

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang topik penelitian, penulis menyajikan temuan penelitian sebelumnya dan melakukan analisis komparatif terhadap berbagai studi. Penemuan-penemuan ini digunakan sebagai bahan perbandingan dan acuan untuk merancang metodologi dan melakukan analisis penelitian saat ini. Penulis mengakui bahwa ada banyak kesamaan antara studi ini dan studi sebelumnya dalam hal teori, metodologi, dan substansi. Kesamaan ini tidak terduga dan lebih disebabkan oleh jumlah referensi yang terbatas yang tersedia. Meskipun demikian, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menghasilkan penelitian yang inovatif dan unik dengan merujuk pada berbagai sumber yang sudah ada. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini akan memberikan kontribusi baru dalam bidang ini.

Berikut penelitian terdahulu yang terdapat penelitian ini:

1. Sari, R. (2020). Peran KPID dalam Pengawasan Iklan Politik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 45-60.

Studi yang dilakukan oleh Sari (2020) di DKI Jakarta menekankan betapa pentingnya Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) untuk mengawasi iklan politik dan memastikan bahwa mereka memenuhi peraturan penyiaran. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, termasuk wawancara dan analisis dokumen, untuk menunjukkan bahwa KPID telah menerapkan berbagai mekanisme pengawasan untuk memastikan integritas dan kesesuaian iklan politik dengan

aturan yang berlaku. Namun, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa masih ada masalah yang perlu diselesaikan, terutama karena sumber daya yang terbatas dan kurangnya kerja sama yang baik dengan lembaga lain, seperti Bawaslu. Temuan ini menekankan bahwa peningkatan kapasitas internal KPID dan kerja sama antarlembaga sangat penting untuk pengawasan yang lebih baik.

2. Halim, A. (2021). Dampak Iklan Politik terhadap Opini Publik: Studi Kasus Pemilu 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 123-135

Studi Halim (2021) di Surabaya menemukan bahwa iklan politik yang disiarkan di media sangat memengaruhi opini publik. Penelitian ini berhasil mengukur persepsi masyarakat tentang pengaruh iklan politik terhadap pandangan mereka tentang masalah tertentu. Ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yang dilengkapi dengan analisis statistik. Selain itu, temuan ini menekankan betapa pentingnya Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) untuk mengawasi konten iklan politik. Hal ini dilakukan untuk menjaga kredibilitas informasi yang diterima oleh publik. Hasil penelitian ini menyoroti betapa pentingnya pengawasan yang lebih ketat terhadap iklan politik jika peneliti ingin proses demokrasi menjadi lebih jelas dan adil.

3. Prasetyo, B. (2022). STRATEGI KPID dalam Mengawasi Penyiaran Iklan Politik: Tinjauan Praktis. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 10(3), 200-215

Studi Prasetyo (2022) di Yogyakarta membahas strategi yang digunakan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) untuk mengawasi iklan politik. Penelitian ini menemukan bahwa KPID bekerja sama dengan lembaga lain untuk meningkatkan efektivitas pengawasan. Ini ditemukan melalui metode kualitatif

berbasis studi kasus dan wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan. Metode ini membutuhkan kerja sama dengan lembaga seperti Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) untuk menjamin kepatuhan terhadap peraturan penyiaran yang berlaku. Studi ini juga menekankan bahwa staf KPID harus dilatih untuk memahami aturan dan regulasi yang ada dan melakukan tugas pengawasan dengan lebih profesional. Hasil ini menunjukkan bahwa KPID harus bekerja sama dan mengembangkan kemampuan internalnya untuk mengatasi masalah pengawasan iklan.

4. Widiastuti, L. (2023). Kepatuhan Media terhadap Regulasi Penyiaran Iklan Politik: Analisis KPID. *Jurnal Hukum dan Media*, 8(1), 75-90

Dalam penelitian Widiastuti (2023) di Bandung, kepatuhan media terhadap undang-undang penyiaran iklan politik masih menjadi masalah. Penelitian ini menggunakan metode campuran, yang melibatkan analisis kuantitatif dan kualitatif, dan menemukan bahwa, meskipun peraturan yang berkaitan dengan penyiaran iklan politik telah dirancang dengan jelas, penerapan mereka seringkali tidak konsisten. Kondisi ini menunjukkan bahwa Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) harus mengambil tindakan yang lebih tegas untuk meningkatkan efisiensi pengawasan. Untuk mendorong media untuk mematuhi undang-undang, sanksi tegas dianggap penting. Hasilnya menunjukkan bahwa peningkatan pengawasan dan penegakan hukum dapat membantu mengatasi masalah kepatuhan dalam penyiaran iklan politik.

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu

NO	NAMA/ JURUSAN/ TAHUN	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1.	Sari, R. (2020).	Peran KPID dalam Pengawasan Iklan Politik di Indonesia. Jurnal Komunikasi	Kualitatif	Penelitian ini membahas KPID secara umum di Indonesia	Penelitian membahas Strategi KPID (Komisi Penyiaran Indonesia) dalam konteks pengawasan iklan politik. Peneliti menyoroti pentingnya pengawasan untuk menjaga integritas pemilu dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi.

2.	Halim, A. (2021)	Dampak Iklan Politik terhadap Opini Publik: Studi Kasus Pemilu 2019.	Kualitatif	Penelitian lebih menekankan pada dampak iklan politik terhadap opini publik	Penelitian membahas Strategi KPID (Komisi Penyiaran Indonesia) dalam konteks pengawasan iklan politik. Peneliti menyoroti pentingnya pengawasan untuk menjaga integritas pemilu dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi.
3.	Prasetyo, B. (2022).	Peran KPID dalam Mengawasi Penyiaran Iklan Politik: Tinjauan Praktis. Jurnal	Kualitatif	Penelitian lebih menekankan pada Peran KPID dalam mengawasi	Penelitian membahas Strategi KPID (Komisi Penyiaran Indonesia) dalam konteks pengawasan iklan politik. Peneliti menyoroti pentingnya

		Media dan Komunikasi		penyiaran iklan politik	pengawasan untuk menjaga integritas pemilu dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi.
4.	Widiastuti, L. (2023).	Kepatuhan Media terhadap Regulasi Penyiaran Iklan Politik: Analisis KPID. Jurnal Hukum dan Media	Kualitatif dan Kuantitatif	Penelitian lebih menekankan pada kepatuhan media terhadap regulasi penyiaran iklan politik	Penelitian membahas Strategi KPID (Komisi Penyiaran Indonesia) dalam konteks pengawasan iklan politik. Peneliti menyoroti pentingnya pengawasan untuk menjaga integritas pemilu dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi.

Sumber: Olahan Peneliti Tahun 2025

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi Politik

Salah satu jenis komunikasi adalah komunikasi politik, di mana pesan politik disampaikan kepada publik oleh individu, kelompok, maupun institusi politik. Komunikasi politik didefinisikan sebagai proses di mana informasi politik dibuat, disebarluaskan, dan diterima oleh masyarakat melalui berbagai saluran, termasuk media massa, menurut McNair (2003).

Komunikasi politik sangat penting dalam pemilukada karena memungkinkan peserta pemilu—baik partai politik maupun calon kepala daerah—untuk menyampaikan visi, misi, dan program kerja mereka kepada publik. Karena mereka langsung, terorganisir, dan dapat menjangkau khalayak luas dalam waktu singkat, iklan politik adalah salah satu bentuk komunikasi politik yang strategis.

Apabila tidak diawasi dengan baik, komunikasi politik juga dapat menyebabkan masalah etika dan keadilan informasi. Oleh karena itu, iklan politik harus diatur dan dipantau agar tidak menjadi alat propaganda yang menyesatkan publik atau melanggar demokrasi.

2.2.2 Komunikasi Masa

Penyampaian pesan kepada masyarakat secara luas melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet dikenal sebagai komunikasi massa. Komunikasi massa memiliki beberapa fitur penting, menurut Dominick (2009): itu publik, terjadi secara cepat, seragam, dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini publik secara keseluruhan.

Media massa, terutama televisi dan radio, berfungsi sebagai saluran utama untuk menyampaikan pesan politik kepada masyarakat. Karena jangkauannya yang luas dan

pengaruh mereka terhadap opini publik, media massa menjadi arena penting dalam persaingan politik, terutama selama periode kampanye.

2.2.3 Regulasi Media

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang disahkan pada tanggal 12 Agustus 2002, mengatur industri penyiaran di Indonesia. Untuk mengatur penyiaran radio dan televisi, undang-undang ini merupakan landasan hukum yang penting. Tujuan utama UU No. 32 Tahun 2002 adalah untuk melindungi kebebasan berpendapat dan berekspresi serta memberikan perlindungan terhadap kepentingan publik dalam akses informasi. Dalam konteks ini, undang-undang ini menekankan pentingnya penyiaran yang berimbang, akurat, dan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki akses ke informasi yang berkualitas (Wahyono, 2011).

UU No. 32 Tahun 2002 juga mengatur tentang lisensi penyiaran, yang merupakan izin yang diperlukan agar setiap lembaga penyiaran dapat beroperasi secara legal. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah lembaga pengawas penyiaran dan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa lembaga penyiaran mematuhi semua undang-undang, termasuk kewajiban untuk menyajikan informasi yang berimbang.

Dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, UU No. 32 Tahun 2002 menghadapi masalah-masalah baru, terutama terkait dengan penyiaran di platform digital dan media sosial. Meskipun kerangka hukum yang jelas diberikan oleh undang-undang ini, untuk menerapkannya dalam konteks media baru perlu beberapa perubahan. Oleh karena itu, evaluasi dan revisi peraturan yang ada harus terus dilakukan oleh pemerintah dan pemangku kepentingan untuk

memenuhi perubahan teknologi dan kebutuhan masyarakat (Sukma, 2019).

Pengawasan media terhadap iklan politik sangat penting untuk menjaga integritas dan transparansi proses demokrasi. Iklan politik membantu dan calon partai politik menyampaikan pesan mereka kepada pemilih, jadi sangat penting bahwa informasi yang disampaikan akurat. Peraturan ini diterapkan di banyak negara, termasuk Indonesia, untuk melindungi pemilih dari informasi yang tidak benar dan memberikan kesempatan yang adil bagi semua kandidat untuk menyampaikan visi dan misi mereka. Keterlibatan lembaga pengawas, seperti KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah), sangat penting dalam hal ini karena mereka bertanggung jawab untuk mematuhi peraturan yang ada dan memastikan bahwa iklan politik yang disiarkan sesuai dengan peraturan.

Standar dan pedoman yang jelas untuk iklan politik merupakan komponen penting dari peraturan media. Ini mencakup persyaratan untuk isi, durasi, dan durasi iklan politik. Misalnya, iklan politik tidak boleh mengandung informasi yang merugikan atau merugikan pihak lain. Iklan juga harus menunjukkan siapa yang bertanggung jawab atas konten tersebut. Tujuan dari pengaturan ini adalah untuk memastikan bahwa semua calon memiliki kesempatan yang sama, sehingga pemilih dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi dan fakta. Regulasi yang ketat terhadap iklan politik dapat membantu menciptakan lingkungan politik yang lebih sehat dan jelas, sehingga pemilih dapat memperoleh informasi yang relevan dan akurat (Hargreaves, 2019, hal. 123).

Kemajuan teknologi dan munculnya platform digital, masalah pengawasan iklan politik semakin kompleks. Iklan sekarang politik disiarkan tidak hanya di

media konvensional seperti televisi dan radio, tetapi juga di platform online dan media sosial lainnya. Karena peraturan yang sering kali tidak mencakup platform digital yang terus berkembang , hal ini menciptakan tantangan baru bagi lembaga pengawas. Oleh karena itu, lembaga seperti KPID harus mengikuti peraturan yang ada agar mereka tetap relevan dan berhasil mengawasi iklan politik di berbagai platform. Adaptasi regulasi media terhadap perubahan teknologi sangat penting untuk menjaga efektivitas pengawasan, menurut penelitian yang dilakukan oleh Couldry dan Hepp (2017) (Couldry & Hepp, 2017, hal. 145).

Iklan politik yang disiarkan dan dievaluasi oleh lembaga pengawas seperti KPID . KPID harus memantau secara berkala untuk memastikan bahwa iklan politik yang tayang di media memenuhi standar. Selain itu, KPID harus memiliki mekanisme untuk menangani pelanggaran yang terdeteksi, seperti tindakan hukum dan sanksi administratif. Menurut penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 oleh Napoli (2020), efektivitas pengawasan media sangat bergantung pada seberapa baik peraturan diterapkan dan diterapkan (Napoli, 2020, hal. 210).

Selain itu, tentang peraturan media adalah komponen penting dalam pengawasan iklan politik. KPID harus memberi tahu masyarakat dan pemangku kepentingan tentang ketentuan yang berlaku untuk iklan politik. Dengan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang peraturan ini, diharapkan masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif dalam mengawasi iklan politik dan melaporkan pelanggaran. Studi Livingstone dan Helsper (2007) menunjukkan bahwa memahami undang-undang media dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap hak dan kewajiban mereka dalam memilih umum.

2.2.4 Pengawasan Konten Iklan Politik

Proses evaluasi dan pengawasan iklan politik yang disiarkan oleh KPID terkait dengan pengawasan konten. Pengawasan konten dilakukan untuk memastikan bahwa iklan politik mengikuti standar etika penyiaran dan mencegah penyebaran informasi yang tidak benar. Hujer & Hescock (2022) tekanan bahwa pengawasan ini bertujuan untuk menjaga integritas Penyiar dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik benar dan bertanggung jawab. KPID harus secara aktif menilai iklan politik sebelum tayang dan menghentikan pelanggaran.

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) bertanggung jawab atas evaluasi dan pengawasan iklan politik yang disiarkan. Proses ini melibatkan beberapa langkah penting untuk memastikan bahwa iklan politik mematuhi peraturan.

Pertama, KPID menyatukan iklan politik secara teratur di berbagai media. Tujuan dari pemantauan ini adalah untuk memastikan bahwa iklan yang disiarkan memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh undang-undang. Analisis konten dan pengumpulan data dari laporan media adalah metode yang digunakan oleh KPID untuk menyiarkan apakah iklan tersebut memenuhi ketentuan yang berlaku. Menurut penelitian yang dilakukan oleh KPID Riau, pemantauan secara teratur dapat membantu menemukan pelanggaran lebih awal dan mencegah penyebaran informasi palsu (KPID Riau, 2024).

Selain itu, KPID melakukan evaluasi konten yang lebih menyeluruh terhadap iklan politik. Evaluasi ini mencakup analisis isi iklan untuk memastikan

bahwa informasinya akurat, penggunaan bahasa yang tidak menyebarkan, dan kepatuhan terhadap etika penyiaran. KPID bertanggung jawab untuk memastikan bahwa iklan politik memberikan informasi yang akurat dan bermanfaat kepada pemilih . Peneliti mendapatkan laporan KPI dari internet, evaluasi konten yang ketat dapat meningkatkan kualitas informasi yang diterima Masyarakat.

KPID memiliki sistem pelaporan yang memungkinkan masyarakat melaporkan iklan politik yang dianggap melanggar ketentuan. Dengan melaporkan iklan yang tidak sesuai, masyarakat dapat membantu KPID mengambil tindakan. Hal ini sejalan dengan penelitian Livingstone dan Helsper (2007), yang menemukan bahwa pengawasan media oleh masyarakat dapat meningkatkan akuntabilitas dan transparansi iklan politik

KPID bekerja sama dengan lembaga lain seperti Bawaslu dan KPU untuk memastikan pengawasan iklan politik yang menyeluruh. Untuk menciptakan kerja sama dalam pengawasan, penting untuk bekerja sama. Menurut penelitian Hargreaves (2019), kerja sama antar lembaga pengawas dapat meningkatkan pengawasan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilu.

Oleh karena itu, pengawasan konten iklan politik oleh KPID adalah proses yang melibatkan pengawasan, evaluasi, pelaporan, dan kerja sama dengan lembaga lain. Melalui proses ini, KPID berusaha menjaga integritas dan transparansi dalam iklan-iklan politik, sehingga pemilih dapat menerima informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

2.2.5 Iklan Politik

Salah satu jenis komunikasi politik adalah iklan politik, yang dirancang untuk mempengaruhi preferensi pemilih. Iklan politik dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam melalui media seperti televisi, radio, dan platform digital. Penyampaian pesan yang terorganisir dan terencana memungkinkan kandidat untuk menyoroti visi, misi, dan program kerja mereka, sehingga pemilih dapat membuat keputusan yang lebih informasi saat memilih (Kaid & Holtz-Bacha, 2006).

Kemampuan untuk menciptakan citra yang positif bagi kandidat atau partai adalah komponen penting dari iklan politik. Iklan politik berusaha membuat hubungan emosional dengan pemilih dengan menggunakan strategi komunikasi yang efektif, seperti cerita yang menarik dan visual yang menarik . Iklan yang fokus pada emosi dapat lebih berpengaruh pada pilihan pemilih dibandingkan iklan yang hanya menyampaikan informasi (Dahlgren, 2009). Oleh karena itu, dalam iklan politik, strategi penyampaian pesan sangat penting untuk menarik perhatian dan dukungan masyarakat.

Iklan politik bukan hanya alat promosi, mereka juga mendidik pemilih tentang masalah besar yang dihadapi masyarakat. Iklan ini tidak hanya menunjukkan keunggulan kandidat, tetapi juga sering mengancam lawan politik dan menyatakan pendapat mereka. Oleh karena itu, iklan politik dapat mempengaruhi agenda pembangunan publik dan mempengaruhi pembicaraan politik masyarakat (McNair, 2011). Keberadaan media sosial di era komputer dan internet saat ini memungkinkan iklan politik untuk berinteraksi langsung dengan pemilih dan menyesuaikan pesan mereka dengan audiens yang ditargetkan.

Namun, penting untuk diingat bahwa iklan politik juga dapat menyebabkan masalah, seperti penyebaran informasi yang salah atau kampanye hitam yang ditujukan terhadap lawan politik. Akibatnya, pemilih harus memiliki kemampuan kritis untuk memeriksa dan menilai informasi yang disampaikan melalui iklan politik. Dalam situasi seperti ini, pendidikan politik dan pengetahuan tentang media menjadi sangat penting untuk membantu masyarakat memahami dan menilai pesan yang disampaikan. Akibatnya, iklan politik tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga merupakan bagian dari proses demokrasi yang lebih besar, dimana pemilih diharapkan dapat membuat keputusan yang rasional dan berdasarkan

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Regulasi Media

Teori regulasi media memberikan penjelasan tentang bagaimana pemerintah dan lembaga pengawas media, seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), bertanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi konten media untuk mencapai tujuan. Menjaga kebenaran informasi, melindungi kepentingan publik, dan menjamin pluralitas suara adalah tujuan ini. Regulasi penting untuk mencegah dominasi media oleh kelompok tertentu yang dapat menyalahgunakan platform publik untuk kepentingan mereka sendiri, seperti iklan politik yang manipulasi opini.

Memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui media bersifat netral, akurat, dan relevan adalah komponen utama dari teori regulasi media. Hal ini relevan dalam konteks iklan politik, yang dapat memengaruhi persepsi publik secara keseluruhan. Lembaga penyiaran diharuskan untuk mematuhi peraturan yang melarang konten yang provokatif, menyesatkan, atau menyerang

individu atau kelompok lain. Sebagai contohnya UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran memberikan landasan hukum bagi pemerintah dan lembaga seperti KPID untuk mengawasi konten yang ditayangkan oleh media penyiaran

Regulasi media juga sangat penting untuk melindungi kepentingan publik dari praktik yang berbahaya. Iklan politik bertujuan untuk mengimbangi akses kandidat dengan menetapkan aturan untuk durasi, waktu tayang, dan konten iklan. Ini menjamin bahwa tidak ada kelompok yang mendapatkan keunggulan yang tidak adil hanya karena kekayaan keuangan untuk mendominasi media. Akibatnya, keberagaman suara dapat dijamin, memberikan masyarakat peluang yang sama untuk mendengar pendapat dari berbagai kandidat.

Teori regulasi media juga menekankan bahwa pengawasan konten media harus jelas dan akuntabel. Karena iklan politik didistribusikan melalui media sosial dan platform digital lainnya, pengawasan di era digital menjadi semakin sulit. Hal ini mendorong pengembangan metode ko-regulasi di mana pemerintah, perusahaan teknologi, dan masyarakat sipil bekerja sama. Tujuan dari upaya ini adalah untuk meningkatkan efisiensi pengawasan sekaligus mengurangi celah hukum yang sering digunakan oleh pelaku politik untuk menyiasati regulasi.

Menurut McQuail (2017), regulasi media adalah proses yang kompleks karena melibatkan berbagai aktor yang memiliki kepentingan yang berbeda, seperti pemerintah, lembaga pengawas media, dan industri media itu sendiri. Tujuan utama regulasi media adalah untuk mencapai keseimbangan antara dua prinsip yang kadang-kadang bertentangan, yaitu kebebasan berekspresi dan perlindungan terhadap kepentingan publik.

Kebebasan bereksresi adalah bagian penting dari masyarakat demokratis, di mana media adalah sarana penting untuk menyebarkan informasi dan memungkinkan diskusi publik. Namun, jika tidak ada aturan, kebebasan ini dapat disalahgunakan untuk menyebarkan informasi yang salah, konten yang berbahaya, atau dominasi oleh kelompok tertentu. Kebebasan media digunakan dengan bijak dan tidak melanggar hak orang lain atau mengganggu ketertiban masyarakat.

Dalam praktiknya, peraturan media terdiri dari berbagai undang-undang, aturan, dan prosedur untuk memantau dan mengawasi. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah salah satu lembaga pengawas media yang bertanggung jawab untuk menetapkan peraturan dan mengawasi praktik penyiaran untuk mematuhi peraturan. Pemerintah sering kali bertanggung jawab untuk menetapkan batas kebebasan media. Sebaliknya, ada kewajiban bagi industri media untuk mengikuti standar profesional dan etika ketika mereka memproduksi konten.

Regulasi media yang efektif harus dapat mengimbangi kebutuhan akan perlindungan masyarakat dan kebebasan bereksresi. Misalnya, dalam iklan politik, undang-undang harus dibuat untuk mencegah media digunakan sebagai alat propaganda yang dapat memengaruhi pemilih secara tidak adil. Dengan aturan yang jelas dan pelaksanaan yang konsisten, media dapat berperan sebagai penjaga demokrasi dan memberikan ruang bagi berbagai suara.

Regulasi media terbagi menjadi dua kategori utama, menurut Napoli (2019). Kategori preskriptif dan deskriptif memiliki tujuan dan fokus yang berbeda.

1. Regulasi preskriptif memiliki tujuan untuk mengontrol konten media. Pengaturan ini membatasi konten tertentu yang dianggap melanggar norma

atau berbahaya bagi masyarakat, seperti konten provokatif, berita yang tidak benar, atau iklan yang tidak etis. Regulasi preskriptif untuk penyiaran iklan politik mencakup aturan tentang durasi, waktu presentasi, dan isi pesan yang harus netral dan tidak memihak salah satu kandidat. Misalnya, peraturan KPI Indonesia mewajibkan lembaga penyiaran untuk tetap netral selama kampanye; Ini berarti mereka tidak boleh menyebarkan konten yang provokatif atau menyinggung pihak lain.

2. Regulasi Deskriptif, Di sisi lain, fokus pada struktur media industri . Regulasi ini mencakup peraturan yang memastikan persaingan yang sehat, mencegah monopoli, dan memastikan keberagaman kepemilikan. Oleh karena itu, peraturan ini memastikan bahwa semua pihak yang memanfaatkan media sebagai cara untuk berkomunikasi politik memiliki akses yang sama. Dalam konteks Indonesia, hal ini penting untuk memastikan bahwa tidak ada partai politik atau kandidat yang memiliki dominasi akses media karena hubungan mereka dengan pemilik media.

Untuk membuat lingkungan media menjadi sehat, kedua regulasi harus bekerja sama dengan baik. Regulasi deskriptif memastikan bahwa struktur media industri mendukung keberagaman suara dan mencegah penyegelan kekuasaan pada segelintir entitas, sementara regulasi preskriptif menjamin bahwa konten yang disampaikan sesuai dengan norma dan kepentingan publik. Napoli menekankan bahwa efektivitas regulasi media bergantung pada pelaksanaan yang konsisten dan pengawasan yang fleksibel terhadap perkembangan teknologi dan dinamika politik.

Untuk menjaga integritas media sebagai pilar demokrasi, kombinasi dari kedua undang-undang ini diperlukan.

Menurut Krippendorff (2019), regulasi media menjaga profesionalisme industri Penerbitan dengan menetapkan pedoman ketat terhadap isi iklan politik dan memastikan bahwa iklan politik tidak bersifat komersial. Iklan yang disiarkan harus memberikan informasi yang jelas, mendidik, dan relevan tanpa melanggar norma sosial atau merusak proses demokrasi.

Regulasi ini mencakup banyak hal, seperti menjamin bahwa informasi yang disampaikan akurat, melarang serangan pribadi terhadap kandidat lain, dan mencegah penggunaan materi yang provokatif atau manipulatif. Lembaga di Indonesia seperti Komisi Penyusunan Indonesia (KPI) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) bertanggung jawab atas peraturan tersebut. Agar tetap netral dan tidak memihak salah satu calon di luar masa kampanye resmi, mereka menetapkan batasan terhadap waktu tayang, durasi, dan konten iklan politik. Selain itu, Krippendorff menekankan pentingnya pengawasan yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa peraturan tersebut dipatuhi. Jika tidak ada pengawasan yang baik, aktor politik dapat menyalahgunakan media untuk mempengaruhi opini publik secara tidak adil, baik melalui propaganda halus maupun iklan yang melanggar etika. Akibatnya, fungsi lembaga pengawas seperti KPI dalam mengidentifikasi dan mengawasi iklan politik sangat penting untuk menjaga keseimbangan.

Oleh karena itu, media undang-undang tidak hanya mengawasi teknik penyiaran tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan

publik terhadap integritas pemilu. Untuk mencapai tujuan ini, pemerintah, lembaga pengawas, dan media industri harus bekerja sama dengan baik untuk memastikan bahwa semua pihak berkontribusi terhadap keadilan dan transparansi di ruang publik.

2.3.2 Penggunaan Teori

Teori regulasi media menjelaskan bagaimana lembaga pengawas mengontrol konten media, termasuk iklan politik. Regulasi media dibuat untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat selama pemilihan umum akurat, berimbang, dan tidak menyebarkan. Karena media memainkan peran yang signifikan dalam

membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku pemilih, regulasi ini menjadi sangat penting. Dengan aturan yang ketat, media diharapkan beroperasi dalam kerangka etika yang jelas sehingga informasi yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga mendidik masyarakat tentang masalah penting yang terkait dengan pemilu (McQuail, 2019). Peneliti memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang strategi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) dalam menjaga demokrasi berfungsi dengan benar dan melindungi kepentingan publik. KPID memastikan bahwa semua penyiaran, termasuk iklan politik, mematuhi pedoman yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, KPID tidak hanya menjaga, tetapi juga berfungsi sebagai penghubung antara masyarakat dan media, bertanggung jawab untuk memastikan bahwa suara masyarakat terwakili dengan baik dalam konten yang disiarkan (Hargreaves, 2019). Peneliti dapat menggunakan teori regulasi media untuk melihat bagaimana regulasi mempengaruhi tindakan media dan bagaimana masyarakat menyikapi

informasi yang disampaikan. Misalnya, penelitian dapat dilakukan untuk menentukan apakah aturan yang ketat menghasilkan konten iklan politik yang lebih baik dan apakah menjadi masyarakat lebih cerdas dalam menilai informasi yang mereka terima. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menemukan kesulitan dan peluang yang dihadapi oleh lembaga pengawas saat menjalankan tanggung jawab mereka. Mereka juga dapat melihat bagaimana regulasi mempengaruhi dinamika komunikasi politik di masyarakat (Napoli, 2020).

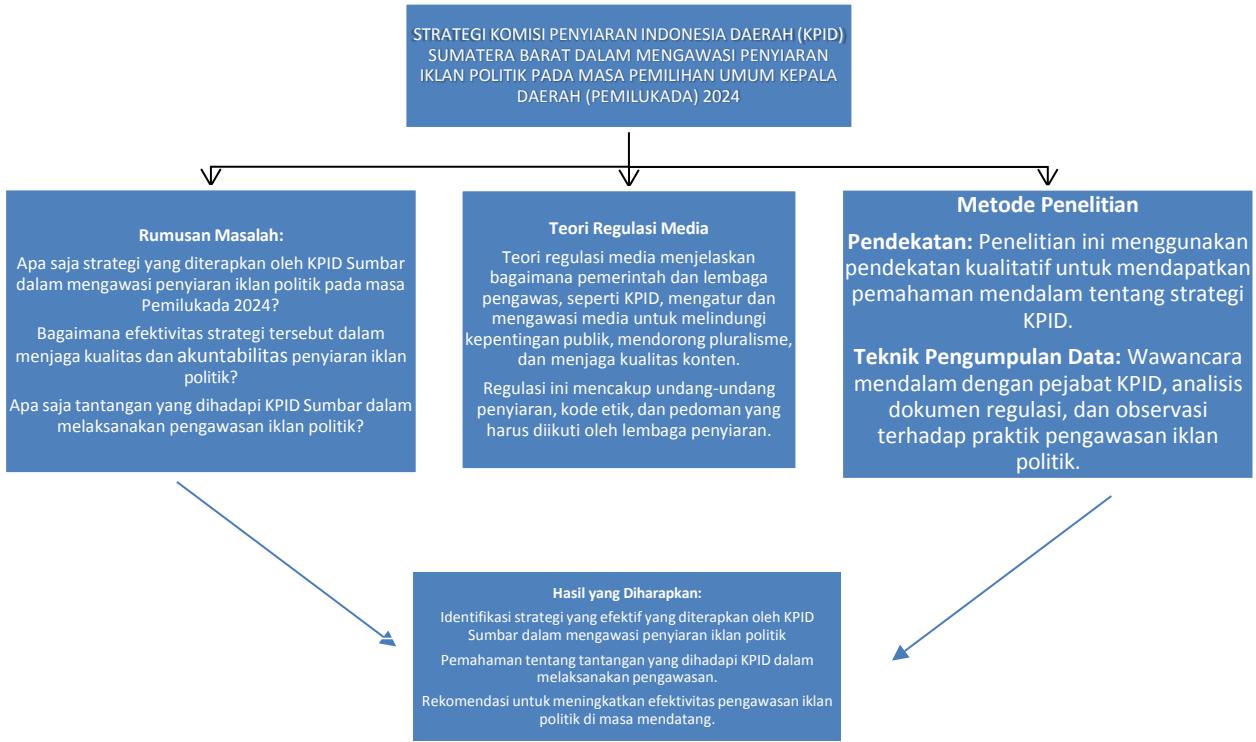
Teori ini memberikan struktur yang dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana peraturan media mempengaruhi tindakan lembaga penyiaran serta tanggapan masyarakat terhadap informasi politik. Regulasi yang efektif dapat mendorong media untuk menjadikan konten yang profesional dan etis, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap media sebagai sumber informasi utama. Sebaliknya, ketidaksempurnaan aturan dapat memungkinkan pelanggaran yang merusak demokrasi, seperti penyiaran konten yang tidak adil atau iklan yang melanggar standar.

Teori regulasi media tidak hanya membantu peneliti menemukan kesulitan dan peluang dalam media pengawasan , tetapi juga memberikan wawasan strategi tentang cara memperbaiki sistem pengawasan agar lebih sesuai dengan perubahan politik dan teknologi. Hal ini semakin penting di era komputer dan internet, di mana data dapat digunakan dengan cepat, yang membutuhkan regulasi yang lebih fleksibel dan fleksibel untuk beradaptasi dengan perubahan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut peneliti, kerangka pemikiran adalah landasan konsep yang menjelaskan bagaimana konsep, teori, dan variabel yang digunakan dalam penelitian berhubungan dengan satu sama lain. Kerangka berpikir membantu peneliti memahami dan menganalisis fenomena yang diteliti serta membuat jalur logistik menuju solusi masalah. Penelitian ini menggunakan teori regulasi media untuk menjelaskan peran Komisi Penyusunan Indonesia Daerah (KPID) dalam mengawasi iklan politik selama Pemilukada 2024.

Peneliti menggunakan teori ini untuk menjelaskan betapa pentingnya regulasi media untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui media penyiaran akurat, adil, dan sesuai etika. Peneliti juga melihat proses pengawasan yang dilakukan KPID, komponen yang mempengaruhi kinerjanya, dan bagaimana hal itu berdampak pada transparansi dan keadilan dalam proses pemilu. Oleh karena itu, kerangka berpikir ini menjadi dasar untuk menerangi kinerja KPID dan memberikan saran untuk perbaikan yang relevan dengan dinamika media dan politik saat ini.



Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti Tahun 2025