammad Hidayat dkk, 2022, Perluasan Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia terhadap Pengawasan Media Digital, *Jurnal Konstitusi*, vol. 19, no. 1, pp 132 – 138

Nurafifah & Sapitri, Hendra, Nisma Laela. 2020. *Media Televisi Swasta dan Politik Dalam Pemilihan Presiden 2019 Ditinjau Dari Perspektif Agenda Setting*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 24 No. 2, Desember 2020: halaman 113-122. Link : <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/download/3024/1430>

Laman Web

Komisi Penyiaran Indonesia. (n.d.). *Siaran pers dialog uji publik pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran (P3SPS)*. Retrieved Juli 3, 2023

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/siaran-pers/3050-siaran-pers-dialog-ujipublik-pedoman-perilaku-penyiaran-dan-standar-program-siaran-p3sps>

Komisi Penyiaran Indonesia, Profil KPI, <https://kpi.go.id/id/>, diakses Juli 2023.

Hootsuite – We Are Social : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>, diakses pada Juni 2023.

Marketeers, <https://www.marketeers.com/nielsen-perkiraan-jumlah-penonton-tv-tembus-130-juta-orang/>, diakses pada 9 Juni 2023.

Peraturan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

UU No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.

Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Swasta

Peraturan Pemerintah No. 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia No. 1 Tahun 2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia No. 2 Tahun 2012 tentang Standar Program Siaran

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia No.1 Tahun 2023 tentang Tata Cara Pengenaan Sanksi Administrasi Terkait Isi Siaran.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum

Keputusan Bersama Antara Badan Pengawas Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum, Komisi Penyiaran Indonesia dan Dewan Pers. Nomor 0221.1/PM.04/K1/02/2023. Nomor 12/PR.07-NK/01/2023. Nomor : 01/KPI/HK.01.10/02/2023. Nomor : 02/DP/MoU/II/2023. Tentang Gugus Tugas Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye Dalam Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024.

Bahan Standar Pelayanan Pengaduan KPI; Blue Print Pengaduan Penyiaran KPI;

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.

BERAGAM FORMAT PENGADUAN

1. Pengaduan Melalui Email (pengaduan@kpi.go.id)
Saluran Pengaduan Masyarakat terkait penyiaran dapat disampaikan melalui email pengaduan@kpi.go.id. Data pengaduan akan diintegrasikan kedalam Aplikasi SIP untuk dilakukan proses tindak lanjut pengaduan.
2. Pengaduan Melalui Website (kpi.go.id)
Saluran pengaduan dapat disampaikan dengan diakses melalui website www.kpi.go.id dengan proteksi dan *firewall* yang aman untuk menghindari mobilisasi aduan yang berasal dari mesin komputer/robot.
3. Pengaduan Melalui SMS (*Short Message Service*)
Saluran pengaduan SMS dapat dikirimkan message ke nomor 0812-13070000. Server Gateway SMS sudah terintegrasi dengan aplikasi SIP.
4. Pengaduan Melalui WhatsApp (081213070000)
Saluran pengaduan WhatsApp dapat dikirimkan ke nomor 0812-13070000. Server *Gateway* WhatsApp sudah terintegrasi dengan aplikasi SIP.
5. Pengaduan Melalui *Call Center*
Saluran pengaduan *Call Center* dapat langsung menghubungi 021-21203889 disertai bukti rekaman pembicaraan yang terintegrasi langsung ke aplikasi SIP.

6. Pengaduan melalui aplikasi SP4N Lapor! (www.lapor.go.id)
Kementerian PANRB mengakomodir Pengaduan Masyarakat agar terkontrol dan ditindaklanjuti oleh Kementerian/Lembaga dengan menginisiasi adanya aplikasi lapor SP4N atau website lapor.go.id. Masyarakat dapat mengadukan terkait penyiaran ke aplikasi tersebut yang akan diintegrasikan langsung ke aplikasi SIP.
7. Pengaduan Melalui Facebook
Saluran pengaduan Facebook dapat diakses melalui *Fan Page* Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (@KPIPusat) dan *platform* media social ini sudah terintegrasikan dengan aplikasi SIP. Masyarakat bisa mengadukan melalui postingan, message FB atau komentar.
8. Pengaduan Melalui Twitter
Saluran pengaduan twitter dapat diakses dengan follow @KPI_Pusat dan sudah terintegrasikan dengan aplikasi SIP. Masyarakat bisa mengadukan dengan cara mention ke @KPI_Pusat dan *Direct Message* (DM).
9. Pengaduan Melalui Instagram
Saluran pengaduan Instagram dapat diakses dengan follow @kpi pusat dan sudah terintegrasikan dengan aplikasi SIP. Masyarakat mengadukan melalui komentar dalam postingan KPI Pusat atau melalui *Direct Message* (DM).
10. Pengaduan Melalui Surat Masuk
Saluran pengaduan Surat Masuk dapat dikirimkan

melalui Pos dengan alamat "Jalan Ir.H. Juanda No.36 Jakarta Pusat Kode Pos 10120". Pengaduan surat masuk tersebut akan didata, discan dan direkap kembali melalui form aduan untuk bukti aduan digital dan selanjutnya akan disposisi ke bagian persuratan atau sekretariat KPI Pusat.

11. Pengaduan Melalui Tatap Muka

Saluran pengaduan Tatap Muka dilakukan dengan datang langsung ke kantor KPI Pusat dan diterima oleh Tim Pengaduan dengan mendengarkan, mencatat dan merekam permasalahan aduan yang disampaikan langsung oleh masyarakat atau wakil masyarakat (Organisasi Masyarakat, Lembaga, Pengacara dan lainnya)

LAMPIRAN 2:

Model
A.2 Pengaduan
Masyarakat -KPI

KAJIAN LAPORAN
PENGADUAN MASYARAKAT KPI

Nomor:

I. Pokok Masalah :

.....
.....

D a t a:

1. Pengadu

a. Principle :

b. Kuasa Hukum* :

c. Nama Kuasa :

d. Nomor Surat Kuasa :

2. No. KTP :

3. Pekerjaan :

4. Alamat :

6. Program/Kategori Program :

7. Hari dan Tanggal Peristiwa :

8. Episode :

9. Bukti** :

.....

10. Saksi*** :

III. Kajian/Pembahasan :

1. Fakta dan keterangan :

.....

.....
2. Pasal yang diduga dilanggar :

.....
3.Pembahasan/Kajian :

IV.Simpulan :

.....
V.Rekomendasi :

.....
.....

Tim Kajian

()

*Coret yang tidak perlu

** Rekaman Audio dan/atau Visual, Foto

***Dapat menghadirkan saksi ahli

Nb. Dilampirkan Hasil Temuan dalam bentuk Proseding

PEDOMAN

PENGAWASAN PENYIARAN
PEMILIHAN UMUM
TAHUN **2024**

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat
Jl. Ir. H Juanda, No. 36 Gambir
Jakarta 10120
Indonesia
Telp. 021-634013