

18:38



Disusun oleh

**Komite Independen Sadar Pemilu
dan Muda Bicara ID**

LAPORAN KAJIAN

Belanja Iklan Media Sosial

**KANDIDAT CAPRES-CAWAPRES
DAN PARTAI POLITIK DI MASA
KAMPANYE PEMILU 2024**



@KISP_ID



KISP ID



ww.kisp-id-org



mudabicara.id



@MudaBicaraID



Muda Bicara ID

Komite Independen Sadar Pemilu dan Muda Bicara ID melakukan penggalan data **belanja iklan media sosial** (Facebook dan Instagram) para Bakal Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden, serta Partai Politik di platform Meta

Metode

- Berdasarkan data laporan galeri iklan Meta, khususnya dalam kategori iklan politik, dijabarkan besaran biaya yang dikeluarkan oleh pengiklan politik.
- Kami membatasi iklan politik pada masa kampanye, yakni sejak **28 November 2023 hingga 10 Februari**
- Penerbit iklan sebagian berasal langsung dari akun resmi Capres dan Cawapres, dan Partai Politik.
- Namun sebagian juga ada yang berasal dari akun pendukung maupun pengurus partai politik, namun iklannya terverifikasi untuk iklan kandidat maupun partai tertentu

Belanja Iklan

CAPRES DAN CAWAPRES SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024



Rp. 1.262.373.285

Anies - Muhaimin

Jumlah Iklan:
5.989 Konten

Rp. 1.985.915.574

Prabowo - Gibran

Jumlah Iklan:
3.893 Konten

Rp. 3.118.140.824

Ganjar - Mahfud

Jumlah Iklan:
18.019 Konten

*Sumber: Data hasil olahan KISP x Muda Bicara ID dari
Galeri Iklan Meta*

Pasangan Ganjar – Mahfud menjadi tertinggi dalam belanja iklan politik di Meta (Facebook dan Instagram). Jumlahnya lebih dari dua kali lipat dibanding pasangan 01, dan terpaut lebih dari 1 miliar dibandingkan 02.



TOP 10

BELANJA IKLAN META ANIES – MUHAIMIN

Rp. 1.262.373.285

Jumlah Iklan: 5.989 Konten

No	Pengiklan	Biaya	Jumlah Iklan
1	Unboxing Anies	Rp. 368.809.240	1.354
2	Suara Anies	Rp. 259.822.881	1.281
3	Aksi Tanggap Anies	Rp. 212.349.050	1.165
4	Kawan Anies	Rp. 144.792.714	920
5	Rekan Perubahan	Rp. 143.660.053	859
6	Anies Baswedan	Rp. 25.723.164	38
7	Aminkan Indonesia	Rp. 24.651.139	98
8	Salam Dari Anies	Rp. 19.362.417	43
9	Pilih Anies	Rp. 15.869.710	36
8	Maju Bersama Anies	Rp. 11.290.782	25

Sumber: Data hasil olahan KISP x Muda Bicara ID dari Galeri Iklan Meta



TOP 10

BELANJA IKLAN META PRABOWO – GIBRAN

Rp. 1.985.915.574

Jumlah Iklan: 3.893 Konten

No	Pengiklan	Biaya	Jumlah Iklan
1	Prabowo Subianto	Rp. 1.209.696.845	192
2	Prabowo 2024	Rp. 212.511.391	453
3	Prabowo Lanjutkan Kepemimpinan	Rp. 81.494.735	362
4	Gibran Pemimpin Muda	Rp. 79.346.016	268
5	Prabowo Gibran Untuk Indonesia Maju	Rp. 27.224.152	527
6	GEMOY - Gerakan Prabowo - Gibran	Rp. 23.981.229	202
7	Prabowo Gibran (TKN 02)	Rp. 19.223.932	38
8	Sahabat Prabowo	Rp. 16.045.752	6
9	Wayahe Gibran	Rp. 15.906.937	147
8	Bocahe Mas Gibran	Rp. 14.519.332	163



TOP 10

BELANJA IKLAN META GANJAR – MAHFUD

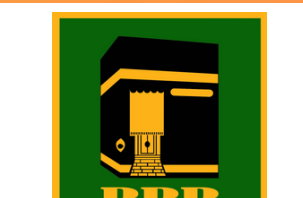
Rp. 3.118.140.824

Jumlah Iklan: 18.019 Konten

No	Pengiklan	Biaya	Jumlah Iklan
1	TPN Ganjar Mahfud	Rp. 1.178.755.028	110
2	Ganjar Pranowo	Rp. 792.216.626	2.290
3	Ganjar & Mahfud Menangkan 2024	Rp. 505.948.999	5.942
4	GanjarFans	Rp. 237.052.633	2.092
5	Berita Ganjar Pranowo	Rp. 72.097.533	1.281
6	Sahabat Ganjar Pranowo	Rp. 46.744.161	732
7	GP Papua	Rp. 28.416.956	172
8	GP Nusa Tenggara Timur	Rp. 22.334.020	285
9	Deputi Inklusi Ganjar Mahfud	Rp. 21.014.676	37
8	Ganjarmahfud.app	Rp. 12.765.620	37

Belanja Iklan

PARTAI POLITIK SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2024

	Rp. 2.868.602 Jumlah Konten Iklan: 26	Rp. 2.775.408 Jumlah Konten Iklan: 29	
	Rp. 109.380.535 Jumlah Konten Iklan: 487	Rp. 42.092.417 Jumlah Konten Iklan: 18	
	Rp. 42.546.268 Jumlah Konten Iklan: 17	Rp. 384.218.085 Jumlah Konten Iklan: 100	
	Rp. 897.661.673 Jumlah Konten Iklan: 3.406	Rp. 12.056.362 Jumlah Konten Iklan: 25	
	Rp. 0 Tidak Ditemukan Konten Iklan	Rp. 1.857.673.957 Jumlah Konten Iklan: 124	
	Rp. 9.775.145 Jumlah Konten Iklan: 50	Rp. 1.520.549.165 Jumlah Konten Iklan: 2.437	
	Rp. 305.187.952 Jumlah Konten Iklan: 119	Rp. 51.212 Jumlah Konten Iklan: 4	
	Rp. 485.281.554 Jumlah Konten Iklan: 1.781	Rp. 63.625.430 Jumlah Konten Iklan: 43	
	Rp. 0 Tidak Ditemukan Konten Iklan	Rp. 37.107.311 Jumlah Konten Iklan: 174	

Analisis dan Kesimpulan

IKLAN CAPRES – CAWAPRES SELAMA MASA KAMPANYE: **BELANJA DAN JUMLAH KONTEN IKLAN GANJAR – MAHFUD JAUH TERTINGGI DIBANDING YANG LAIN**

- Biaya dan Jumlah Konten Iklan Meta Ganjar–Mahfud terpaut jauh berkali-kali lipat dibandingkan dengan pasangan calon lainnya selama masa kampanye Pemilu 2024.
- Pasangan Anies – Muhaimin menjadi terendah dalam biaya iklan, dibandingkan dengan paslon lainnya.
- Sedangkan dalam hal total konten yang diiklankan, Prabowo – Gibran menjadi terendah dengan 3.893 Konten, dibandingkan dengan Ganjar–Mahfud sebanyak 18.019 Konten dan Anies – Muhaimin 5.989 Konten.
- **DILIHAT DARI SEGI PENGIKLAN:**
 - **Anies–Muhaimin:** hanya terdapat satu laporan iklan yang berasal dari akun resmi Anies Baswedan. Sedangkan sisanya berasal dari akun–akun tim pendukung. Selain itu, tidak ditemukan iklan atas nama Muhaimin Iskandar.
 - **Prabowo – Gibran:** Akun dengan belanja tertinggi adalah berasal dari akun resmi Prabowo Subianto. Juga terdapat iklan dari TKN. Sisanya, adalah akun pendukung Prabowo dan Gibran.
 - **Ganjar – Mahfud:** Pengiklan tertinggi adalah langsung dari akun resmi TPN dan Ganjar Pranowo. Pengiklan 10 teratas juga ada diisi oleh tim pendukung Ganjar Pranowo dari daerah, yakni GP Papua dan GP NTT

IKLAN PARTAI POLITIK SELAMA MASA KAMPANYE: **DEMOKRAT, PSI DAN GOLKAR MENJADI 3 BESAR PARPOL DENGAN BIAYA IKLAN TERBESAR**

- Demokrat menjadi partai politik dengan biaya belanja iklan terbesar, yakni mencapai 1,8 Miliar. Tidak terpaut jauh dengan Partai Solidaritas Indonesia yang mencapai 1,5 Miliar. Sedangkan Golkar ada di angka 897 Juta.
- Terdapat dua partai yang tidak ditemukan iklan politiknya di Galeri Iklan Meta, yakni Partai Nasdem dan PKN.
- Iklan partai Demokrat sebagian besar dijalankan langsung oleh akun resmi Agus Harimurti Yudhoyono dan Susilo Bambang Yudhoyono
- Sementara Iklan PSI sebagian besar diterbitkan oleh akun resmi Partai Solidaritas Indonesia melalui akun-akun resmi PSI dan akun petinggi partai
- Sedangkan, partai Golkar hampir keseluruhan diterbitkan oleh akun resmi Golkar dan Yayasan Golkar Institut.

Note

- Temuan ini belum mencakup penggunaan **agensi Buzzer dan jasa influencer** oleh para kandidat maupun Partai Politik.
- Sehingga, ada kemungkinan mereka tidak jor-joran di Iklan Meta, namun cukup jor-joran di jasa lain seperti melalui pendengung dan influencer di media sosial

CELAH HUKUM KAMPANYE DI RUANG DIGITAL

Aturan Saat ini

- Kampanye pemilu di media sosial diatur melalui Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 15 tahun 2023 tentang kampanye pemilu sebagaimana tertuang pada pasal 37 dan 38.
- Meski begitu, aturan ini hanya mengatur terbatas pada jumlah akun maksimal yang dimiliki oleh kandidat dan partai politik, yakni **20 akun yang didaftarkan ke KPU**.
- iklan kampanye di media sosial hanya dapat dilakukan selama 21 hari menjelang masa tenang pemilu, yakni pada **21 Januari 2024 dan berakhir pada 10 Februari 2024**.

Celah Hukum

- Belum adanya aturan terkait **transparansi dana kampanye di ruang digital** seperti iklan di media sosial, penggunaan agensi buzzer, influencer dll.
- **Definisi kampanye media sosial** belum komprehensif dan banyak celah.
- Akibatnya, **pelanggaran kampanye masif terjadi dalam bentuk kampanye di luar jadwal**. Hal ini dibuktikan dengan penggalan data dalam dua kajian belanja iklan politik media sosial oleh KISP dan Muda Bicara, dan kajian ini, memperlihatkan bahwa iklan di media sosial mengesampingkan aturan yang ada.
- Celah lainnya adalah aturan yang hanya mencakup 20 akun yang didaftarkan, sehingga **tidak bisa menjangkau akun-akun lain di luar akun resmi yang didaftarkan ke KPU**

Banyaknya Celah Hukum

- Dalam hal ini juga berdampak pada kesenjangan yang terjadi antar calon. **Bagi calon yang memiliki sumber daya keuangan, maka akan sangat jor-joran dalam beriklan**
- **Jika merujuk pada asas keadilan, tentu ini menjadi catatan penting.**
- Apalagi, iklan media sosial lebih kompleks dibanding di media konvensional. Sehingga seharusnya **aturan yang ada harusnya dapat lebih komprehensif** – sama halnya dengan aturan kampanye di ruang konvensional.

Ke depan, iklan media sosial, maupun penggunaan agensi buzzer hingga jasa influencer pasti akan menjadi pilihan utama kandidat dalam berkampanye.

Dengan beberapa alasan seperti:

- 1) Fitur Microtargetting;
- 2) Biaya lebih murah dibanding iklan konvensional dengan jangkauan yang jauh lebih luas;
- 3) Interaktif, engaging, dan
- 4) monitoring lebih akurat

YOGYAKARTA, 11 FEBRUARI 2024

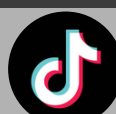
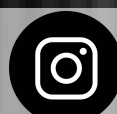
HORMAT KAMI,

MUHAMMAD IQBAL KHATAMI, S.I.KOM, MA (MANAJER PEMANTAU PEMILU KISP)

NARAHUBUNG: +62 81227252121 (IQBAL)



Disusun oleh



@KISP_ID



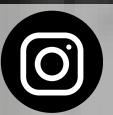
KISP ID



ww.kisp-id-org



mudabicara.id



@MudaBicaraID



Muda Bicara ID