

KAMPANYE PILKADA 2015

(Disarikan dari UU No. 8 tahun 2015 dan PKPU No. 7 tahun 2015)

Pengertian

Kampanye Pemilihan, selanjutnya disebut Kampanye, adalah kegiatan menawarkan visi, misi, dan program Pasangan Calon dan/atau informasi lainnya, yang bertujuan mengenalkan atau meyakinkan pemilih untuk memilih calon pasangan tertentu.

Tujuan Kampanye

Kampanye dilaksanakan sebagai wujud dari pendidikan politik masyarakat yang dilaksanakan secara bertanggung jawab. Pendidikan politik dimaksudkan untuk meningkatkan partisipasi Pemilih dalam Pemilihan.

Prinsip-Prinsip Kampanye

Kampanye dilakukan dengan prinsip; efisien, ramah lingkungan, akuntabel, nondiskriminasi dan tanpa kekerasan.

Kegiatan KAMPANYE Pilkada 2015

1. APK (Alat Peraga Kampanye)

Apakah yang dimaksud APK?

Alat peraga kampanye mencakup semua benda atau bentuk lain yang memuat visi – misi dan program, atau simbol, tanda gambar Pasangan Calon untuk mengajak orang memilih Pasangan Calon tertentu.

Siapakah yang menyiapkan materi, disain hingga pemasangannya?

Disain dan Materi dibuat dan dibiayai oleh tim Pasangan Calon, berdasarkan supervisi KPU Provinsi atau KPU Kabupaten/Kota.

Produksi dan pemasangan termasuk lokasi pemasangan di fasilitasi oleh KPU Provinsi atau KPU Kabupaten/Kota.

Apa sajakah bentuk APK itu?

- baliho/billboard/videotron paling besar ukuran 4 m x 7 m, paling banyak 5 (lima) buah setiap Pasangan Calon untuk setiap kabupaten/kota
- umbul-umbul paling besar ukuran 5 m x 1,15 m, paling banyak 20 (dua puluh) buah setiap Pasangan Calon untuk setiap kecamatan
- spanduk paling besar ukuran 1,5 m x 7 m, paling banyak 2 (dua) buah setiap Pasangan Calon untuk setiap desa atau kelurahan

2. BAHAN KAMPANYE

Apakah yang dimaksud Bahan Kampanye?

Bahan Kampanye mencakup semua benda atau bentuk lain yang memuat visi - misi, program Pasangan Calon, simbol, atau tanda gambar yang disebar untuk keperluan Kampanye.

- Selebaran (flyer) paling besar ukuran 8,25 cm x 21 cm;
- Brosur (leaflet) paling besar ukuran posisi terbuka 21 cm x 29,7 cm, posisi terlipat 21 cm x 10 cm;
- Pamflet paling besar ukuran 21 cm x 29,7 cm;
- Poster paling besar ukuran 40 cm x 60 cm.

Siapakah yang menyiapkan materi dan disain, hingga pencetakannya?

Desain dan materi dibuat dan dibiayai oleh Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota. Selain Visi – Misi dan Program serta tanda gambar/foto pasangan calon, materi juga dapat menampilkan tanda gambar Partai Politik atau Gabungan Partai Politik atau foto pengurus Partai Politik atau Gabungan Partai Politik.

KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota mencetak Bahan Kampanye paling banyak sejumlah kepala keluarga pada daerah Pemilihan untuk setiap Pasangan Calon.

Bahan Kampanye yang sudah di cetak kemudian diserahkan kepada tim Kampanye Pasangan Calon untuk disebarluaskan.

Bolehkah Tim Kampanye Pasangan Calon mencetak Bahan Kampanye selain yang difasilitasi oleh KPU?

Boleh, Bahan Kampanye yang dapat di produksi sendiri meliputi; Kaos, topi, mug, kalender, kartu nama, pin, ballpoint, payung, stiker paling besar ukuran 10 cm x 5 cm.

Apa saja ketentuan lainnya yang mengatur percetakan dan penyebaran bahan kampanye?

Setiap Bahan Kampanye, apabila dikonversikan dalam bentuk uang nilainya paling tinggi Rp. 25.000,00 (dua puluh lima ribu rupiah).

Penyebaran Bahan Kampanye kepada umum dilakukan pada kegiatan kampanye seperti: Pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka dan dialog, dan/atau di tempat umum.

Bahan Kampanye seperti stiker, pamflet atau poster tidak boleh di pasang/tempel pada fasilitas umum seperti; tempat ibadah termasuk halaman rumah sakit atau tempat pelayanan kesehatan, gedung atau fasilitas milik pemerintah, lembaga pendidikan (gedung dan sekolah), jalan-jalan protokol, jalan bebas hambatan, sarana dan prasarana publik, taman dan pepohonan.

3. DEBAT

Debat Publik atau Debat Terbuka adalah salah satu upaya menyebarluaskan profil, visi dan misi serta program kerja pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Walikota dan Wakil Walikota, sehingga pemilih mendapat gambaran yang komprehensif dalam menentukan pilihannya.

Kapan dan berapa kali pelaksanaannya?

Paling banyak 3 (tiga) kali oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota, dalam hal ini waktu pelaksanaan dikoordinasikan bersama tim kampanye masing-masing pasangan calon.

Apa sajakah yang termasuk dalam materi Debat?

Materi debat disusun untuk menggali lebih dalam visi - misi dan Program Kerja Calon

Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota dalam:

- meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- memajukan daerah;
- meningkatkan pelayanan kepada masyarakat;
- menyelesaikan persoalan daerah;
- menyeraskan pelaksanaan pembangunan daerah kabupaten/kota dan provinsi dengan nasional;
- memperkokoh Negara Kesatuan Republik Indonesia dan kebangsaan.

Siapa sajakah yang terlibat dalam penyusunan materi debat dan pemilihan moderator?

Dalam menentukan tema serta menyusun materi debat KPU mendapat masukan dari Panelis yang terdiri dari pakar dari kalangan profesional dan akademisi. Panelis dapat memberikan usulan moderator atau diusulkan menjadi moderator.

Moderator kemudian dipilih dan ditetapkan oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota dari kalangan profesional dan akademisi yang mempunyai integritas, jujur, simpatik, dan tidak memihak kepada salah satu calon.

Dalam proses penetapan tema serta Moderator KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota berkoordinasi dan mendapat persetujuan dari setiap tim kampanye pasangan calon.

Bagaimanakah Metode Pelaksanaan Debat?

Metode debat menggunakan format Kandidat Moderator. Debat dilaksanakan maksimal berdurasi 90 menit dan 30 menit untuk jeda iklan. Penayangan Iklan wajib menyertakan iklan layanan masyarakat terkait pemilu.

Debat terdiri dari beberapa babak (4-6 Babak) terdiri dari pemaparan visi-misi dan program yang diusung terkait tema, pertanyaan dari moderator terkait tema dan tanya-jawab/pernyataan sanggahan antara pasangan calon.

Moderator memiliki peran penting untuk menjaga keberimbangan kesempatan bagi tiap-

tiap pasangan calon dari segi waktu dan bobot pertanyaan.

Debat digelar di ruang tertutup yang mampu menampung tamu dan pendukung setiap pasangan calon. Tim Kampanye bertanggung jawab menjaga ketertiban masing-masing tim pendukung.

Bagaimanakah aturan penyiaran Debat?

Debat disiarkan melalui: Lembaga Penyiaran Publik dan atau Lembaga Penyiaran Swasta. Dalam hal debat publik atau debat terbuka tidak dapat disiarkan secara langsung karena keterbatasan frekuensi, debat dapat disiarkan secara tunda pada masa Kampanye. Debat publik atau debat terbuka juga dapat disiarkan ulang selama masa Kampanye.

Stasiun televisi penyelenggara penyiaran Debat wajib menyediakan *clean feed*, sebagai materi relay bagi stasiun televisi lainnya, dalam upaya menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Dalam penyiaran debat, sangat penting menjaga keberimbangan bagi masing-masing pasangan calon, baik dalam pengambilan gambar hingga penayangannya. Tidak boleh ada pasangan calon yang dirugikan.

4. IKLAN KAMPANYE

Iklan Kampanye memuat informasi mengenai visi - misi, program, tanda gambar/foto atau audio visual pasangan calon, Partai Politik atau Gabungan Partai Politik atau pengurus Partai Politik atau Gabungan Partai Politik. Iklan dapat berisi pesan ajakan atau meyakinkan calon pemilih untuk memilih pasangan calon tertentu.

Apa saja bentuk Materi Iklan Kampanye?

Tulisan, Suara, Gambar, yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, serta yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan.

Apa saja yang di fasilitasi KPU terkait Iklan Kampanye?

KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota memfasilitasi penayangan Iklan pada:

- Media massa cetak
- Media massa elektronik, yaitu televisi dan radio
- Lembaga penyiaran; dalam bentuk iklan komersial atau iklan layanan masyarakat

KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota menentukan dan menetapkan jumlah penayangan dan ukuran atau durasi Iklan Kampanye untuk setiap Pasangan Calon.

KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota wajib memberikan kesempatan dan alokasi ruang/waktu yang sama dan berimbang kepada setiap Pasangan Calon dalam menetapkan jadwal Penayangan.

Siapakah yang memproduksi materi iklan?

Materi Iklan Kampanye dibuat dan dibiayai oleh Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye sesuai dengan ukuran atau durasi yang telah ditentukan oleh KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota sesuai pertauran dan etika periklanan.

Kapankah masa penayangan Iklan?

Penayangan Iklan Kampanye dilaksanakan selama 14 hari sebelum masa tenang.

Kegiatan	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Kampanye	Mulai 27 Agt				Sampai 5 Des
Masa Tenang					6-8 Des
Iklan Kampanye				22/Nov – 5/Des	

Berpakah Durasi dan Frekuensi Penayangan iklan kampanye?

A. Cetak

Jumlah iklan kampanye yang dapat di muat di media cetak maksimal selebar satu halaman, pada setiap edisi 14 hari sebelum masa tenang (ukuran dan frekuensi menyesuaikan ketersediaan anggaran serta tarif iklan media cetak yang berlaku)

Iklan pasangan calon dapat dimuat bersamaan dalam satu halaman di episode yang sama atau atau saling bergantian di episode berikutnya.

Penentuan ukuran dan frekuensi iklan harus memenuhi prinsip keterbukaan serta keberimbangan bagi semua pasangan calon.

Catatan: Ukuran halaman standar Koran: 330.5 mm x 550 mm, ukuran halaman, standar tabloid: 290 mm x 420 mm, ukuran halaman standar majalah: 210.5 mm x 270,5 mm.

B. Televisi

Jumlah penayangan Iklan Kampanye di televisi untuk setiap Pasangan Calon, paling banyak kumulatif 10 spot, berdurasi paling lama 30 detik, untuk setiap stasiun televisi, setiap hari selama masa penayangan Iklan Kampanye.

Penentuan alokasi, frekuensi penayangan serta jadwal (*placement*) ditentukan dengan memenuhi prinsip keterbukaan dan keberimbangan bagi pasangan calon.

C. Radio

Jumlah penayangan Iklan Kampanye di radio untuk setiap Pasangan Calon, paling banyak 10 spot, berdurasi paling lama 60 detik, untuk setiap stasiun radio, setiap hari selama masa penayangan Iklan Kampanye.

Penentuan alokasi, frekuensi penyiaran serta jadwal (*placement*) ditentukan dengan memenuhi prinsip keterbukaan dan keberimbangan bagi pasangan calon.

Bagaimanakah pengaturan penayangan Iklan Layanan Masyarakat non-partisan?

Media massa elektronik dan lembaga penyiaran menyiarkan Iklan Kampanye layanan masyarakat non-partisan paling sedikit satu kali dalam sehari dengan durasi 60 detik.

Iklan Kampanye layanan masyarakat dapat diproduksi sendiri oleh media massa cetak, lembaga penyiaran atau dibuat oleh pihak lain.

Jumlah waktu tayang Iklan Kampanye layanan masyarakat tidak termasuk jumlah tayangan Iklan Kampanye yang difasilitasi oleh KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota.

Bagaimanakah Pengaturan Iklan Kampanye komersial atau yang tidak di fasilitasi KPU?

Media massa cetak, media massa elektronik dan lembaga penyiaran dilarang menayangkan Iklan kampanye komersial selain yang difasilitasi oleh KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota.

Media massa cetak, media massa elektronik dan lembaga penyiaran yang memuat dan menayangkan Iklan Kampanye komersial atau layanan masyarakat wajib mematuhi kode etik periklanan.

5. PERTEMUAN TERBATAS

Adalah pertemuan dengan jumlah audiens terbatas di dalam ruangan atau gedung tertutup. Yang diselenggarakan dan dibiayai oleh pasangan calon/tim kampanye.

Jumlah peserta disesuaikan dengan kapasitas ruangan, maksimum:

- a. 2.000 orang untuk tingkat provinsi;
- b. 1.000 orang untuk tingkat kabupaten/kota.

Undangan kepada peserta harus memuat informasi mengenai hari, tanggal, jam, tempat kegiatan, nama pembicara, dan penanggung jawab.

Petugas Kampanye pertemuan terbatas dan tamu undangan hanya dibenarkan membawa atau menggunakan:

- nomor urut dan foto Pasangan Calon;
- tanda gambar Partai Politik atau Gabungan Partai Politik yang mengusulkan Pasangan Calon
- umbul-umbul/ atribut Pasangan Calon.

6. PERTEMUAN TATAP MUKA DAN DIALOG

Adalah pertemuan tatap muka disertai dialog secara interaktif. Pertemuan ini dapat dilaksanakan didalam atau diluar ruangan dengan ketentuan:

- Jumlah peserta tidak melampaui kapasitas tempat duduk
- Peserta dapat terdiri atas peserta pendukung dan tamu undangan.

Pertemuan tatap muka dan dialog yang dilaksanakan diluar ruangan dapat dilaksanakan dalam bentuk kegiatan kunjungan ke pasar, tempat tinggal warga, komunitas warga atau tempat umum lainnya.

Petugas Kampanye pertemuan tatap muka dan dialog dapat memasang Alat Peraga Kampanye di halaman gedung atau tempat pertemuan

Hal-hal lain apa saja yang perlu diperhatikan Tim Kampanye dalam menyelenggarakan Pertemuan Terbatas atau Pertemuan Tatap Muka dan Dialog?

Tim Kampanye pertemuan terbatas dan pertemuan tatap muka dan dialog wajib menyampaikan pemberitahuan tertulis kepada aparat Kepolisian Negara Republik Indonesia setempat, dengan tembusan disampaikan kepada KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota, Bawaslu Provinsi, dan/atau Panwas Kabupaten/Kota sesuai tingkatannya.

Pemberitahuan tertulis mencakup informasi: Hari, tanggal, waktu, tempat, nama pembicara; jumlah peserta yang diundang dan penanggung jawab.

7. RAPAT UMUM

Rapat umum dilaksanakan pasangan calon dan tim kampanye di lapangan, stadion, alun-alun atau tempat terbuka lainnya, dengan jumlah pendukung dan undangan yang dengan menyesuaikan kapasitas tempat.

Kapankah pelaksanaan Rapat Umum?

Rapat umum diadakan pada masa kampanye pukul 09.00 waktu setempat dan berakhir paling lambat pukul 18.00 waktu setempat dengan menghormati hari dan waktu ibadah di Indonesia.

Berapa kalikah rapat umum paling banyak dapat dilaksanakan?

- 2 (dua) kali untuk Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur
- 1 (satu) kali untuk Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati atau Walikota dan Wakil Walikota.

KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota berkoordinasi dengan Tim Kampanye terkait hari/tanggal pelaksanaan.

Hal-hal apa sajakah yang perlu diperhatikan Pasangan Calon dan Tim Kampanye?

Petugas Kampanye wajib memerhatikan daya tampung lokasi penyelenggaraan rapat umum.

Petugas Kampanye rapat umum dari setiap Pasangan Calon wajib menunjuk 1 (satu) orang atau lebih dari anggotanya sebagai koordinator lapangan.

Petugas Kampanye bertanggung jawab atas kelancaran, keamanan dan ketertiban peserta Kampanye pada saat keberangkatan dan/atau kepulangan dari tempat Kampanye.

Petugas dan peserta Kampanye dilarang membawa atau menggunakan tanda gambar, simbol-simbol, panji, pataka, dan/atau bendera yang bukan tanda gambar atau atribut lain dari Pasangan Calon yang bersangkutan.

Peserta Kampanye yang menghadiri Kampanye rapat umum dengan menggunakan kendaraan bermotor secara rombongan atau konvoi, dalam keberangkatan dan kepulangannya dilarang:
- melakukan pawai kendaraan bermotor; dan
- melanggar peraturan lalu lintas.

Partai Politik atau Gabungan Partai Politik yang mengusulkan Pasangan Calon dapat mengikutsertakan personil satuan tugas atau sebutan lainnya.

Partai Politik atau Gabungan Partai Politik wajib mendaftarkan satuan tugas kepada KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota sesuai dengan tingkatannya paling lambat 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan Kampanye.

Personil satuan tugas wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

Dilarang menggunakan seragam mirip Tentara Nasional Indonesia atau Kepolisian Negara Republik Indonesia;

Dilarang menyimpan dan/atau membawa senjata api dan senjata tajam;

Membantu Kepolisian Negara Republik Indonesia dalam menjaga ketertiban dan keamanan Kampanye.

8. KEGIATAN KAMPANYE LAINNYA

Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye melaksanakan kegiatan lain dalam bentuk:

- rapat umum, dengan jumlah terbatas;
- kegiatan kebudayaan (pentas seni, panen raya, konser musik);
- kegiatan olahraga (gerak jalan santai, sepeda santai);
- kegiatan sosial (bazar, donor darah, perlombaan, hari ulang tahun); dan/atau
- kampanye melalui media sosial.

Bagaimanakah Pengaturan Kegiatan Kampanye Melalui Media Sosial?

Kampanye pada media sosial dilakukan oleh Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye melalui pemanfaatan jejaring sosial media di internet. Dalam Kegiatan ini akun resmi sosial media digunakan untuk keperluan kampanye selama masa kampanye.

Perluakah Paslon/Tim Kampanye melaporkan Akun Sosial Media resminya?

Pasangan Calon wajib mendaftarkan akun resmi di media sosial kepada KPU Provinsi dan atau KPU Kabupaten/Kota sesuai tingkatannya, dengan mengisi formulir BC4-KWK paling lambat 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan Kampanye. Formulir juga dilampirkan kepada Bawaslu/Panwaslu dan Kepolisian sesuai tingkatannya.

Seperti apakah materi kampanye dalam media sosial itu?

Materi Kampanye dalam media sosial dapat berupa: tulisan, suara dan gambar yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, serta yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan.

Desain menyesuaikan dengan template dan fitur yang tersedia dalam aplikasi sosial media yang digunakan.

Kapan dan berapa lama kampanye dalam sosial media dapat dilakukan?

Selama masa kampanye. Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye **wajib menutup akun resmi** di media sosial paling lambat 1 (satu) hari setelah masa Kampanye berakhir.

PEMBERITAAN DAN PENYIARAN KAMPANYE

Pemberitaan dan penyiaran kampanye bertujuan untuk menyampaikan berita terkait kegiatan Kampanye Pasangan Calon kepada masyarakat.

Jenis media apa sajakah yang dapat digunakan?

Pemberitaan dan penyiaran Kampanye dapat dilakukan melalui media massa cetak, media massa elektronik dan lembaga penyiaran sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Apa sajakah yang perlu diperhatikan oleh penyelenggara media dalam menyiarkan kampanye?

Media massa cetak, media massa elektronik dan lembaga penyiaran dalam memberitakan dan menyiarkan kegiatan Kampanye dengan mematuhi kode etik jurnalistik, etika penyiaran dan peraturan perundang-undangan.

Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, dan lembaga penyiaran berlangganan memberikan alokasi waktu yang sama dan memperlakukan secara berimbang dalam memberitakan dan menyiarkan kegiatan Kampanye Pasangan Calon.

Media massa cetak, media massa elektronik dan lembaga penyiaran yang menyediakan rubrik khusus untuk pemberitaan kegiatan Kampanye harus berlaku adil dan berimbang kepada seluruh Pasangan Calon.

Bagaimana halnya dengan Lembaga Penyiaran Komunitas?

Pasangan Calon dilarang memanfaatkan lembaga penyiaran komunitas untuk kepentingan Kampanyenya

Lembaga penyiaran komunitasnya dapat menyiarkan proses Pemilihan sebagai bentuk layanan kepada masyarakat.

Apa sajakah bentuk penyiaran kampanye?

Penyiaran Kampanye dilakukan oleh lembaga penyiaran dalam bentuk siaran:

- monolog
- dialog yang melibatkan suara dan/atau gambar;
- pemirsa atau suara pendengar; dan/atau
- jajak pendapat.

Narasumber penyiaran monolog dan dialog wajib mematuhi kode etik jurnalistik, etika penyiaran dan peraturan perundang-undangan.

Siaran monolog dan dialog yang diselenggarakan oleh lembaga penyiaran dapat melibatkan masyarakat melalui telepon, layanan pesan singkat, surat elektronik, dan/atau faksimili.

Tata cara penyelenggaraan siaran monolog dan dialog diatur bersama-sama dengan Komisi Penyiaran Indonesia.

Larangan Pemblokiran Segmen untuk Penyiaran Kampanye

Media massa cetak, media massa elektronik dan lembaga penyiaran **dilarang**:

- menjual pemblokiran segmen;
- pemblokiran waktu untuk Kampanye; dan/atau
- menerima menerima program sponsor dalam format atau segmen apapun yang dapat dikategorikan sebagai Iklan Kampanye.

Catatan:

Pemblokiran segmen adalah kolom pada media massa cetak, sub- acara pada media massa elektronik dan lembaga penyiaran yang digunakan untuk pemberitaan bagi publik.

Pemblokiran waktu, adalah hari dan tanggal penerbitan media massa cetak, elektronik dan jam tayang pada lembaga penyiaran yang digunakan untuk pemberitaan bagi publik.

Media massa cetak dan elektronik menyediakan halaman dan waktu yang **adil dan berimbang** untuk pemuatan berita dan wawancara untuk setiap Pasangan Calon.

Selama masa tenang media massa cetak, elektronik dan lembaga penyiaran, dilarang menyiarkan iklan, rekam jejak Pasangan Calon, atau bentuk lainnya yang mengarah kepada kepentingan Kampanye yang menguntungkan atau merugikan Pasangan Calon.

Siapakah yang melakukan pengawasan pemberitaan, penyiaran & iklan kampanye?

Komisi Penyiaran Indonesia atau Dewan Pers melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran dan Iklan Kampanye yang dilakukan oleh lembaga penyiaran atau media massa cetak dan media massa elektronik.

Dalam hal terdapat bukti pelanggaran atas ketentuan, Komisi Penyiaran Indonesia atau Dewan Pers menjatuhkan sanksi sesuai dengan kewenangan yang dimiliki oleh Komisi Penyiaran Indonesia atau Dewan Pers sebagaimana diatur dalam peraturan perundang- undangan tentang penyiaran atau pers.

PENYELENGGARA DAN STAKEHOLDER KAMPANYE PILKADA 2015

A. Penyelenggara

Pasangan Calon, LO (Liaison Officer) yang menjadi penghubung antara Tim Kampanye Pasangan Calon dengan KPU Provinsi datau KPU Kabupaten Kota.

KPU sebagai fasilitator pelaksanaan Kampanye Bawaslu/Panwaslu sebagai pengawas dan rekomendasi mekanisme sanksi terhadap pelanggaran yang terjadi

B. Stakeholder (Pemangku Kepentingan) dalam Penyelenggaraan Kampanye

TNI dan Kepolisian Republik Indonesia, terkait keamanan dan ketertiban penyelenggaraan kampanye Pilkada 2015 sesuai tingkatannya.

Pakar dan/atau akademisi, terkait penyusunan materi dan format debat dan pemilihan moderator debat antar pasangan calon.

Lembaga Penyiaran, terkait pemberitaan, penyiaran dan penayangan iklan kampanye Pilkada 2015.

Komisi Penyiaran Indonesia terkait pengawasan dan rekomendasi sanksi atas pelanggaran

dalam penyiaran dan penayangan iklan kampanye Pilkada 2015.

Pemerintah, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, perangkat kecamatan, dan perangkat desa atau sebutan lain/kelurahan, terkait penggunaan fasilitas umum untuk penyampaian materi Kampanye.

HAL-HAL PENTING LAINNYA YANG PERLU DI LAKUKAN DAN DIKOORDINASIKAN ANTARA PENYELENGGARA, PENGAWAS DAN PEMANGKU KEPENTINGAN PADA KAMPANYE PILKADA 2015

- Rapat KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota dengan Tim Kampanye Paslon untuk menyepakati alur koordinasi yang dianggap paling efektif.
- Tim Kampanye untuk menunjuk LO dari masing-masing paslon, agar alur informasi yang masuk melalui satu pintu.
- Menyusun Jadwal Kampanye, untuk kemudian di bahas dan disepakati bersama tim Kampanye.
- Sosialisasi Mekanisme Kampanye termasuk larangan dan sanksi sesuai peraturan perundang-undangan (UU No.8 tahun 2015 dan PKPU No.7 tahun 2015)
- Membahas pengadaan materi Kampanye, pemasangan dan penyebarannya, sehingga tim kampanye memahami alur dan pola kerja pengadaan sehingga tim Kampanye dapat menyediakan materi agar produksi berjalan tepat pada waktunya.
- Membahas jadwal *Media Placement*: Koordinasi frekuensi dan waktu penayangan serta tarif Iklan Kampanye & Layanan Masyarakat.
- Menetapkan format desain dan materi kampanye untuk APK, bahan kampanye, iklan dan lain sebagainya.
- Menyusun dan menetapkan materi dan disain debat calon pasangan.
- Koordinasi Penyelenggaraan Kampanye melalui kegiatan lainnya; Rapat Umum, Tatap Muka/Dialog, kegiatan kebudayaan, olah raga, pemanfaatan sosial media dan lain sebagainya.
- Koordinasi lainnya seperti waktu dan jadwal pelaksanaan termasuk lokasi kegiatan.