

## Pengawasan Siaran Iklan Kampanye Pemilihan Umum 2024 di Lembaga Penyiaran oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Riau

Mustafa<sup>1</sup>, Rohayati<sup>2</sup>, Nur Alhidayatillah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: mustafa@uin-suska.ac.id

**Abstract:** *This article wants to see how the Riau Regional Indonesian Broadcasting Commission (KPID) carries out monitoring and supervision in accordance with Indonesian Broadcasting Commission Regulation Number 4 of 2023 concerning Supervision of General Election Campaign Reporting, Broadcasting and Advertisements at Broadcasting Institutions, during the campaign, voting and vote counting period. 2024 Election. The method used is qualitative with documentation collection techniques and interviews. The research results show that prior to supervision, the Riau KPID carried out several things, namely team formation, socialization and discussions. In order to supervise the broadcasting of the 2024 Election, KPID Riau carried out several things, namely direct monitoring through the monitoring room, secondly direct supervision in the field, namely coming to broadcasting institutions in the district/city area, then receiving complaints from the public. KPID Riau sees that broadcasting institutions have strictly complied with regulations related to broadcasting and advertising the 2024 Election campaign. The number of broadcasting institutions broadcasting campaign advertisements in Riau Province is still small, namely only seven radio stations and one television station spread across four districts/cities. The obstacles faced in this monitoring are a limited budget, a small monitoring team, the secretariat cannot directly access broadcasts at broadcasting institutions outside Pekanbaru so they are monitored after broadcast. From the evaluation results, there are also not many broadcasting institutions that broadcast public service advertisements, especially elections, such as inviting people to come to the polling place.*

**Keywords:** *2024 Election; broadcasting; supervision*

**Abstrak:** Artikel ini ingin melihat bagaimana Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Riau melakukan pemantauan dan pengawasan sesuai Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye Pemilihan Umum pada Lembaga Penyiaran, dalam masa kampanye, pemungutan suara, dan penghitungan suara Pemilu 2024. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan Teknik pengumpulan dokumentasi dan wawancara. Hasil Penelitian menunjukkan sebelum pengawasan KPID Riau melakukan beberapa hal yakni pembentukan tim, sosialisasi, dan diskusi. Dalam rangka pengawasan penyiaran Pemilu 2024 KPID Riau melakukan beberapa hal yakni pemantauan langsung melalui ruang pemantauan, kedua pengawasan langsung ke lapangan yakni datang ke lembaga penyiaran di daerah kabupaten/kota, kemudian menerima pengaduan dari masyarakat. KPID Riau melihat bahwa lembaga penyiaran sudah sangat mematuhi regulasi terkait dengan penyiaran dan iklan kampanye Pemilu 2024, jumlah lembaga penyiaran yang menayangkan iklan kampanye di Provinsi Riau masih sedikit yakni hanya tujuh radio dan satu televisi yang tersebar di empat kabupaten/kota. Adapun Kendala yang dihadapi dalam pengawasan ini yakni anggaran yang terbatas, tim pemantau yang sedikit, sekretariat belum bisa mengakses secara langsung siaran di lembaga penyiaran di luar Pekanbaru sehingga diawasi pasca tayang. Dari hasil evaluasi juga tidak banyak lembaga penyiaran yang menayangkan iklan layanan masyarakat khususnya pemilu seperti mengajak masyarakat datang ke Tempat Pemungutan Suara.

**Kata kunci:** Pemilu 2024; penyiaran; pengawasan

## **Pendahuluan**

Pemilihan umum yang bebas dan adil merupakan salah satu fondasi dasar masyarakat demokratis. Faktanya, media memainkan peran penting dalam masyarakat modern sebagai platform penyebaran informasi. Peran ini mempunyai dimensi khusus pada saat pemilu, mengingat fakta bahwa dengan menjalankan aktivitasnya secara profesional, adil dan seimbang, media secara substansial – atau bahkan secara tegas – berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pemilu yang bebas dan demokratis berdasarkan keputusan pemilih yang berpengetahuan luas. Iklan politik dan, khususnya, pelaksanaan kampanye media selama periode pra pemilu merupakan isu-isu yang terlepas dari peran penting mereka dalam memberikan informasi (atau mempengaruhi) para pemilih, telah lolos dari ketentuan yang tepat, tidak ambigu dan mengikat secara hukum (Glavaš, 2017).

Dalam rangka pengawasan kampanye pemilu terutama di lembaga penyiaran, Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pemilihan Umum Menjadi Undang-Undang memberi kewenangan kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye pemilihan umum yang dilakukan oleh lembaga penyiaran sebagaimana diatur dalam Pasal 296 yang berbunyi “Komisi Penyiaran Indonesia atau Dewan pers melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu yang dilakukan oleh lembaga penyiaran atau media cetak”.

Berkaitan dengan iklan kampanye pemilu dalam Undang-Undang Pemilu juga disebutkan bahwa iklan kampanye dapat dilakukan kampanye peserta pemilu di media massa cetak, media daring, media sosial dan lembaga penyiaran. Iklan tersebut bisa dalam bentuk iklan komersial dan iklan layanan masyarakat. Media memberikan kesempatan yang sama kepada peserta pemilu dalam pemuatan dan penayangan iklan kampanye pemilu. Pengaturan dan penjadwalan pemuatan serta penayangan iklan Kampanye Pemilu dilaksanakan oleh media termasuk lembaga penyiaran (Pasal 291). Media termasuk lembaga penyiaran juga dilarang menjual spot iklan yang tidak dimanfaatkan oleh salah satu peserta pemilu kepada peserta pemilu yang lain (292 ayat 3). Batas maksimum pemasangan iklan kampanye pemilu di televisi untuk setiap peserta pemilu secara kumulatif sebanyak 10 (sepuluh) spot berdurasi paling lama 30 (tiga puluh) detik untuk setiap stasiun televisi setiap hari selama masa kampanye pemilu. Batas maksimum pemasangan iklan kampanye pemilu di radio adalah 10 spot dengan durasi paling lama 60 detik untuk setiap stasiun radio setiap hari selama masa kampanye dan berlaku untuk semua jenis iklan (pasal 293 ayat 1-3).

Pengaturan mengenai Kampanye Pemilu termasuk iklan kampanye di lembaga penyiaran juga ditindaklanjuti Komisi Pemilihan Umum dengan menerbitkan Peraturan KPU Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum (Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum, 2023) Dalam PKPU ini pengaturan mengenai iklan kampanye pemilu diatur mulai dari pasal 39 sampai dengan 45 yang prinsipnya hampir sama dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.

Menindaklanjuti hal tersebut, Komisi Penyiaran Indonesia kemudian menetapkan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye Pemilihan Umum pada Lembaga Penyiaran (Ubaidillah, 2023).

Ada tiga aspek yang diawasi oleh KPI yakni berita pemilu, siaran monolog, dialog yang melibatkan suara dan/atau gambar pemirsa atau suara pendengar, debat peserta pemilu, serta jajak pendapat; dan pengawasan iklan kampanye Pemilu (Pasal 2 ayat 2 PKPI Nomor 4 Tahun 2023). Berkaitan dengan materi iklan kampanye KPI beserta jajaran akan mengadakan pengawasan untuk memastikan materi Kampanye termasuk dalam iklan harus sesuai dengan ketentuan yakni (1) menjunjung tinggi pelaksanaan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, (2) menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai agama serta jati diri bangsa (3) meningkatkan kesadaran hukum (4) memberikan informasi yang benar, seimbang, dan bertanggung jawab sebagai bagian dari pendidikan politik; dan (5) menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan dalam masyarakat. Materi Kampanye juga harus memenuhi ketentuan (a) menggunakan bahasa Indonesia dan/atau Bahasa daerah dengan kalimat yang sopan, santun, patut, dan pantas disampaikan, diucapkan, dan/atau ditampilkan kepada umum (b) tidak mengganggu ketertiban umum (c) memberikan informasi yang bermanfaat dan mencerdaskan masyarakat (d) tidak menyerang pribadi, kelompok, golongan, atau pasangan calon lain, (e) tidak bersifat provokatif; dan (f) menjalin komunikasi politik yang sehat antara Peserta Pemilu dengan masyarakat sebagai bagian dari membangun budaya politik Indonesia yang demokratis dan bermartabat. Pengawasan dilakukan di masa kampanye, masa tenang, dan hari pemungutan dan penghitungan suara (pasal 2 ayat 3). Peran KPI selama ini sangat penting, dalam mengontrol media penyiaran yaitu televisi dan radio, agar terus memberikan program siaran yang baik, juga untuk menjamin tidak adanya penyalahgunaan kepentingan terkait frekuensi publik (Setiawan & Wahid, 2019)

Kewajiban menjaga netralitas isi siaran juga tertuang dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang menjadi landasan hukum penyelenggaraan kegiatan penyiaran, baik televisi maupun radio di Indonesia. Selain itu, dalam pemilu kali ini, lembaga penyiaran juga terikat dengan Peraturan KPI Nomor 4 Tahun 2023, serta peraturan lain yang dikeluarkan oleh Penyelenggara Pemilu. Penyiaran konten yang berisi kampanye untuk memilih kandidat tertentu, dibatasi hanya pada masa kampanye. Artinya, setelah masa kampanye di lembaga penyiaran, konten siaran harus dijaga netralitasnya. Sehingga tidak ada lagi tayangan liputan kampanye dan rekam jejak calon, iklan pasangan calon dan/atau calon legislatif, atau bentuk siaran lainnya yang dapat mempengaruhi pilihan politik masyarakat di masa tenang atau hari pemungutan dan penghitungan suara. KPI akan segera menindak tegas jika terjadi pelanggaran terhadap netralitas lembaga penyiaran pada hari pemungutan suara dan penghitungan suara (Editorial, 2024). Berkaitan dengan iklan kampanye di lembaga penyiaran Artikel ini ingin menguraikan bagaimana pengawasan terhadap iklan kampanye di lembaga penyiaran yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Riau. Pengawasan dimaksud berkaitan dengan penggunaan spot iklan serta konten iklan yang disiarkan apakah sudah sesuai dengan standar peraturan KPI atau ada pelanggaran yang dilakukan dalam masa kampanye, masa tenang, pemungutan suara dan penghitungan suara Pemilu 2024 di Provinsi Riau.

Kampanye pemilu sangat penting bagi partisipasi dan tata kelola demokrasi, namun kampanye ini memerlukan pengawasan yang efektif untuk memitigasi permasalahan seperti misinformasi dan ketimpangan akses terhadap sumber daya. Pengawasan yang tepat akan memastikan bahwa proses pemilu tetap transparan dan adil, sehingga meningkatkan

kepercayaan masyarakat terhadap demokrasi (Blais & Massicotte, 2002; Norris, 2004). Selain itu, lanskap peraturan seputar kegiatan kampanye memainkan peran penting dalam membentuk perilaku kandidat dan partai (Magar, 2018; Wolfinger & Rosenstone, 1980)

Dalam politik, kampanye iklan telah menjadi alat penting yang digunakan oleh para kandidat yang bersaing untuk berbagai posisi, untuk membujuk masyarakat agar memilih mereka. Periklanan dan hubungan masyarakat menempati posisi utama dalam promosi kandidat dan partai politik yang bersaing untuk mendapatkan posisi politik yang berbeda selama kampanye. Dalam beberapa dekade terakhir, periklanan politik telah berubah secara signifikan. Iyenga dan Simon (2000) menyatakan bahwa iklan politik semakin menjadi elemen utama dalam kampanye politik, sehingga mesin partai dan organisasi akar rumput menjadi kurang penting dibandingkan masa lalu. Diamond dan Bates (1992) juga menyatakan bahwa tidak seperti kampanye politik di masa lalu, kemajuan teknologi media telah menyederhanakan proses, memberikan kandidat lebih banyak pilihan untuk menjangkau kelompok konstituen yang lebih besar dengan sedikit usaha (Ojekwe, 2016).

Regulasi periklanan politik adalah salah satu permasalahan tersulit yang harus dihadapi oleh negara-negara demokrasi. Di satu sisi, kemampuan warga negara untuk memasukkan ide-ide mereka ke dalam wacana politik sangat penting dalam perlindungan hak kebebasan berekspresi dan partisipasi politik. Namun, iklan berbayar yang tidak terbatas dan tidak diatur memberikan kandidat dan kandidat yang lebih baik pendanaannya. partai politik mendapatkan keuntungan yang tidak adil, dan bahkan dapat menyebabkan ketergantungan politik pada penggalangan dana kampanye, sehingga melemahkan integritas sistem demokrasi. Oleh karena itu, yurisdiksi perlu mencapai keseimbangan untuk memastikan bahwa para pihak mempunyai kemampuan untuk menyampaikan pesan mereka, sekaligus mencegah satu pihak mendominasi perdebatan. Dalam konteks ini, penting untuk mengatur tidak hanya para kandidat dan partai politik yang secara langsung ikut serta dalam pemilu, namun juga pihak ketiga yang mendukung mereka, untuk mencegah penyelundup yang kaya untuk mengambil keuntungan dari undang-undang pemilu (Mendel, 2012).

Hal yang juga perlu diperhatikan adalah badan pengawas. Badan pengawas independen sangat penting untuk menegakkan undang-undang pemilu dan memastikan kepatuhan antar entitas politik. Lembaga-lembaga ini, seperti komisi pemilu dan organisasi pengawas, memberikan evaluasi yang tidak memihak terhadap praktik kampanye (Friedman, 2015). Peran mereka adalah memantau tidak hanya aktivitas keuangan namun juga keseluruhan pelaksanaan kampanye, memastikan kepatuhan terhadap standar dan etika (Blais & Massicotte, 2002; Gonzalez, 2017).

Media elektronik sering kali tunduk pada kontrol peraturan yang lebih tinggi oleh otoritas publik dibandingkan media cetak. Ada dua argumen utama yang biasanya digunakan untuk membenarkan hal ini: *pertama*, kebutuhan untuk menjamin alokasi yang adil atas sumber daya publik yang terbatas (gelombang udara dan frekuensi); *kedua*, perlunya menerapkan kewajiban publik pada tingkat tertentu kepada lembaga penyiaran. Media penyiaran dianggap lebih dari sekedar alat komunikasi sederhana, karena media penyiaran merupakan instrumen penting untuk mempromosikan tujuan sosial, budaya dan politik. Oleh karena itu, penting bagi setiap kerangka peraturan untuk media – baik peraturan perundang-undangan maupun peraturan mandiri – untuk memastikan tercapainya tujuan ini. Perbedaan utama antara media elektronik

adalah antara milik publik dan milik swasta. Perbedaan ini mempunyai konsekuensi terhadap tingkat kewajiban, regulasi, dan kontrol yang dibebankan kepada mereka oleh lembaga-lembaga publik. Meskipun demikian, sudah diketahui secara luas bahwa peliputan kampanye pemilu oleh lembaga penyiaran publik dan swasta harus adil, seimbang dan tidak memihak.

Penelitian terbaru menyajikan pandangan pemilih kontemporer sebagai orang yang secara aktif mencari informasi kampanye untuk membantu memutuskan cara memilih, dalam konteks keberpihakan, pengetahuan sebelumnya, keyakinan dan kebutuhan. Pendekatan 'uses and gratification' telah dikembangkan untuk memahami peran media massa selama kampanye pemilu dalam berbagai cara, seperti memperkuat kecenderungan, memandu pengambilan keputusan, menyediakan hiburan, dan sekadar memberi informasi kepada pemilih tentang peristiwa penting. Pendekatan ini membuka kemungkinan bahwa pada pemilu tertentu, media massa akan mempunyai pengaruh yang besar dan menentukan terhadap hasil pemilu. Meskipun pengaruh media massa terhadap pemungutan suara lebih lemah dibandingkan dengan dampak keberpihakan, isu-isu dan evaluasi kandidat, pada prinsipnya melalui media para pemilih mendengar tentang partai, isu-isu dan kandidat (Forrest & Marks, 1999) dan fakta bahwa iklan kampanye yang disiarkan di media penyiaran mempunyai pengaruh yang besar dalam pemungutan suara (Sides et al., 2022).

Menurut Indrajaya isu dan tantangan dunia penyiaran dewasa ini antara lain makin menguatnya indikasi keberpihakan media kepada politik yang segaris dengan afiliasi politik pemilik media, adanya penggiringan opini publik melalui media untuk memperoleh pengaruh pribadi atau kelompok politik, prinsip-prinsip jurnalistik dan penyiaran terancam oleh kepentingan politik. Itu misalnya terjadi pada produk jurnalistik dan non-jurnalistik yang kadang menjadi kabur/bias karena dibuat berdasarkan afiliasi politik lembaga penyiaran. Independensi media dipertanyakan oleh publik, serta potensi polarisasi menguat sebagai akibat diskursus politik yang relatif sepihak (Laksono, et al., 2019).

## **Metode**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah. Latar alamiah dengan maksud menafsirkan sebuah fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Fadli, 2021).

Penulis menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini dengan membahas bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh KPID Riau dalam masa kampanye, hari tenang dan pemungutan suara Pemilu 2024, yakni masa pengawasan dari 28 November 2023 - 10 Februari 2024. Data penelitian diperoleh dari wawancara dengan komisioner KPID Riau Warsito selaku Ketua Pokja Gugus Tugas Pengawasan Penyiaran Pemilu 2024 di Provinsi Riau serta dokumentasi. Dokumentasi dalam penelitian ini antara lain dokumen peraturan perundang-undangan terkait seperti Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, Peraturan KPI Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye Pemilihan Umum Pada Lembaga Penyiaran, Surat Keputusan Ketua KPID

Riau tentang Kelompok Kerja Pengawasan Penyiaran Pemberitaan dan Iklan Kampanye Pemilu 2024, Keputusan Bersama Bawaslu, KPI, KPU, dan Dewan Pers tentang Pembentukan Gugus Tugas Pengawasan Penyiaran Pemilu juga hasil ekspos KPID Riau tentang Pemantauan dan Pengawasan Pemberitaan dan Iklan Pemilu 2024. Data juga dikumpulkan dari website resmi lembaga seperti situs KPI, Bawaslu dan KPU, serta beberapa kanal berita online. Analisis data dilakukan dalam hal ini dilakukan dalam bentuk uraian/ deskripsi, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya Menarik kesimpulan dan verifikasi merupakan pengampilan dari permulaan pengumpulan data, alur, sebab-akibat/ kausalitas dan proporsi-proporsi lainnya.

## **Hasil dan Pembahasan**

Pengawasan penyiaran Pemilu 2024 berawal dari ditandatanganinya keputusan bersama oleh KPI, KPU dan Bawaslu, serta Dewan Pers terkait pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye dalam penyelenggaraan pemilihan umum 2024. KPU, KPI, dan Dewan Pers sepakat membentuk Gugus Tugas pengawasan dan Pemantau Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024. Penandatanganan Pembentukan Gugus Tugas dilakukan saat peringatan Hari Pers Nasional di Medan pada hari Kamis 9 Februari 2023. Gugus Tugas diharapkan dapat menurunkan penyebaran berita hoaks, kampanye hitam, dan isu SARA. Di samping itu juga dapat melakukan pengawasan, pemantauan pemberitaan, penyiaran, dan iklan baik saat sosialisasi atau saat tahapan kampanye melalui lembaga penyiaran, perusahaan pers, dan pers nasional (Ardianto, 2023).

Dalam dokumen Surat Keputusan Bersama disebutkan bahwa dalam keputusan ini KPI, KPU, Bawaslu dan Dewan Pers sepakat membentuk Gugus Tugas Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024 pada tingkat pusat, Gugus Tugas Tingkat Provinsi, dan Gugus Tugas memiliki tugas untuk merumuskan strategi pencegahan, melakukan kajian laporan dugaan pelanggaran, dan mengambil keputusan terhadap adanya pelanggaran serta mengawal penegakan hukum atas rekomendasi yang telah dikeluarkan. Ruang lingkup Gugus Tugas meliputi pengawasan dan pemantauan pemberitaan penyiaran, dan iklan pada masa sosialisasi peserta Pemilu 2024 melalui lembaga penyiaran, perusahaan, perusahaan pers, dan pers nasional dan pengawasan dan pemantauan penyiaran pemberitaan dan iklan pada tahapan kampanye peserta Pemilu 2024 melalui lembaga penyiaran, perusahaan pers, dan pers nasional. Gugus tugas juga memiliki kewenangan untuk melakukan koordinasi antarlembaga, melakukan pencegahan terhadap potensi pelanggaran pemberitaan, penyiaran dan iklan pada masa kampanye meliputi sosialisasi, partisipasi masyarakat, publikasi, dan kegiatan pencegahan lainnya (Bagja, Assyari, et al., 2023).

Setelah kesepakatan di Medan keempat lembaga yakni Bawaslu, KPI, KPU, dan Dewan Pers kemudian menggelar pertemuan secara maratahon untuk membuat petunjuk teknis tentang pemantauan dan pengawasan pemilu 2024 (Fajar, 2023). Pada tanggal 14 Juli 2023 KPU secara resmi mensahkan Peraturan KPU Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum. Peraturan ini mengatur beberapa hal terkait kampanye yakni Pelaksana Kampanye, Materi Kampanye Pemilihan Umum, Metode Kampanye, Pemberitaan dan penyiaran, Kampanye Pemilu oleh pejabat Negara, Kampanye dalam penyelenggaraan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Putaran kedua, Larangan kampanye Pemilu, Koordinasi dengan kementerian/ lembaga

pemerintah daerah, Tentara Nasional Indonesia, dan Kepolisian Negara Republik Indonesia dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum, Sosialisasi dan pendidikan politik (Sulthoni, 2023). Akhirnya dokumen petunjuk teknis itu dapat dirampungkan pada tanggal 06 November 2023 yang ditandatangani oleh Ketua Bawaslu RI Rahmat Bagja, Ketua KPI Ubaidillah, Ketua KPU Hasyim Asy'ari dan Ketua Dewan Pers Ninik Rahayu (Bagja, Ubaidillah, et al., 2023). Tiga hari setelah petunjuk teknis disahkan, KPI kemudian menerbitkan Peraturan KPI Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengawasan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye Pemilu pada Lembaga Penyiaran pada tanggal 9 November 2023 yang mengatur secara tugas pokok KPI dan KPID dalam melakukan pengawasan penyiaran pemilu 2024 (PKPI Nomor 4, 2023).

### **Membentuk Kelompok Kerja dan Gugus Tugas**

Langkah pertama yang dilakukan adalah secara internal mempersiapkan tim kerja sebagai tindak lanjut dari Bawaslu, KPI, KPU, dan Dewan Pers tentang Gugus Tugas Pengawasan dan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024. Kelompok Kerja dibentuk berdasarkan rapat pleno KPID Riau tanggal 26 Oktober 2023. Kelompok Kerja ini dituangkan dalam Surat Keputusan Ketua KPID Riau Nomor: Kpts.001/KPID Riau/PP/X/2023 tentang Pengangkatan Kelompok Kerja. Ada 18 orang yang ditunjuk dalam kelompok kerja ini yakni komisioner KPID 7 orang, asisten 7 orang dan 4 orang tim pemantau di ruangan pemantau KPID. Tugas utama kelompok kerja adalah memantau dan mengawasi pemberitaan, dialog dan monolog serta iklan kampanye Pemilu 2024 di lembaga penyiaran daerah Riau (Surahman, 2023).

Setelah terbentuk kelompok kerja, KPID bersama Bawaslu Riau dan KPU Riau juga membentuk Gugus Tugas di Provinsi Riau. Pembentukan Gugus Tugas ini dituangkan dalam Surat Keputusan Bersama Nomor 1/HK.02/K.RA/01/2024 tentang Pengawasan dan Pemantauan Kampanye Pemilu Melalui Media Massa Cetak, Media Massa Elektronik dan Internet Pada Pemilihan Umum Tahun 2024 di Provinsi Riau. Gugus Tugas dibentuk berdasarkan rekomendasi hasil rapat koordinasi pada tanggal 10 Januari 2024 antara Bawaslu Riau, KPID Riau dan KPU Riau tentang pembentukan Gugus Tugas Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan Kampanye dalam Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024 di Provinsi Riau. Dalam keputusan ini kembali ditegaskan bahwa yang dimaksud dengan kampanye adalah kegiatan yang memenuhi unsur meyakinkan pemilih, menawarkan visi misi, program dan citra diri peserta pemilu. Iklan Kampanye Pemilu dapat berupa tulisan, suara gambar, dan/atau d. gabungan antara tulisan dan suara dan/atau suara dan gambar. Batas maksimum pemasangan iklan Kampanye Pemilu di Lembaga Penyiaran secara kumulatif sebanyak 10 (sepuluh) spot berdurasi paling lama 30 (tiga puluh) detik untuk setiap stasiun televisi setiap hari untuk iklan di televisi dan 10 (sepuluh) spot berdurasi paling lama 60 (enam puluh) detik untuk setiap stasiun radio setiap hari untuk iklan di radio. Bawaslu Riau dan KPID Riau melakukan pemantauan dan pengawasan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye melalui lembaga penyiaran berdasarkan tugas, fungsi, dan wewenangnya masing-masing (Alnofrizal et al., 2024). Hal ini menegaskan bahwa Bawaslu akan menindak peserta pemilu yang melanggar ketentuan kampanye, sementara KPID akan memberi tindakan kepada lembaga penyiaran yang melakukan pelanggaran. Tugas pokok Gugus Tugas masing-masing lembaga punya kewenangan, misalnya khusus KPI kewenangan di dalam pengawasan pemberitaan,

kampanye dan iklan kampanye di lembaga penyiaran. Ketika ada pelanggaran akan dibawa ke gugus tugas, ketika ada indikasi pelanggaran akan dianalisa kalau pelanggaran itu ada indikasi pelanggaran oleh peserta maka diserahkan kepada Bawaslu (Warsito, 2024).

Alnofrizal Ketua Bawaslu Riau mengatakan gugus tugas diharapkan dapat melakukan pengawasan terhadap penyebaran berita hoaks, *black campaign*, fitnah, dan isu SARA pada Pemilu 2024. Dia berharap Gugus Tugas dapat bersama-sama melakukan pengawasan, pemantauan pemberitaan, penyiaran, dan iklan baik saat tahapan kampanye melalui lembaga penyiaran, perusahaan pers, dan pers nasional. Ketua KPID Riau Hisam Setiawan mengatakan gugus tugas di daerah merupakan salah satu turun yang dilakukan di tingkat pusat antara KPU, Bawaslu, KPI dan Dewan Pers. Ini menjadi kekuatan bersama dan menjadikan sistem koordinasi antara KPID dengan KPU serta Bawaslu dalam melakukan pengawasan pemantauan iklan kampanye yang dilakukan media massa, media elektronik, bahkan di media sosial menjadi sangat baik. Hisam berharap kepada masyarakat yang melihat pelanggaran sebagaimana tertuang dalam PKPU Nomor 15 tahun 2023, khususnya di lembaga penyiaran, agar bisa melaporkan ke KPID (Siregar, 2024).

### **Sosialisasi kepada Lembaga Penyiaran**

Pada tahap sosialisasi ini KPID Riau menggelar diskusi publik terkait pengawasan kampanye Pemilu 2024 dengan Lembaga Penyiaran se-Riau pada tanggal 12-13 Desember 2023 tentang pengawasan iklan dan berita kampanye pemilu 2024. Diskusi publik ini bertujuan supaya lembaga penyiaran yakni radio dan televisi bisa menayangkan iklan dan berita kampanye secara berimbang. Pada acara ini KPID Riau memaparkan tentang aturan yang berlaku bagi lembaga penyiaran yakni Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) dan Peraturan KPI nomor 4 tahun 2023 tentang Pengawasan Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye Pemilu Pada Lembaga Penyiaran (Gunawan, 2023). Dalam acara yang berlangsung di ruang Rapat Kantor KPID Riau Pekanbaru ini, KPID Riau menghadirkan narasumber pada hari pertama dari Bawaslu Riau dan pada hari kedua dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Riau. Adapun peserta dari diskusi ini dari lembaga penyiaran radio dari Radio Republik Indonesia (RRI) Bengkalis, Radio Kuansing FM, Bono FM orang. Lalu LPPL Radio Lima Luhak FM Rohul, LPPL Radio Suara Kampar, LPPL Radio Gemilang FM, LPPL Radio Pemerintah Daerah Siak, LPPL Radio Swara Indragiri, Radio Patra FM Duri Bengkalis, Radio Republik Indonesia (RRI) Pekanbaru, Radio Aditya FM, Radio Bharabas FM, Radio Warna/ Gress FM, Radio Monaria (Smart FM) dan dari Radio El John FM. Pada hari kedua dikhususkan untuk televisi lokal yakni TVRI Riau, Riau Televisi, Siak Televisi, Trans7 Pekanbaru, TV One Pekanbaru, MNC Pekanbaru, Indosiar Pekanbaru, Metro TV Riau, ANTV Pekanbaru, serta mahasiswa Ilmu Komunikasi dari beberapa kampus di Pekanbaru (Kim, 2023).

Anggota KPU Riau Nugroho Noto Susanto pada kesempatan tersebut menyampaikan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh lembaga penyiaran terkait dengan kampanye pemilu 2024 antara lain soal jadwal jadi rekan-rekan media baik itu media media elektronik seperti televisi maupun radio misalnya sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 bahwa iklan kampanye itu dilakukan 21 hari sebelum masa pemungutan suara sehingga sebelum jadwal itu tiba yaitu dari tanggal 21 Januari sampai 10 Februari 2024 maka jangkan



dulu menyiarkan iklan karena di situ ada potensi sanksi pidana pemilu bagi siapapun yang terlibat. Ketua Pokja pengawasan Pemilu Riau Warsito menambahkan KPI mempunyai kewenangan untuk mengawasi pemberitaan yang dimulai sejak masa kampanye pada 28 November hingga memasuki masa tenang sedangkan iklan kampanye dimulai dari 21 Januari hingga 10 Februari 2024. Menurut Warsito bentuk pengawasan yang dilakukan KPI adalah pertama KPI punya tim pengawas atau tim pemantau kalau nanti menemukan satu pelanggaran misalnya salah satunya di luar jadwal atau pemberitaan yang memang melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standa Program Siaran (P3SPS) maka KPID Riau akan memberikan teguran atau memberikan sanksi kepada lembaga penyiaran, dan yang kedua bentuknya adalah laporan dari masyarakat. Kalau ternyata masyarakat ada yang melaporkan ke KPID dan kita tindaklanjuti sesuai dengan PKPI 1 2023 terkait dengan alur penjatuan sanksi dan PKPI Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengawasan Penyiaran Kampanye Pemilu 2024 (RIAUTV, 2023).

Sosialisasi juga dilakukan KPID Riau dengan lembaga penyiaran melalui kunjungan atau sembari monitoring ke lembaga penyiaran yang berada di luar Pekanbaru. Menurut Warsito dalam setiap kunjungan komisioner KPID Riau bersama staf senantiasa mengingatkan kepada lembaga penyiaran di kabupaten/kota agar taat aturan termasuk aturan kampanye pemilu 2024. Melalui kunjungan langsung ini diharapkan lembaga penyiaran dapat lebih memahami tentang kewajibannya dalam mendukung pemilu 2024 yakni menyiarkan berita yang tidak memihak dan iklan kampanye yang tepat waktu serta tidak menyerang pihak kontestan lain.

Gambar 1. Sosialisasi oleh KPID Riau kepada Radio di Kabupaten Pelalawan



Sumber: dokumen KPID Riau

Kunjungan ini sebenarnya kegiatan rutin yang dilakukan KPID dalam melakukan tugas dan fungsinya namun karena di momen pemilu kegiatan itu disenaraikan dengan memberikan pemahaman-pemahaman kepada lembaga penyiaran mengenai aturan main yang berlaku dalam rangka penyelenggaraan pemilu 2024 (Warsito, 2024).

Gambar 2. KPID Riau melakukan Verifikasi Faktual Perizinan Radio menjelang Masa Kampanye di Kabupaten Kampar



Sumber: @kpidriau

Warsito menambahkan kunjungan kerja juga dimanfaatkan KPID untuk melakukan validasi terhadap status perizinan Lembaga Penyiaran baik jasa penyiaran Radio dan Televisi di Provinsi Riau. Selain itu, Pengawasan terhadap Perizinan Lembaga Penyiaran ini merupakan agenda rutin KPID Riau. Pengawasan perizinan ini misalnya dilaksanakan di Kabupaten Kampar pada Jumat, 13 Oktober 2023 lalu oleh Wakil Ketua KPID Riau, Hisam Setiawan didampingi oleh staf.

### **Sosialisasi Kepada Peserta Pemilu**

Pihak lain yang menjadi target sosialisasi KPID Riau adalah peserta pemilu baik itu partai politik, tim kampanye daerah pasangan calon presiden dan wakil presiden, serta tim kampanye calon anggota DPD RI. KPID Riau dalam sosialisasi juga melakukan kegiatan bersama dengan KPU atau Bawaslu. Seperti pada sosialisasi aturan kampanye pemilu 2024 yang digelar KPU Riau kepada perwakilan partai politik yang ada di Riau Dalam Sosialisasi ini, selain KPU Riau yang menyampaikan materi tentang Kebijakan Kampanye Pemilihan Umum Serentak Tahun 2024, Polda Riau, Bawaslu Riau, dan KPID Riau turut menjadi narasumber. Polda Riau menyampaikan tentang Pengamanan Pemilu dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Terima Pemberitahuan (STTP) Kampanye Pemilu 2024, Bawaslu Riau tentang Pengawasan Kampanye Pemilu 2024, dan KPID Riau tentang Pengawasan Lembaga Penyiaran Pelaksanaan Kampanye Pemilu 2024. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu mengurangi pelanggaran peraturan kampanye dan meningkatkan pemahaman semua pihak yang terlibat dalam Kampanye Pemilu

Prinsipnya setiap ada Acara KPU dan Bawaslu yang dihadiri oleh KPID Riau dan KPID menjadi narasumber, maka akan disosialisasikan mengenai peraturan KPI tentang pengawasan pemilu di bidang penyiaran kepada pihak-pihak terkait. Namun diakui Warsito bahwa sosialisasi kepada peserta pemilu ini masih kurang maksimal karena juga menumpang di acara-

acara KPU dan Bawaslu yang punya tema dan topik bahasan yang berbeda-beda dan tidak fokus hanya kepada penyiaran. Warsito mengungkapkan bahwa sepengetahuan dirinya sosialisasi kepada peserta pemilu hanya sekali dilakukan KPID yakni kepada calon anggota DPD yang diselenggarakan oleh KPU Riau.

### Sosialisasi di Media Sosial

Sosialisasi juga dilakukan melalui media sosial oleh KPID Riau terutama melalui Instagram dan Facebook. Di antara sosialisasi yang dilakukan oleh KPID Riau adalah terkait dengan informasi yang dikonsumsi oleh publik dari lembaga penyiaran.

Gambar 3. Sosialisasi Pemilu 2024 oleh KPID Riau melalui Akun Instagram @kpidriau



Sumber: Instagram KPID Riau

Wakil Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Riau Mario Abdillah Khair memberikan pemaparan materi dalam kegiatan Coffee Morning. Kegiatan ini bertema Efektifitas Publikasi dan Pemberitaan Menangkal Informasi Hoax Selama Tahapan Kampanye Pemilu 2024 pada Selasa, 23 Januari 2024. Kegiatan yang diadakan di Hotel Royal Asnof Pekanbaru, dihadiri oleh 50 orang peserta yang merupakan rekan-rekan media yang tergabung dalam sahabat Bawaslu Provinsi Riau. Unsur media ini terdiri dari media cetak, media elektronik, media massa, televisi, radio dan staff kehumasan Bawaslu Riau. Adapun Target yang ingin dicapai dalam kegiatan ini ialah, agar nantinya kegiatan ini mampu menekan informasi hoax yang beredar selama masa tahapan kampanye pemilu 2024. Dalam akun instagram @kpidriau juga dimuat berbagai informasi terkait Pemilu 2024 seperti masa iklan kampanye melalui media elektronik dan anal pengaduan yang bisa diakses oleh publik untuk mengadukan berbagai pelanggaran kampanye yang terjadi.

### Focus Group Discussion

KPID Sumatera Barat (Sumbar) bersama KPID Riau menggelar acara FGD dengan tema "Memaksimalkan Pengawasan Terhadap Siaran dan Iklan Kampanye Pemilu 2024", di aula kantor KPID Sumbar, Padang, Rabu, 27 Desember 2023. FGD ini menghadirkan nara sumber Ketua KPID Sumbar Robert Cenedy, Korbid Kelembagaan KPID Riau Bambang Suwarno, Komisioner KPID Riau Mario Abdillah Khair yang dipandu oleh Korbid PIS KPID Sumbar Ficky Trisahputra dengan peserta Staf KPID Sumbar dan mahasiswa. Menurut Bambang

Suwarno KPID Riau pun juga cukup sering mengadakan kegiatan dan mengangkat topik Pengawasan Siaran mengenai Pemilu 2024. Sama seperti KPID Sunbar, KPID Riau juga memiliki struktur Pokja dalam Pengawasan Penyiaran Pemilu yang terdiri dari beberapa jajaran Komisioner KPID Riau serta staf pemantau yang berjumlah 18 orang. Selain itu terdapat alur SOP pengawasan Isi siaran pemilu yang diperhatikan oleh KPID Riau. Sehingga seluruh siaran mengenai Pemilu akan melalui tahap tahap yang ada di dalam SOP (Rasid, 2023).

Gambar 4. Diskusi tentang Iklan Kampanye Pemilu 2024 di KPID Sumbar



Sumber: dokumentasi KPID Riau

### Hasil Pengawasan

Dalam hal pengawasan yang dilakukan oleh KPID Riau terhadap siaran pemilu di Provinsi Riau dimulai dari penunjukan personil pemantau pengawasan isi siaran. Menurut anggota KPID Riau Warsito yang juga Ketua Kelompok Kerja (Warsito, 2024), di luar komisioner ada 7 asisten 4 orang tim pemantau di ruangan pemantau KPID ditambah dengan komisioner 7 orang jadi jumlahnya 18 orang. Para pemantau ini di SK kan dalam surat keputusan Kelompok Kerja Pengawasan Isi Siaran, iklan dan Kampanye Pemilu 2024. Tim pemantau bekerja pada jam kerja 08.00 sampai 16.00 WIB, itu untuk pemantau langsung menggunakan monitor di sekretariat, sementara sisanya menggunakan laporan atau pengaduan masyarakat waktunya 24 jam.

Gambar 5. Iklan Kampanye Pemilu 2024 di RTV



Sumber: data penelitian



Untuk pengawasan pemberitaan berita dan iklan kampanye, KPID fokus di lembaga penyiaran lokal saja. Sistem pengawasan yang dilakukan antara lain pertama, meminta *rundown* atau jadwal acara mingguan kepada setiap lembaga penyiaran, sehingga KPID dapat melihat dulu mana yang punya program berita kampanye, jam berapa mereka akan menayangkan berita, dialog, dan lain-lain. Hal yang sama dilakukan kepada lembaga penyiaran jaringan pada jam berapa mereka punya program berita. Hal ini dilakukan terutama untuk lembaga penyiaran yang di Pekanbaru.

Gambar 6. Ruang Pemantauan Siaran KPID Riau



Sumber: dokumentasi KPID

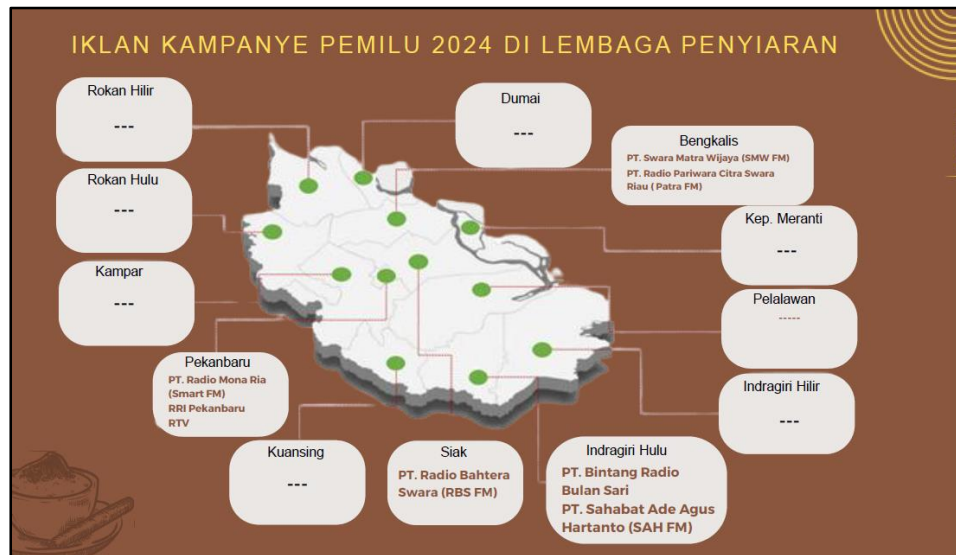
Berkaitan dengan siaran monolog dan dialog tidak ditemukan pelanggaran oleh KPID Riau. Dari hasil pemantauan dan pengawasan dialog hanya dilakukan oleh lembaga penyiaran publik Radio Republik Indonesia (RRI) yang menayangkan dialog dan monolog. RRI juga sudah memberikan *rundown* acara kepada KPID dan mereka memberikan kesempatan secara bergiliran kepada peserta pemilu yakni partai politik dan calon DPD. Hasil pantauan KPID juga tidak ditemukan indikasi pelanggaran sama sekali, karena RRI sudah sangat memahami regulasi penyiaran. RRI melakukan dialog secara bergiliran, misalnya hari pertama partai nomor urut 1 hari berikutnya partai nomor urut 2, kemudian calon anggota DPD nomor urut 1 hari berikutnya nomor urut 2 dan begitu seterusnya. Pada tanggal yang ditentukan ternyata peserta pemilu tidak hadir, itu tidak bisa digantikan dengan peserta pemilu lainnya dan RRI menaati hal itu.

*“Yang menjadi pedoman pengawasan dialog dan monolog sebelum ditetapkan oleh KPU tidak boleh menyebutkan pilih saya atau coblos, sampai akhir masa kampanye dialog dan monolog di lembaga penyiaran kami tidak mendapati hal tersebut dalam siaran dialog dan monolog”* (wawancara dengan Warsito, Maret 2024).

Hasil pemantauan dan pengawasan iklan kampanye Pemilu 2024 oleh KPID Riau menunjukkan bahwa iklan kampanye ditemukan di radio antara lain PT. Sahabat Ade Agus Hartanto (SAH FM) 1 Iklan Kabupaten Indragiri Hulu 2 Spot, PT. Radio Bahtera Swara (RBS FM) Kabupaten Siak 1 Iklan 6 Spot, PT. Swara Matra Wijaya (SMW FM) Kabupaten

Bengkalis 3 Iklan 18 Spot, PT. Bintang Radio Bulan Sari Kabupaten Indragiri Hulu, 1 Iklan 3 Spot, PT. Radio Pariwara Citra Swara Riau ( Patra FM) Kabupaten Bengkalis 14 Iklan 107 Spot, PT. Radio Mona Ria (Smart FM) Kota Pekanbaru 1 Iklan 3 Spot, Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Pekanbaru 1 Iklan 3 Spot. Sementara iklan televisi hanya ada satu televisi lokal yakni PT Riau Media Televisi (RTV) Kota Pekanbaru 34 Iklan 1.596 Spot (Warsito et al., 2024).

Gambar 7. Iklan Kampanye Pemilu 2024 di Lembaga Penyiaran di Provinsi Riau



Sumber: KPID Riau

Dari data di atas terlihat bahwa lembaga penyiaran yang menayangkan iklan kampanye pemilu 2024 hanya terdapat di 4 kabupaten/ kota yakni Kabupaten Bengkalis, Kabupaten Indragiri Hulu, Kota Pekanbaru dan Kabupaten Siak dengan media penyiaran didominasi oleh radio, sementara televisi hanya satu yakni Riau Televisi di Pekanbaru. Sementara delapan kabupaten/ kota lainnya yakni Kabupaten Kampar, Kabupaten Pelalawan, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Indragiri Hilir, Kabupaten Kepulauan Meranti, Kabupaten Kuantan Singingi, dan Kota Dumai tidak memuat atau menayangkan iklan kampanye Pemilu 2024.

Ketika ditanya apa yang menjadi latar belakang di delapan kabupaten/kota tidak menayangkan iklan kampanye pemilu, Warsito menduga bahwa kemungkinan besar karena waktu yang mepet untuk memasarkan program iklan kampanye kepada peserta pemilu. Menurutnya aturan turunan yang lambat turun ke daerah menjadi salah satu hal yang membuat lembaga penyiaran kurang semangat meraup iklan dari pemilu 2024. Di samping itu lembaga penyiaran di kabupaten/ kota di luar Pekanbaru tidak semuanya ada seperti di Kepulauan Meranti yang belum memiliki lembaga penyiaran, di Kabupaten Kuantan Singingi hanya ada LPP Radio Pemerintah Daerah. Namun yang tak kalah pentingnya adalah minat dari peserta pemilu untuk memanfaatkan lembaga penyiaran sebagai tempat memasang iklan kampanye juga masih belum begitu banyak. Hal ini bisa saja karena mereka melihat bahwa lembaga penyiaran belum efektif untuk memengaruhi pemilih karena mungkin berpikir jangkauan dan

pemirsa yang sedikit sehingga lebih baik memilih kampanye langsung ke masyarakat, atau karena aspek regulasi yang belum tersosialisasi dengan baik kepada mereka.

Tabel 1. Daftar Peserta Pemilu Pemasang Iklan Kampanye Pemilu 2024 di Lembaga Penyiaran Provinsi Riau

No.	Lembaga Penyiaran	Pengiklan	Jumlah Spot
1	PT Sahabat Ade Agus Hartanto	Caleg PKB	2
2	PT Radio Bahtera Swara (RBS FM)	Caleg Golkar	6
3	PT Bintang Radio Bulan Sari	Capres 02	3
4.	Radio Republik Indonesia	Daftar Nama Calon DPD	3
5.	PT Monaria (Smart FM)	Caleg PDIP	6
6.	PT Swara Matra Wijaya (SMW FM)	Caleg PDIP	6
		Caleg PKS	6
		Caleg PPP	6
7.	PT Radio Pariwara Citra Swara Riau (Patra FM)	Caleg PDIP (DPR RI)	10
		Caleg PKS (DPR RI)	10
		Caleg Nasdem (Prov Riau)	10
		Caleg PKS (Prov Riau)	10
		Caleg PKS (Prov Riau)	10
		Caleg Gerindra (Kab Bengkalis)	10
		Caleg Nasdem (kab Bengkalis)	3
		Caleg Nasdem (kab Bengkalis)	3
		Caleg PKS (Kab Bengkalis)	10
		Caleg PKS (Kab Bengkalis)	10
		Caleg Golkar (Kab Bengkalis)	10
		Caleg Golkar(Kab Bengkalis)	5
		Caleg Demokrat (Kab Bengkalis)	3
8.	PT Riau Media Televisi (Riau TV)	Agung (Caleg Demokrat)	63
		Sulastri (Caleg Demokrat)	63
		Maharani (Caleg Golkar)	63
		Nadia Ayu (Caleg Golkar)	63
		Repol (Caleg Golkar)	63
		Zufri	63
		Sumarno	63
		DPP PPP	63

Sumardani (Caleg Demokrat)	42
Sumardani (Caleg Demokrat)	42
Arif Eka Saputra (DPD)	42
Yeni Erita Debok (Caleg Gerindra)	42
Yuliawati (Caleg Demokrat)	42
Patar Sitanggang (DPD)	42
Indri Sulistiwati (Caleg Demokrat)	42
Maryenik Yanda (Caleg Golkar)	42
Parisman Ikhwan (Caleg Demokrat)	42
Kharisman Risanda (DPD)	42
Amran (Caleg Golkar)	42
Syafri (Caleg Golkar)	42
Aliran (Caleg PKS)	42
Indra Sani (Caleg PKS)	42
Ikhwanul (DPD)	42
Juprizal (DPD)	42
Toni	42
Rudi Khairul (Caleg Golkar)	42
Syahrul Aidi (Caleg PKS)	42
Hendri Munif (Caleg PKS)	42
Arnita Sari (Caleg PKS)	42
Said Abubakar (Caleg Perindo)	42
Partai Perindo	42
Misharti (DPD)	42
Elfeni	42
Yasser Hamidi (Caleg PKS)	42

---

Sumber: KPID Riau

Tabel di atas memberi pengetahuan bahwa tidak semua peserta pemilu beriklan di sebuah radio atau televisi yang menayangkan iklan kampanye. Sehingga ada beberapa radio yang hanya menayangkan satu peserta pemilu saja. Hal itu dapat dilihat dari PT Sahabat Ade Agus Hartanto yang hanya menayangkan satu iklan Caleg PKB, PT Radio Bahtera Swara (RBS FM) iklan Caleg Golkar, PT Bintang Radio Bulan Sari hanya menayangkan iklan Capres 02 serta PT Monaria (Smart FM) hanya menayangkan iklan Caleg PDIP. Sementara PT Swara Matra Wijaya (SMW FM) PT Radio Pariwara Citra Swara Riau (Patra FM) mulai lebih berwarna dengan beberapa peserta pemilu. Bahkan Patra FM menayangkan peserta pemilu mulai dari tingkat kabupaten, provinsi dan pusat atau DPR RI dengan jumlah 14 iklan 107 spot. Riau TV menjadi satu-satunya lembaga penyiaran televisi yang menayangkan iklan kampanye, sementara di luar Pekanbaru tidak ada televisi lokal yang menayangkan iklan dengan jumlah iklan 34 iklan 1.596 spot.



Berkaitan dengan pengawasan iklan karena tidak ada run down acara iklan di radio atau di televisi lokal, maka KPID meminta laporan dari lembaga penyiaran apakah ada ada menayangkan iklan pemilu 2024 selama satu minggu terakhir, jadi KPID mendengar atau melihat iklannya setelah tayang di media.

*“Dalam hal pemantauan iklan kita melihatnya pasca tayang, setelah satu minggu kita hubungi lembaga penyiaran khususnya radio di luar Pekanbaru, ada berapa iklan yang tayang pada minggu ini setelah itu dilaporkan baru kita periksa apakah sesuai aturan atau tidak”* (wawancara dengan Warsito, Maret 2024).

Ketika ditanya mengapa pemantauan dilakukan seperti itu, Warsito menerangkan bahwa pihaknya tidak memiliki akses yang cukup untuk memantau secara langsung, karena ruang pemantauan belum mampu mengakses semua siaran khususnya di luar Pekanbaru. Hal-hal yang diperhatikan oleh KPID dalam penyiaran iklan adalah jumlah spot iklan yang ditayangkan apakah melebihi ketentuan dari KPI atau tidak. Patokannya jumlah spot per hari tidak lebih 10 spot masing-masing per hari, durasi tidak lebih 60 detik per spot untuk radio, dan 30 detik per spot untuk televisi, kalau sesuai dengan itu berarti tidak ada dugaan pelanggaran. Ada juga lembaga penyiaran misalnya El Jhon yang selalu berdiskusi dengan KPID terkait boleh tidak suatu tayangan yang berkaitan dengan Pemilu 2024, waktu itu masih belum masa kampanye dan baru tahap sosialisasi. Warsito menambahkan bahwa dengan situasi begitu pihaknya juga berharap ada partisipasi masyarakat untuk mengadakan pelanggaran regulasi penyiaran terkait dengan pemilu 2024.

*“Kami melihatnya durasi, kemudian isi siaran tidak ada pelanggaran pemilu yang dilakukan oleh lembaga penyiaran”* (wawancara dengan Warsito, Maret 2024).

Menurut Warsito sebenarnya tidak banyak peserta pemilu yang menayangkan iklan kampanye di lembaga penyiaran. karena waktu atau regulasinya terlalu sempit, sehingga mereka tidak punya waktu memasarkan kepada peserta pemilu. Terkait dengan temuan pemberitaan kampanye, KPID Riau mengaku kita tidak menemukan pelanggaran. Karena lembaga penyiaran lokal tidak banyak yang genrenya berita.

*“Kenapa kita sebutkan tidak ada temuan karena kita koordinasi dengan KPI juga tidak ada temuan. Kalau yang bersifat jaringan itu diawasi oleh KPI pusat, karena kita juga memantau induk jaringan. Kita gilir pemantau yang 4 orang, misalnya hari Senin Metro TV, hari Selasa stasiun tv yang lain, dan dari situ kami juga tidak menemukan indikasi pelanggaran peraturan kampanye pemilu”* (wawancara dengan Warsito, Maret 2024).

Terkait dengan iklan yang difasilitasi KPU pihak KPID juga memberikan masukan kepada KPU Riau.

*“Kami meminta agar semua lembaga penyiaran dapat jatah iklan dari KPU, namun hanya ada iklan DPD yakni 3 spot per calon dan hanya di RRI saja artinya iklan yang difasilitasi KPU hanya ditayangkan satu lembaga penyiaran saja. Dalam masa pengawasan jumlah iklan yang terbanyak muncul adalah partai politik yang dibiayai mandiri oleh caleg, sementara DPD tidak ada yang beriklan di lembaga penyiaran. Mereka iklan dibiayai KPU yakni 3 spot per hari, selama 21 hari, sisanya 7 spot lagi tidak dimanfaatkan oleh calon DPD”* (wawancara dengan Warsito, Maret 2024).

Di induk jaringan atau lembaga penyiaran secara nasional yang paling banyak adalah capres dan cawapres. Tapi fokus KPID hanya di anggota jaringan atau lokal saja. Sesuai dengan

rilis kita dihasil pantauan yang terbanyak adalah calon anggota legislatif, jadi yang dilihat jumlah spot tidak lebih dari 10 spot perhari per iklan, dan durasi tidak lebih 30 detik televisi dan 60 detik untuk radio.

*“Misalnya PKB, caleg PKB nomor urut 1, di depannya tetap partainya dulu di belakang barulah caleg. Hal ini karena yang dianggap sebagai peserta pemilu adalah partai, calon presiden dan wakil presiden, serta calon anggota DPD”* (wawancara dengan Warsito, Maret 2024).

Terkait dengan pengaduan masyarakat, Sampai masa hari selesai pemungutan suara, penghitungan suara tidak ada laporan dari masyarakat. Sebenarnya ada satu pengaduan, tetapi basisnya bukan penyiaran sehingga tidak ditindaklanjuti. Pengaduan itu terkait dengan iklan capres dan cawapres, tetapi iklannya di media sosial bukan di lembaga penyiaran.

Warsito mengakui bahwa sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat selama ini belumlah maksimal terutama kepada pihak di luar penyelenggara, lembaga penyiaran dan peserta pemilu. Hal itu terjadi karena anggaran terbatas, maka tidak bisa menjangkau keseluruhan masyarakat. Oleh karena itu maka sosialisasi dilakukan di media sosial, kemudian sosialisasi di Bawaslu dan KPU, pihaknya juga menyampaikan di beberapa sekolah yang dikunjungi. Terkait dengan anggaran, sebenarnya tidak ada anggaran khusus untuk pemilu, jadi anggaran yang dipakai hanya anggaran rutin. Hal yang menjadi persoalan jadwal masa kampanye di akhir tahun, kemudian pemilu di awal tahun.

*“Jadi sebenarnya ini hanya anggaran rutin saja, sehingga jika kami datang ke daerah itu semata-mata untuk pengawasan isi siaran semua aspek, bukan hanya khusus pemilu. Kami intensifkan di media sosial, baik melalui instagram atau kemudian melalui WA yang bisa dihubungi untuk menampung pengaduan masyarakat”* (wawancara dengan Warsito, Maret 2024).

Secara keseluruhan pengawasan yang dilakukan KPID Riau terkait kampanye Pemilu 2024 di lembaga penyiaran di Provinsi Riau tidak ditemukan pelanggaran. Pada saat penghitungan suara, KPID Riau melihat bahwa lembaga penyiaran sudah sangat memahami dan mematuhi PKPU dan PKPI, seperti mengenai hitung cepat, mereka menayangkan sesuai aturan yakni tepat pada pukul 15 atau dua jam setelah pemungutan suara.

Warsito mengakui bahwa pengawasan yang dilakukan belumlah maksimal. Kendalanya anggaran yang terbatas, tim pemantau yang hanya 4 orang di sekretariat, kemudian regulasinya juga sudah dekat dengan masa kampanye. Sebenarnya Januari 2023 sudah ada MoU namun turun ke Riau itu sudah masuk masa kampanye sehingga KPID mengacu kepada gugus tugas sebelumnya. KPID juga sudah menyampaikan informasi kepada seluruh lembaga penyiaran bahwa semua lembaga penyiaran wajib menayangkan iklan layanan masyarakat untuk Pemilu 2024. Tapi dari hasil evaluasi tidak banyak yang menayangkan iklan layanan masyarakat khususnya pemilu seperti mengajak masyarakat datang ke TPS.

Pengawasan terhadap iklan kampanye pemilu di media penyiaran merupakan aspek penting dalam menjaga integritas dan keadilan pemilu yang demokratis. Diskusi ini menggali berbagai mekanisme dan tantangan terkait pengaturan iklan politik di televisi dan radio. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai praktik yang ada, menyoroti peran badan pengatur, dan mengatasi permasalahan yang muncul di era digital. Secara historis, regulasi media penyiaran dalam pemilu telah berkembang secara signifikan.

Upaya-upaya awalnya masih belum sempurna, terutama berfokus pada memastikan bahwa lembaga penyiaran tidak secara terang-terangan mendukung kandidat atau partai tertentu. Studi seperti yang dilakukan oleh Luntz (1996) dan Jamieson (1992) menyoroti bagaimana peraturan awal bertujuan untuk mengekang keberpihakan (Jamieson, 1992; Luntz, 1996).

Kerangka peraturan modern dirancang untuk memastikan persaingan yang adil di antara para kandidat. Hal ini mencakup ketentuan jam tayang yang setara, pembatasan konten, dan persyaratan transparansi. Aturan jam tayang yang sama, misalnya, mengamanatkan bahwa lembaga penyiaran menyediakan jumlah waktu yang sebanding untuk semua kandidat utama, sebuah prinsip yang didukung oleh banyak penelitian (D'Alessio & Allen, 2000; Iyengar & Simon, 2000). Pembatasan konten mencegah penyebaran informasi palsu, ujaran kebencian, atau konten yang memfitnah, seperti yang dibahas oleh Denton (2000) dan Strömbäck (2005). Hal ini senada dengan yang dilakukan oleh KPI dalam melakukan pengawasan program siaran kampanye Pemilu 2024. Dalam pasal 6 PKPI Nomor 4 Tahun 2023 poin d dan f disebutkan bahwa lembaga penyiaran harus memberikan kesempatan yang sama kepada Peserta Pemilu dalam pemuatan dan penayangan iklan Kampanye Pemilu. Lembaga penyiaran juga tidak menerima program sponsor dalam format atau segmen apa pun yang dapat dikategorikan sebagai iklan Kampanye Pemilu (Ubaidillah, 2023).

Pengawasan yang efektif memerlukan mekanisme pemantauan yang kuat. Pemantauan secara *real-time* dan tinjauan pasca-siaran merupakan praktik standar di banyak negara demokrasi (Boulianne, 2011; Norris, 2004). Teknologi canggih, termasuk alat analisis konten otomatis, telah meningkatkan kemampuan badan pengawas untuk mendeteksi dan mengatasi pelanggaran dengan segera (Boydston, 2013; Gentzkow & Shapiro, 2004). Alat-alat ini menganalisis kepatuhan konten siaran terhadap pedoman yang ditetapkan, memastikan bahwa setiap pelanggaran dapat diidentifikasi dan ditangani dengan cepat. Jika melihat apa yang dilakukan oleh KPID Riau dalam pemantauan siaran iklan kampanye Pemilu 2024, KPID sudah melakukan pemantauan secara *real-time* dan pasca-siaran untuk daerah-daerah di luar Pekanbaru. Namun demikian harus diakui bahwa peralatan dan sumber daya manusia yang melakukan pemantauan masih sangat terbatas, sehingga diakui KPID mungkin saja ada momen yang luput dari pemantauan dan pengawasan mereka.

Hal lain yang tak kalah pentingnya dalam pengawasan penyiaran di masa pemilu adalah penegakan hukum. Hukuman atas pelanggaran berkisar dari denda dan pencabutan wajib hingga sanksi yang lebih berat seperti penangguhan hak siar. Efektivitas hukuman ini dalam mencegah ketidakpatuhan telah menjadi subjek dari berbagai studi empiris, yang umumnya menegaskan efektivitas hukuman tersebut dalam menjaga standar penyiaran selama periode pemilu (Hollander, 2005). Meskipun memiliki kerangka kerja yang kuat, pengawasan iklan pemilu menghadapi beberapa tantangan. Salah satu isu utama adalah memastikan ketidakberpihakan dan menghindari tuduhan bias (McCombs & Shaw, 1972). Badan regulasi harus beroperasi secara transparan dan menerapkan aturan secara konsisten untuk menjaga kepercayaan masyarakat. Tantangan lainnya adalah pesatnya evolusi teknologi media, khususnya kebangkitan platform media digital dan sosial, yang seringkali tidak tercakup dalam peraturan penyiaran tradisional (Bennett & Iyengar, 2008; Chadwick, 2013)

## Simpulan

Dalam rangka pengawasan penyiaran Pemilu 2024 KPID Riau melakukan beberapa hal yakni pemantauan langsung melalui ruang pemantauan, kedua pengawasan langsung ke lapangan, dimana KPID datang ke daerah kabupaten dan kota di Riau, kemudian menerima pengaduan dari masyarakat. Dari hasil pemantauan dan pengawasan KPID melihat bahwa lembaga penyiaran sudah sangat mematuhi regulasi terkait dengan penyiaran dan iklan kampanye Pemilu 2024. Tidak ditemukan juga pengaduan masyarakat yang terkait dengan materi iklan kampanye pemilu 2024. Dari hasil pemantauan jumlah lembaga penyiaran yang menayangkan iklan kampanye di Provinsi Riau masih lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah caleg atau peserta pemilu atau dari media penyiaran yang terdaftar. Iklan yang difasilitasi KPU hanya ditayangkan oleh satu lembaga penyiaran yakni RRI Pekanbaru. Adapun Kendala yang dihadapi dalam pengawasan ini yakni anggaran yang terbatas, tim pemantau yang hanya 4 orang di sekretariat, tidak bisa mengakses secara langsung siaran di lembaga penyiaran di luar Pekanbaru, kemudian regulasinya juga sudah dekat dengan masa kampanye. Dari hasil evaluasi juga tidak banyak lembaga penyiaran yang menayangkan iklan layanan masyarakat khususnya pemilu seperti mengajak masyarakat datang ke TPS, menolak politik uang, dan lain-lain.

## Referensi

- Alnofrizal, Setiawan, H., & Yasir, I. M. (2024, January 18). *Keputusan Bersama Nomor Badan Pengawas Pemilu Riau, KPID Riau, dan KPU Riau: 1/HK.02/K.RA/01/2024 TENTANG tentang Pengawasan dan Pemantauan Kampanye Pemilu Melalui Media Massa Cetak, Media Massa Elektronik dan Internet Pada Pemilihan Umum Tahun 2024 di Provinsi Riau*.
- Ardianto, R. (2023). *Bawaslu Bersama KPU, KPI, dan Dewan Pers Bentuk Gugus Tugas Pengawasan Pemberitaan*. Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia. <https://bawaslu.go.id/id/berita/bawaslu-bersama-kpu-kpi-dan-dewan-pers-bentuk-gugus-tugas-pengawasan-pemberitaan>
- Bagja, R., Assyari, H., Ubaidillah, & Rahayu, N. (2023, February 9). *Keputusan Bersama antara , Badan Pengawas Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum, Komisi Penyiaran Indonesia, 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, dan Penyiaran Iklan Kampanye dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024*. Bawaslu, KPU, KPI, Dewan Pers.
- Bagja, R., Ubaidillah, Asy'ari, H., & Rahayu, N. (2023, September 6). *Petunjuk Teknis Nomor 3561.1/PM.04 KI/11/2023 Nomor: 01/KPI/ HK 02.01/11/2023 Nomor: 1615 Tahun 2023 Nomor: 01/DP/PKS/XI/2023 tentang Tata Cara Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran, dan Iklan pada Masa Sosialisasi Peserta Pemilu dan Tahapan Kampanye Pemilihan Umum 2024 Melalui Lembaga Penyiaran dan Perusahaan Pers*. Bawaslu, KPU, KPI, Dewan Pers.
- Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707–731.
- Blais, A., & Massicotte, L. (2002). Electoral systems. In J. H. L. R. K. E. J. L. S. R (Ed.), *Comparing democracies 2: Elections and voting in global perspective* (pp. 49–81). Sage Publications.
- Boulianne, S. (2011). Stimulating or Reinforcing Political Interest: Using Panel Data to

- Examine Reciprocal. *Effects Between News Media and Political Interest. Political Communication*, 28(2), 147–162.
- Boydston, A. E. (2013). *Making the News: Politics, the Media, and Agenda Setting*. University of Chicago Press.
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
- D'Alessio, D., & Allen, M. (2000). Media Bias in Presidential Elections: A Meta-Analysis. *Journal of Communication*, 50(4), 133–156.
- Denton, R. E. (2000). *The 1996 Presidential Campaign: A Communication Perspective*. Praeger.
- Editorial. (2024). *KPI Reminds Broadcasting Institutions To Maintain Neutrality During Voting. VOI - Waktunya Merevolusi Pemberitaan*. <https://voi.id/en/news/356794>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), Article 1. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fajar, J. (2023, August 7). *Bawaslu Bersama Stakeholder Susun Juknis Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye*. Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia. <https://bawaslu.go.id/id/berita/bawaslu-bersama-stakeholder-susun-juknis-pengawasan-dan-pemantauan-pemberitaan-penyiaran-dan>
- Forrest, J., & Marks, G. N. (1999). The Mass Media, Election Campaigning and Voter Response: The Australian Experience. *Party Politics*, 5(1), 99–114. <https://doi.org/10.1177/1354068899005001006>
- Friedman, J. (2015). Independent election commissions and their role in electoral integrity. *Electoral Studies*, 39, 220–228. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2015.05.003>
- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2004). Media Bias and Reputation. *Journal of Political Economy*, 114(2), 280–316.
- Glavaš, D. (2017). *Political advertising and media campaign during the pre-election period: A Comparative Study*. OSCE.
- Gonzalez, M. (2017). Ensuring electoral integrity: The role of watchdog organizations. *International Journal of Public Administration*, 40(3), 210–219. <https://doi.org/10.1080/01900692.2016.1155053>
- Gunawan, H. (2023). *KPID Riau Gelar Diskusi Publik*. Rri.Co.Id - Portal Berita Terpercaya. <https://www.rri.co.id/daerah/480033/kpid-riau-gelar-diskusi-publik>
- Hollander, B. A. (2005). The Primacy of Communication in the Study of Election Campaigns. *Political Communication*, 22(4), 437–444.
- Humas KPID Sumbar. (2023). *KPID Sumbar Gelar FGD Dalam Memaksimalkan Pengawasan Terhadap Siaran dan Iklan Kampanye Pemilu 2024*. <https://kpid.sumbarprov.go.id/details/news/293-kpid-sumbar-gelar-fgd-dalam-memaksimalkan-pengawasan-terhadap-siaran-dan-iklan-kampanye-pemilu-2024.html>
- Iyengar, S., & Simon, A. (2000). New Perspectives and Evidence on Political Communication and Campaign Effects. *Annual Review of Psychology*, 51(1), 149–169.
- Jamieson, K. H. (1992). *Dirty Politics: Deception, Distraction, and Democracy*. Oxford University Press.
- Kim. (2023). *KPID Riau Bakal Gelar Diskusi Publik Pengawasan Pemilu 2024, Ini yang Dibahas*. Kiblatriaucom. <https://kiblatriau.com/news/detail/22196/kpid-riau-bakal-gelar-diskusi-publik-pengawasan-pemilu-2024-ini-yang-dibahas>
- Laksono, M. S., Setyarini, D., Stefano, H., & Rodyyah, N. (2019). *MENGAWAL DEMOKRASI: DINAMIKA PENGAWASAN PENYIARAN PEMILU 2019* (1st ed.). Komisi Penyiaran Indonesia.
- Luntz, F. (1996). *Words that Work: It's Not What You Say, It's What People Hear*. Hyperion.
- Magar, E. (2018). The impact of electoral financing laws on campaign strategies. *Electoral*

- Studies*, 55, 57–65. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2018.03.003>
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Mendel, T. (2012). *Regulation of Paid Political Advertising: A Survey*. Center For Law and Democracy. <https://www.law-democracy.org/wp-content/uploads/2012/03/Elections-and-Broadcasting-Final.pdf>
- Norris, P. (2004). *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior*. Cambridge University Press.
- Ojekwe, G. I. (2016). Political advert campaigns and voting behaviour: Akinwunmi Ambode’s 2015 Election Campaign in Lagos State. *Journal of African Elections*, 15(2), 13–27. <https://doi.org/10.20940/JAE/2016/v15i2a1>
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum, Pub. L. No. 15 (2023).
- Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 4 Tahun 2023 Tentang Pengawasan Pemberitaan, Penyiaran, Dan Iklan Kampanye Pemilihan Umum Pada Lembaga Penyiaran, Pub. L. No. 887, 14 Tahun 2023 (2023).
- RIAUTV (Director). (2023, December 13). *KPID Gelar Publik Bersama KPU terkait Pengawasan Iklan dan Kampanye Pemilu 2024* [Video recording]. [https://www.youtube.com/watch?v=wY\\_4EM2NM0M](https://www.youtube.com/watch?v=wY_4EM2NM0M)
- Setiawan, I., & Wahid, U. (2019). Peran Kpi Dalam Mengawasi Netralitas Isi Siaran Berita Pilpres 2019 Di Televisi. *PANTAREI*, 3(04), 04.
- Sides, J., Vavreck, L., & Warshaw, C. (2022). The Effect of Television Advertising in United States Elections. *American Political Science Review*, 116(2), 702–718. <https://doi.org/10.1017/S000305542100112X>
- Siregar, T. (2024). *Bawaslu dan KPU serta KPID di Riau Bentuk Gugus Tugas Pengawasan*. Rri.Co.Id - Portal Berita Terpercaya. <https://rri.co.id/pemilu/521255/bawaslu-dan-kpu-serta-kpid-di-riau-bentuk-gugus-tugas-pengawasan>
- Strömbäck, J. (2005). In Search of a Standard: Four Models of Democracy and. *Their Normative Implications for Journalism*. *Journalism Studies*, 6(3), 331–345.
- Sulthoni. (2023, August 14). *Isi PKPU Nomor 15 Tahun 2023 soal Kampanye Pemilu dan Link PDF*. tirtoid. <https://tirtoid.id/isi-pkpu-nomor-15-tahun-2023-soal-kampanye-pemilu-dan-link-pdf-gNVI>
- Surahman, F. (2023, October 30). *Surat Keputusan Ketua KPID Nomor: Kpts.001/KPID Riau/PP/2023 tentang Pengangkatan Kelompok Kerja Pengawasan dan Pemantauan Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye dalam Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024 Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Riau* [Personal communication].
- Ubaidillah. (2023, May 3). *PKPI Nomor 4 tahun 2023 Tentang: Pengawasan Pemberitaan, Penyiaran dan Iklan Kampanye Pemilihan Umum Pada Lembaga Penyiaran*. Komisi Penyiaran Indonesia. <https://www.kpi.go.id/index.php/id/regulasi/peraturan-kpi?detail3=21324&detail5=23358>
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017*. (2017). Sekretariat Negara. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/37644/uu-no-7-tahun-2017>
- Warsito. (2024, March 20). *Wawancara tentang Pengawasan Penyiaran Pemilu 2024 di Provinsi Riau oleh KPID Riau* [Personal communication].
- Warsito, Setiawan, H., Qodri, A. R., Surahman, F., & Khair, M. A. (2024). *Eskpos Hasil Pemantauan dan Pengawasan Pemberitaan dan Siaran Iklan Pemilu 2024 di Lembaga Penyiaran Provinsi Riau oleh KPID Provinsi Riau*. Coffe Morning, Pekanbaru.
- Wolfinger, R. E., & Rosenstone, S. J. (1980). *Who Votes?* Yale University Press.