

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merangkul pola demokrasi, maka segala bentuk kedaulatan tertinggi ada pada rakyat maupun melalui perwakilan yang dipilih rakyat untuk menjalankan sistem pemerintahan didalamnya. Pemilihan perwakilan rakyat ini dilangsungkan melalui pemilihan umum yang merupakan proses menentukan pemimpin negara, anggota parlemen hingga pemimpin disetiap daerah. Pemilu sebagai wujud demokrasi Indonesia, dimana setiap rakyat diberi kebebasan untuk memutuskan pemimpin yang menjalankan kebijakan dan membuat keputusan. Pasaunya Pemilu menjadi realisasi politik bagi rakyat dalam menentukan pemimpin dan terbentuknya sistem pemerintahan dalam suatu negara.<sup>1</sup> Di Indonesia, Pemilu dilaksanakan setiap lima tahun sekali secara (Luberjurdil) langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, adil. Pemilihan umum dilangsungkan untuk melakukan pemilihan Presiden, DPR, DPD, DPRD, dan pemilihan kepala daerah<sup>2</sup>. Pemilu dilakukan di setiap daerah dan juga memilih pemimpin yang mewakili masing-masing daerah.

Pada sistem pemilihan umum, tentu tidak dapat dihindarkan dari serangkaian kampanye untuk menarik perhatian dan suara rakyat. Kampanye adalah gerakan komunikasi yang sudah direncanakan dengan maksud untuk mendatangkan efek atau timbal balik terhadap sejumlah massa yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Indrawan, 2022, *Sistem Pemilu Indonesia*, Jakad Media Publishing, Surabaya.

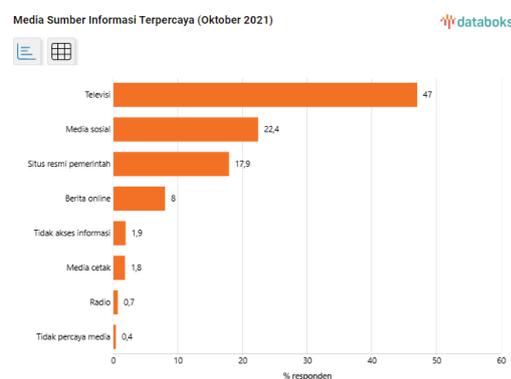
<sup>2</sup> Penjelasan Umum tentang UU Nomor 7 Tahun 2017 dan UU Nomor 8 Tahun 2015

<sup>3</sup> Antar Venus, 2018, *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik Edisi Revisi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.

Keberadaan media tentu sangat tidak terlepas karena menjadi salah satu bagian dalam melakukan penerapan kampanye. Media sebagai sumber informasi dalam mengetahui peserta Pemilu di daerah, hingga sebagai alat kampanye untuk menarik perhatian publik. Namun dalam prosesnya tidak sedikit media justru menjadi sarana kepentingan pribadi atau pemilik media bukan publik.

Adapun jenis-jenis media massa menurut Nurudin dari paradigma baru yaitu surat kabar, televisi, majalah, radio, tabloid dan Internet.<sup>4</sup> Media massa tersebut sering digunakan dalam persuasi bagi peserta Pemilu.

Dari berbagai jenis media massa diatas memiliki ciri khas, target audiensi, tingkat kepercayaan masing-masing untuk melakukan kampanye serta menarik perhatian khalayak dari pengguna dari berbagai jenis media tersebut. Berdasarkan survei *Katadata Insight Center (KIC)* tahun 2021 dan Kemenkominfo menunjukkan bahwa media televisi menjadi sumber media yang paling dipercaya oleh publik untuk mendapatkan informasi. Dengan presentase 47% responden yang menjawab televisi sebagai media yang mereka percayai, disusul media sosial dengan perolehan presentasi 22,4% responden.<sup>5</sup>



Gambar 1. Survei Katadata Insight Center (KIC)

<sup>4</sup> Nurudin, 2007, *Pengantar Komunikasi Massa*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

<sup>5</sup> Reza Pahlevi, 2022, *Media Sumber Informasi Terpercaya 2021*, dilihat 22 Maret 2024 pukul 10.50, [Survei KIC: Masyarakat Lebih Percaya Televisi dan Media Sosial Ketimbang Situs Resmi Pemerintah \(katadata.co.id\)](https://www.katadata.co.id)

Dalam hal ini artinya media televisi menjadi sangat efektif dalam melakukan praktik kampanye, dengan data yang ada menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi karena membuat banyak khalayak yang mengaksesnya. Namun hanya tinggal bagaimana strategi isi kampanye untuk disiarkan, termasuk bagi televisi yang berada dilokal atau daerah.

Pada pelaksanaannya, kampanye dalam media televisi juga perlu mematuhi peraturan yang ditetapkan dari penyelenggaraan Pemilu. Dalam hal ini Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga pengawas siaran kampanye media televisi dan radio secara nasional dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) melakukan pengawasan bagi setiap media lokal di setiap daerah. Sementara Bawaslu melakukan pengawasan dari peserta Pemilu. Dari keduanya telah diatur dalam peraturan yang setiap lima tahun sekali dilakukan pembaharuan dan diinformasikan kepada setiap lembaga penyiaran untuk menjadi standar siaran.

Adapun dinamika kampanye di setiap daerah pasti berbeda-beda, sehingga tantangan bagi lembaga pengawas juga bermacam-macam. Di Yogyakarta sendiri sebagai Daerah Istimewa Yogyakarta dengan beragam latar belakang masyarakatnya bahkan dikenal dengan kota budaya, wisata, pelajar, dan batik tentu memiliki dinamika tersendiri dalam masa kampanye. Dilansir dari kompas.com bahwa Bawaslu DIY telah menggagalkan 5 kampanye tersembunyi pada tahun 2023 diantaranya pemberian susu, sembako hingga memberangkatkan liburan piknik masyarakat oleh salah satu peserta Pemilu 2024.<sup>6</sup> Selain itu lembaga Pengawasan KPID Yogyakarta juga pernah memberikan surat teguran pada 13 Januari 2017, karena pelanggaran yang dilakukan oleh televisi ADITV saat Pilkada melebihi batas maksimal siaran

---

<sup>6</sup> Bawaslu DIY Sudah Gagalkan 5 Kampanye Terselubung, Paling Banyak Bagi-bagi Susu (kompas.com)

iklan kampanye dari Pasangan calon Imam Priyono - Achmad Fadli dan Paslon Haryadi Suyuti - Heroe Poerwadi.<sup>7</sup>

Dari kasus yang ada, tentu seharusnya media televisi sebagai salah satu perantara informasi bagi masyarakat harus berimbang dan netral dalam memberikan informasi, tidak adanya keberpihakan dari salah satu pasangan calon peserta Pemilu saja, melainkan secara berimbang menginformasikan kebenaran serta visi misi dari semua peserta Pemilu agar menjadi acuan tersendiri bagi kebebasan masyarakat dalam memilih pemimpin pada saat Pemilu. Media juga memiliki andil besar menayangkan pemberitaan apabila seorang pasangan calon melakukan kecurangan dalam praktik kampanye di lapangan. Sehingga dalam hal ini KPID DIY sebagai lembaga pengawasan di daerah yang diberi amanat oleh KPI pusat dan Gubernur perlu mengawasi iklan kampanye di media televisi, bukan hanya kewajiban dalam mengemban tugasnya, serta menerapkan sesuai standar yang diberlakukan tetapi juga membantu masyarakat mendapatkan informasi dengan lebih baik.

Pedoman peraturan KPID DIY dalam mengawasi iklan kampanye beralaskan pada Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 4 Tahun 2023, dijelaskan pada Pasal 2 ayat (1) berkenaan KPI melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran. Serta diatur ketentuannya bagi lembaga penyiaran yang akan menayangkan kampanye Pemilu diatur dalam Pasal 6 huruf (a).<sup>8</sup>

Kebijakan yang ditetapkan ini menjadi standar lembaga penyiaran untuk dipatuhi dan akan diawasi oleh KPID dalam pelaksanaannya. Sesuai dengan Surat 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/01/2012 Nomor 01/KPI/HK.01.10/02/2023 Nomor 02/DP/MoU/II/2023 atas Gugus Tugas

---

<sup>7</sup> [Teguran - KPID DIY \(jogjaprovo.go.id\)](http://jogjaprovo.go.id)

<sup>8</sup> Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 4 Tahun 2023

Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye dalam Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024. Peraturan bersama ini menyatakan kampanye Pemilu yang dilakukan melalui Iklan media massa cetak, media massa elektronik, dan internet akan diawasi selama 21 hari dan berakhir sampai dengan dimulainya masa tenang.<sup>9</sup>

Pada Pemilu 2024 kampanye di media televisi mulai dilakukan pemeriksaan sejak tanggal 21 Januari hingga 10 Februari 2024. Dalam periode inilah KPID DIY sebagai lembaga pengawas penyiaran melakukan pemantauan selama 24 jam untuk melihat proses berjalannya iklan kampanye di media televisi. Kemudian, saat masa kampanye selesai maka KPID DIY memiliki kewenangan untuk melakukan edukasi dan teguran bagi stasiun televisi yang dilihat menyalahi aturan.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran pada Bab III Penyelenggaraan Penyiaran bagian kesembilan berkenaan Stasiun Penyiaran dan Wilayah Jangkauan Siaran Pasal 31 nomor 5, bahwa definisi mengenai lembaga penyiaran televisi lokal ialah stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut. Sehingga dalam hal ini stasiun televisi lokal yang dimaksud di Yogyakarta yakni ADITV, RBTV, JOGJATV. Oleh karena itu menjadi sebuah daya tarik untuk melakukan penelitian mengenai **Pengawasan KPID DIY terhadap Iklan Kampanye Pemilu 2024 di Stasiun Televisi Lokal DIY.**

Dari hal yang sudah dijabarkan sebelumnya, peneliti akan berfokus kepada pengawasan yang dilakukan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) DIY dalam memantau iklan kampanye sesuai dengan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia selama kampanye Pemilu 2024 di stasiun televisi DIY dan meneliti

---

<sup>9</sup> Surat Keputusan Bersama antara Badan Pengawas Pemilihan Umum, KPU, KPI, dan Dewan Pers Nomor 0221.1/PM.04/K1/02/2023 Nomor: 12/PR.07-NK/01/2012 Nomor 01/KPI/HK.01.10/02/2023 Nomor 02/DP/MoU/II/2023

bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh masing-masing televisi serta adakah keberpihakan terhadap satu golongan tertentu baik peserta Pemilu maupun partai pendukung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana peran KPID DIY dalam mengawasi iklan kampanye di media televisi lokal DIY pada saat Pemilu 2024?
2. Apa saja pelanggaran kampanye yang dilakukan oleh Stasiun televisi lokal pada Pemilu 2024?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah dirumuskan tersebut, penelitian memiliki tujuan dan maksud akan mengetahui pengawasan KPID DIY dalam menerapkan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 4 Tahun 2023 atas lembaga penyiaran stasiun televisi lokal dan untuk mengetahui apakah ada pelanggaran siaran kampanye dalam Pemilu 2024.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis/ Akademis**

Manfaat yang diperoleh peneliti dalam bidang akademis ialah memperbanyak pengetahuan pada bidang ilmu komunikasi terutama berkenaan dengan penerapan peraturan terhadap Lembaga penyiaran, sehingga dalam jangka panjang peneliti dapat menjadikan penunjuk atau referensi yang ada serta mengamalkan ilmu yang didapatkan. Kemudian juga dapat dijadikan referensi kajian kepenulisan ilmiah dengan tema terkait oleh peneliti lain sehingga penelitian ini dapat terus berkembang.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Peneliti dapat melihat secara runtut serta rinci proses penerapan aturan bagi peserta Pemilu dan lembaga penyiaran dalam kampanye

Pemilu 2024 di stasiun televisi lokal. Sehingga hasil ini dapat memberikan informasi berkenaan dengan peraturan yang harus ditegakkan agar tidak terjadi kembali pelanggaran terhadap Lembaga penyiaran sebagai media sumber informasi massa.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Peneliti menggunakan paradigma penelitian *Postpositivisme*, menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif mengacu pada filsafat *postpositivisme* atau interpretatif, hal ini dapat diterapkan untuk mengkaji pada situasi objek yang ilmiah, data-data yang dihimpun adalah data kualitatif. Kemudian sifat analisis data dalam penelitian ini yaitu induktif atau kualitatif, yang mendatangkan temuan potensi dan masalah, makna peristiwa, proses dan interaksi sosial, keakuratan dan kebenaran data yang ditemukan, konstruksi fenomena, dan temuan hipotesis. Penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci, sedangkan proses atau teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dilakukan oleh peneliti secara triangulasi,<sup>10</sup>

### **1.5.2 Metode Penelitian**

Dalam hal ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif metode deskriptif. Menurut Denzin & Lincoln dalam Anggito Albi & Setiawan Johan, penelitian kualitatif ialah upaya untuk menginterpretasikan fenomena yang terjadi dengan mengaitkan berbagai cara atau metode yang ada<sup>11</sup>.

Metode deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan proses mendeskripsikan atau menggambarkan suatu permasalahan atau fenomena kejadian secara tepat dan akurat. Tujuan penelitian ini untuk

---

<sup>10</sup> Sugiyono, 2020, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.

<sup>11</sup> Anggito Albi, & Setiawan Johan, 2018, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jejak Publisher, Jawa Barat

menguraikan situasi, populasi atau fenomena secara saksama yang nantinya akan dipaparkan secara terperinci.<sup>12</sup>

Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif diharapkan mampu menerangkan secara mendalam berkenaan pengawasan yang dilakukan KPID DIY dalam memantau siaran kampanye pada saat Pemilu 2024 di stasiun televisi lokal sesuai PKPI. Masalah atau pelanggaran yang terjadi yang ditemukan dapat dideskripsikan secara detail dan inklusif akan sebuah fenomena atau masalah yang timbul dari berbagai perspektif.

Sehingga penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan mampu menjelaskan secara rinci proses yang sedang terjadi dan fenomena yang berlangsung, serta peneliti secara langsung ikut terlibat dalam proses pengumpulan data di lapangan.

### **1.5.3 Subjek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini terdapat 2 orang yaitu 1 orang bernama Bramanti bagian pengawasan siaran KPID DIY yang terlibat secara langsung dari proses pengawasan siaran televisi saat masa kampanye Pemilu dimulai dan 1 orang bernama Febriyanto sebagai koordinator bidang pengawasan isi siaran sebagai penentu kebijakan. Berlokasi di Jalan Brigjen Katamso Yogyakarta, Kota Yogyakarta, DIY.

### **1.5.4 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah Iklan Kampanye Pemilu 2024 di stasiun televisi lokal DIY sesuai peraturan KPI dimulai pada tanggal 21 Januari hingga 10 Februari 2024.

---

<sup>12</sup> Salma, 2022, Mengenal 12 Jenis Penelitian Kualitatif Beserta Penjelasan Lengkapnya, diakses pada 22 Maret 2024, [Mengenal 12 Jenis Penelitian Kualitatif Beserta Penjelasan Lengkapnya \(penerbitdeepublish.com\)](https://penerbitdeepublish.com)

## **1.6 Jenis Data**

Saiful Azwar (2016) menuturkan bahwa menurut sumbernya, data penelitian dibagi menjadi data primer dan data sekunder<sup>13</sup>. Data primer atau data tangan pertama merupakan himpunan data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan peranti pengukuran pengambilan data langsung kepada subyek sebagai sumber bahan informasi yang dicari dan akurat<sup>14</sup>. Data primer dalam penelitian ini adalah data hasil pemantauan siaran kampanye Pemilu 2024 selama 21 Hari mulai 21 Januari sampai 10 Februari 2024. Selanjutnya, peneliti akan melakukan proses pengamatan secara cermat dan keseluruhan iklan kampanye yang melanggar dari aturan PKPI.

Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder, dengan cara menghimpunkan berbagai data yang memiliki keterkaitan dari berbagai sumber referensi yang ada seperti studi kepustakaan, mengumpulkan dokumentasi-dokumentasi seperti foto atau gambar, serta mengumpulkan catatan lapangan dari pemantauan yang sudah dilaksanakan. Data sekunder sangat dibutuhkan dan digunakan oleh peneliti dengan tujuan mendukung data primer agar menjadi pelengkap dan menguatkan data-data yang ada.

## **1.7 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang akan digunakan adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai pelengkap.

### **1.7.1 Observasi**

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi. Peneliti akan teliti dalam melihat tayangan kampanye di televisi yang melanggar peraturan KPI atau keberpihakan terhadap peserta Pemilu atau partai pendukung. Observasi ini juga digunakan dalam menyalurkan peraturan yang ada dengan kenyataan yang

---

<sup>13</sup> Saifudin Azwar, 2016, *Metode Penelitian hlm. 91.* , Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

sebenarnya terjadi, apakah masih terjadi ketidaksesuaian atau maksud dan tujuan tertentu. Dengan mengumpulkan data observasi, peneliti dapat memperoleh pemahaman tentang pengawasan yang dilakukan ditingkat lembaga terhadap penyelenggara.

### **1.7.2 Wawancara**

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melakukan proses tanya jawab maupun wawancara secara langsung terhadap narasumber yang kompeten dan terlibat dalam hal ini. Kemudian menggunakan metode wawancara semi terbuka, agar narasumber dapat lebih terbuka dan gamblang dengan berbagai macam bentuk pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dan narasumber bisa lebih terbuka untuk berpendapat.

Wawancara semi terbuka membuat narasumber lebih terbuka dibandingkan wawancara struktur yang terpaut dengan runtutan pertanyaan. Menurut Sugiyono wawancara semi terbuka digolongkan kedalam kategori *in dept interview*<sup>15</sup>. Pertanyaan wawancara ditanyakan langsung kepada pihak yang bersangkutan dalam hal ini KPID DIY yang melakukan pengawasan.

### **1.7.3 Dokumentasi**

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi baik hasil laporan, gambar, video dan lain sebagainya. Selain itu dokumentasi secara langsung pada saat melakukan pengawasan terhadap media televisi selama 24 Jam serta gambaran pelanggaran yang dilakukan oleh media televisi itu sendiri.

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 421.

## **1.8 Teknik Analisis Data**

Peneliti menggunakan teknik analisis data dengan metode deskriptif analitik. Metode deskriptif analitik ialah pola yang dilakukan dengan cara mengumpulkan semua data yang ada, mulai dalam bentuk hasil catatan saat di lapangan, wawancara, dokumen yang dimiliki serta berkas yang berkaitan dengan penelitian ini, dan arsip lain yang dapat menjabarkan penelitian ini lebih jelas terhadap suatu realitas yang ada untuk ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini menggunakan 3 tahapan dalam analisis data menurut Miles B. Mathew dan A. Michael Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan sebuah kesimpulan dan verifikasi<sup>16</sup>.

### **1.8.1 Reduksi Data**

Penelitian ini akan mereduksi data primer yang telah dilakukan wawancara dengan lembaga KPID DIY. Selanjutnya akan diteliti secara seksama hingga memperoleh informasi yang sesuai. Selain itu, peneliti juga akan melakukan analisis sekunder dari beragam sumber yang ada seperti, buku, jurnal, media yang berkaitan dengan pengawasan kampanye Pemilu 2024 di media televisi.

### **1.8.2 Penyajian Data**

Dalam penyajian data peneliti akan melakukan sebuah cara menguraikan dari sekumpulan informasi-informasi, melalui hasil wawancara maupun observasi yang didapatkan sebelumnya dalam bentuk naskah naratif, sehingga informasi yang terkumpul dapat digabungkan dan terstruktur secara informatif. Dari data primer penyajian data dapat berbentuk hasil dari pengawasan yang dilakukan oleh KPID DIY dan jumlah media yang melakukan pelanggaran dalam menayangkan tayangan kampanye iklan karena tidak sesuai dengan

---

<sup>16</sup> Matthew B. Miles; A. Michael Huberman, 2014, *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode-metode baru*, Jakarta: UI- Press.

peraturan KPI. Selanjutnya data sekunder akan disajikan melalui ringkasan atau table yang relevan untuk memperkuat dari data primer.

### **1.8.3 Penarikan Kesimpulan**

Peneliti ini akan menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan dari data-data yang disajikan serta yang didapatkan sesuai dengan tahapan analisis deskriptif yaitu penyajian data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan.

## 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

### 1.9.1 Kerangka Konsep

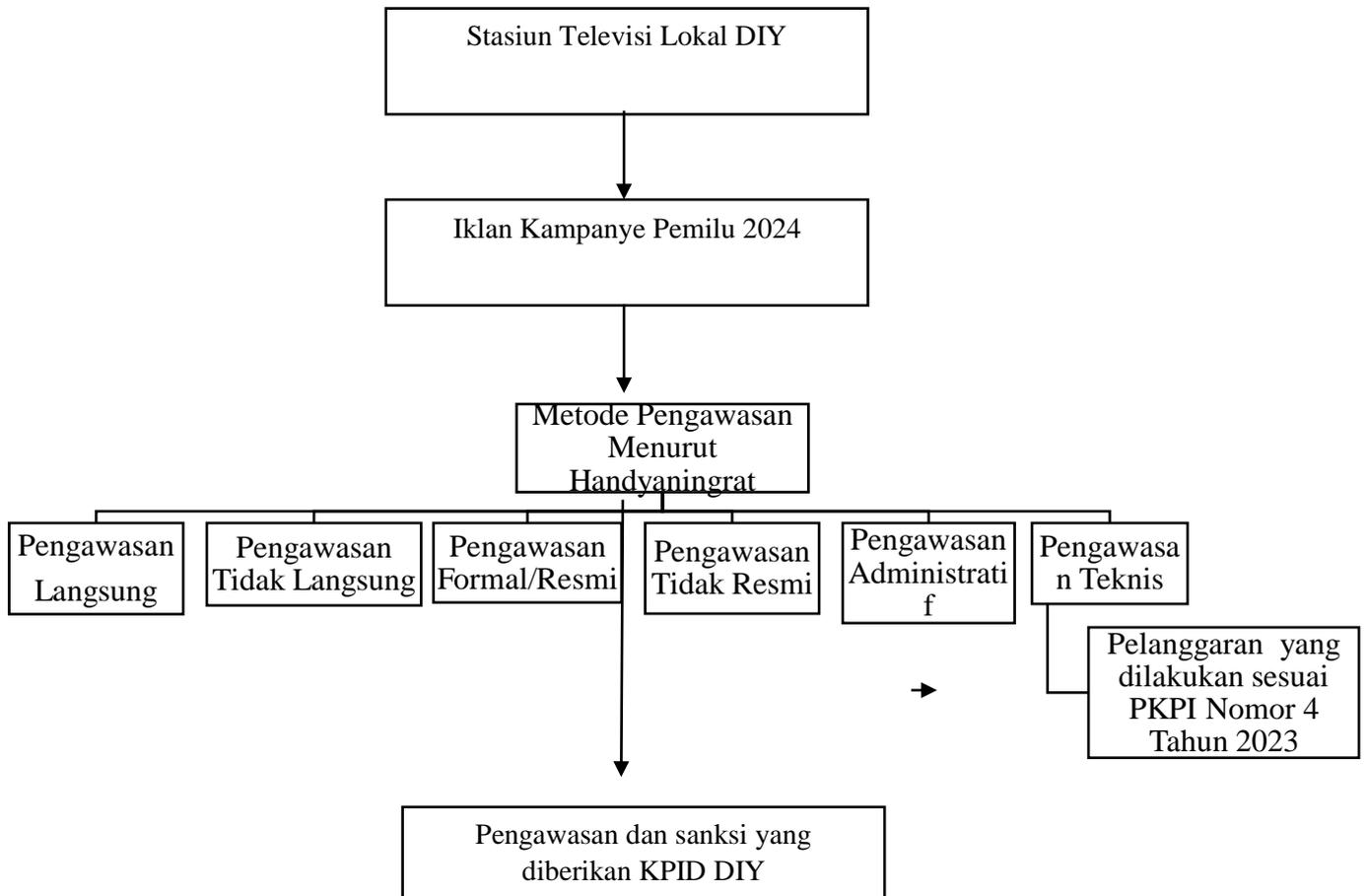


Table 1. Kerangka Konsep

### 1.9.2 Definisi Konsep

#### A. Stasiun Televisi Lokal

Stasiun televisi ialah alat atau tempat untuk mengelola program siaran secara *audio* dan *visual*<sup>17</sup>, biasanya menyiarkan informasi

<sup>17</sup> Wijaya, Edy, 2020, "Media Televisi Sebagai Sumber Informasi Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan (Tourism Destination) Di Bandung", Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA), Vol.7, Nomor1, hal 34

maupun hiburan seperti berita, *variety show*, *reality show*, *talk show*, dan lain sebagainya. Keberadaan stasiun televisi tidak hanya di pusat ibukota melainkan juga di berbagai daerah.

## **B. Iklan Kampanye**

Kampanye merupakan suatu aksi komunikasi terarah yang membentuk efek, dampak dan menysasar khalayak banyak untuk menggapai tujuan tertentu. Biasanya kampanye dilakukan dalam kurun waktu tertentu dengan model komunikasi yang telah terorganisir.<sup>18</sup> Dalam Pemilu biasanya kampanye para peserta Pemilu akan menggunakan waktu yang disediakan untuk menyampaikan visi, misi, dan program-program mereka kepada masyarakat. Mereka akan mencoba berusaha meyakinkan pemilih untuk memberikan suara kepada mereka melalui pidato, iklan, atau wawancara yang ditayangkan di berbagai saluran televisi. Sementara, siaran kampanye di televisi lokal DIY yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan model kampanye yang melibatkan media televisi dalam bentuk tayang iklan pada masing-masing media televisi lokal. Dalam hal ini peserta Pemilu melakukan kampanye melalui iklan di media televisi.

## **C. Pengawasan**

Dari kerangka konsep yang peneliti gunakan yakni teori kendali atau pengawasan organisasi yang digunakan dalam penelitian ini. Teori Pengawasan Organisasi dari Philip Tompskins dan George Cheney mengajukan gagasan menarik terhadap komunikasi organisasi melalui teori mereka perihal kendali atau pengawasan atau control organisasi yang berada dalam tradisi sosiokultural. Teori-teori mengenai komunikasi organisasi dalam tradisi sosiokultural ini tidak terlalu

---

<sup>18</sup> Budhirianto, Syarif, 2014, "*Sikap Masyarakat Terhadap Kampanye Televisi Digital Pada Media Televisi*", Vol.18, Nomor3, hal 193.

memberikan perhatian pada jaringan, serta implikasi dari makna bersama dan interpretasi tersebut bagi kehidupan organisasi.<sup>19</sup>

Handyaningrat menyebut bahwa pengawasan dinilai efektif untuk mendukung setiap usaha dalam mengatur suatu pekerjaan atau kegiatan agar sesuai dengan rancangan atau program. Adapun beberapa metode pengawasan yang bisa dilakukan, antara lain sebagai berikut:

- a. Pengawasan langsung, ini dilaksanakan saat petugas pengawasan suatu lembaga/organisasi langsung mengadakan pengawasan di lokasi tempat pelaksanaan pekerjaan dengan cara sistem verikatif, inspeksi atau sistem investigatif.
- b. Pengawasan tidak langsung, pengawasan ini berbanding terbalik dengan pengawasan langsung. Pengawasan ini dilaksanakan saat petugas pengawasan suatu lembaga/organisasi melakukan pengecekan atau inspeksi, melainkan hanya melalui laporan-laporan yang masuk saja tanpa harus melihat di tempat pelaksanaan.
- c. Pengawasan formal (resmi), pengawasan ini dilaksanakan secara formal atau resmi langsung oleh petugas pengawasan suatu lembaga/organisasi tersebut.
- d. Pengawasan non formal (tidak resmi) adalah pengawasan yang tidak melalui suatu prosedur yang telah dirancang, biasanya dilakukan melalui kunjungan yang tidak resmi agar bisa terikat keharmonisan dan menjauhkan kekakuan antar masing-masing.
- e. Pengawasan administratif, meliputi beberapa bagian seperti bidang keuangan, kepegawaian, dan material.

---

<sup>19</sup> Morissan, 2013, Teori Komunikasi Individu hingga Massa, Kencana Prenada Media Group, hal-435.

- f. Pengawasan teknis, pengawasan ini merujuk pada hal-hal yang bersifat fisik.<sup>20</sup>

### **1.9.3 Definisi Operasional**

Definisi operasional ialah penjelasan yang memaparkan secara proses atau operasional arti dari istilah yang diterapkan sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Definisi ini biasanya memiliki tujuan untuk menerangkan pengertian yang mungkin bervariasi antara peneliti dan pembaca penelitian tersebut. Sehingga untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman maka sebuah penelitian disusun dengan meninjau variabel penelitian lain diantaranya:

#### **A. Stasiun Televisi Lokal DIY**

Dalam penelitian ini yang dimaksud stasiun televisi lokal berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 perihal Penyiaran Bab III Pasal 31 nomor (5)<sup>21</sup> bahwa lembaga penyiaran televisi lokal merupakan stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu, berada di NKRI dengan jangkauan siaran terbatas. Sehingga yang masuk dalam kategori atau golongan untuk penelitian ini yakni stasiun televisi ADITV, RBTV, dan JOGJATV.

#### **B. Iklan Kampanye Pemilu**

Iklan kampanye Pemilu merupakan rangkaian aksi yang dilakukan oleh peserta Pemilu, namun dalam hal ini dilakukan di media televisi untuk menarik animo masyarakat sebagai pemilih. Iklan kampanye menurut peraturan Komisi Penyiaran Umum (KPU) RI Nomor 23 Tahun 2018 mengenai Kampanye Pemilu, bahwa iklan kampanye berbentuk tulisan, gambar, animasi, promosi, suara, peragaan, sandiwara, debat, dan bentuk lainnya yang dimaksudkan

---

<sup>20</sup> Handayani, Soewarno, 1991. Administrasi Pemerintahan Dalam Pembangunan Nasional. Haji Masagung, Jakarta, Hal, 32

<sup>21</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran

untuk memperkenalkan Peserta Pemilu atau meyakinkan Pemilih memberi dukungan kepada Peserta Pemilu.<sup>22</sup>

Iklan kampanye yang dilakukan di program televisi merujuk pada semua hal tersebut baik mempertontonkan nomor peserta Pemilu ataupun slogan ajakan yang ditayangkan di televisi lokal Yogya.

### **C. Pengawasan**

Adapun beberapa metode pengawasan yang bisa dilakukan oleh KPID terhadap lembaga penyiaran televisi menurut Hadyaningrat, antara lain sebagai berikut:

- a. Pengawasan langsung, pengawasan dijalankan langsung oleh KPID langsung di lokasi atau tempat lembaga penyiaran televisi itu beroperasi dengan cara sistem verikatif, inspeksi atau sistem investigatif. Tentu dilakukan agar memastikan setiap stasiun televisi berjalan sesuai dengan standar yang ditentukan.
- b. Pengawasan tidak langsung, pengawasan yang dilaksanakan KPID hanya melalui laporan-laporan yang masuk saja tanpa harus melihat di tempat pengoperasian. Pengawasan tidak langsung ini juga dapat berupa aduan masyarakat jika melihat tayang televisi yang tidak sesuai atau menyalahi aturan.
- c. Pengawasan formal (resmi), pengawasan ini dilakukan secara formal atau resmi, tersusun langsung oleh KPID kepada lembaga penyiaran televisi sesuai dengan bidang yang diawasi.

---

<sup>22</sup> peraturan Komisi Penyiaran Umum (KPU) RI Nomor 23 Tahun 2018, KEPUTUSAN KOMISI PEMILIHAN UMUM (kpu.go.id)

- d. Pengawasan non formal (tidak resmi) merupakan pengawasan yang dilaksanakan tidak melalui prosedur yang telah ditentukan, biasanya dilakukan dengan kunjungan yang tidak resmi agar bisa terjalin keharmonisan antara KPID dan Lembaga Penyiaran.
- e. Pengawasan administratif, pengawasan ini meliputi pengawasan surat ijin jaringan siaran dan hal-hal yang menjadi kewenangan KPID terhadap lembaga penyiaran.
- f. Pengawasan teknis, pengawasan ini merujuk pada hal-hal yang bersifat fisik.<sup>23</sup> KPID akan mengawasi program siaran baik berita, iklan, *talk show* dan lain sebagainya melalui alat yang dimiliki KPID selama kurang lebih 24 Jam dalam kurun waktu 21 Hari yakni 21 Januari – 10 Februari 2024.

#### **D. Pelanggaran Iklan Kampanye**

Pelanggaran iklan kampanye dalam penelitian ini merujuk pada peraturan KPI Nomor 4 Tahun 2024 Pasal 2 ayat (1) tentang KPI melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran. Serta diatur ketentuannya bagi lembaga penyiaran yang akan menayangkan kampanye Pemilu diatur dalam Pasal 6 huruf (a). Peraturan ini sebagai anutan bagi lembaga penyiaran sehingga bila melebihi batas yang telah ditetapkan maka KPID sebagai lembaga pengawasan akan memberikan sanksi yang dalam hal ini sanksi teguran maupun administratif, juga bisa berupa pencabutan izin siaran yang dalam hal ini termuat dalam Bab V Sanksi Administratif PKPI Nomor 4 Tahun 2023.

---

<sup>23</sup> Handayani, 1991. *Administrasi Pemerintahan Dalam Pembangunan Nasional*. Haji Masagung, Jakarta, Hal, 32

## **E. Peran KPID DIY dalam Mengawasi Siaran Kampanye Pemilu 2024**

Secara teoritis, KPI termasuk kedalam lembaga negara independen, dimana pengisian anggotanya berasal dari unsur non-negara yang diberikan otoritas negara, dan dibiayai oleh negara tanpa harus menjadi pegawai negara<sup>24</sup>.

KPI dibentuk di tingkat pusat dan memiliki bagian di daerah (provinsi) untuk memantau atau mengawasi siaran lokal. Dasar hukum yaitu UU Nomor 32 Tahun 2002 yang mengatur isi siaran. Keberadaan KPI ditugaskan dalam mengawasi siaran media sesuai peraturan yang ditetapkan.

Aturan isi siaran di antaranya mempertimbangkan hak cipta, hak asasi, perfilman, pers, perlindungan konsumen, perlindungan anak, juga tugas khusus mengawasi kampanye Pemilu di stasiun televisi dan radio<sup>25</sup>. Namun dalam hal ini pengawasan yang dilakukan di stasiun televisi lokal atau daerah mengacu pada Peraturan KPI Nomor 4 Tahun 2023.

Merujuk pada kampanye di media televisi, dimana sebagai lembaga penyiaran yang menyajikan tayangan berita maupun program yang beragam selama 24 jam setiap harinya tentu menjadi pilihan khalayak dalam menambah informasi perihal pemilu.

Dalam hal ini posisi media memang membantu melakukan proses kampanye para peserta Pemilu atau partai dalam memikat perhatian suara pemilih. Namun di samping itu media televisi harus

---

<sup>24</sup> Bunyamin .A & Uu Nurul .H, “Politik Hukum Pelembagaan Komisi-Komisi Negara Dalam Sistem Ketatanegaraan Indonesia”, Hukum dan Peradilan, Vol.2, Nomor1, 2013, h.94.

<sup>25</sup> Fauzan Widyarman, Mengenal Komisi Penyiaran Indonesia, diakses pada 23 Maret 2024 pukul 13.10 WIB, <https://www.kompasiana.com/fauzan.widyarman/551f4cd3a333119f2bb66ed2/mengenal-komisi-penyiaran-indonesia-kpi>

mematuhi peraturan dari KPI sebagai lembaga pengawasan, artinya isi siaran tidak boleh didominasi kepentingan pribadi melainkan harus berisi mengenai edukasi dan hal-hak yang memberikan dampak kepada masyarakat.

Sehingga KPID DIY dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengawasan, peran dan tindakan KPID DIY apabila terdapat stasiun televisi lokal yang melakukan pelanggaran atas peraturan yang ditetapkan selama masa kampanye yakni dalam PKPI Nomor 4 Tahun 2023 yang membahas mengenai batasan iklan kampanye, durasi hingga isi iklan kampanye tersebut.