



“

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat bukan hanya menerima informasi terkait kampanye politik dari media massa arus utama, melainkan juga media sosial. Di masyarakat perkotaan yang infrastruktur telematika sudah memadai, informasi di media sosial lebih banyak dikonsumsi oleh warga, utamanya kaum muda.

TENTANG BUKU SAKU PANDUAN PEMANTAUAN

Buku saku panduan pemantauan kampanye pilpres 2019 ini dibuat untuk memudahkan kegiatan pemantauan kampanye yang dilakukan oleh para relawan di Jakarta, Banjarmasin, dan Makassar.

Buku saku panduan ini berisi panduan tentang objek pemantauan, media yang dipantau, teknik pemantauan, teknik mengunggah di website dan protokol komunikasi antara pemantau dan koordinator program.

Buku saku pemantauan ini juga akan menjadi bahan pelatihan bagi relawan sebelum melakukan pemantauan. Buku panduan pemantauan ini harus dipahami oleh para relawan sebelum melakukan pemantauan.

Panduan ini merupakan dokumen tumbuh. Saran dan masukan berdasarkan dinamika pemantauan di lapangan sangat diperlukan bagi penyempurnaan buku saku pemantauan ini.

2

KONSEP UMUM

Pemilihan presiden (pilpres) 2019 berbeda dengan pilpres di tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 pilpres digelar bersamaan dengan pemilihan legislative (pileg). Disatukannya pilpres dan pileg akan memposisikan capres untuk diasosiasikan dengan parpol dan caleg pengusungnya guna mendongkrak suara.

Konsekuensinya tentu saja pada model kampanye parpol dan caleg di media massa dan juga media sosial. Di Indonesia media massa arus utama selain terkonsentrasi di Jakarta juga terkonsentrasi pada segelintir pemilik modal. Sebagian para pemilik modal yang menguasai media adalah politikus yang aktif di partai politik. Dengan realitas peta penguasaan media massa arus utama di Indonesia, potensi penyelewengan terhadap cara berkampanye di media massa arus utama terbuka lebar. Untuk itulah pemantauan kampanye pilpres di media massa menemukan relevansinya.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat bukan hanya menerima informasi terkait kampanye politik dari media massa arus utama, melainkan juga media sosial. Di masyarakat perkotaan yang infrastruktur telematika sudah memadai, informasi di media sosial lebih banyak dikonsumsi oleh warga, utamanya kaum muda.

Persoalannya kemudian adalah di media sosial, semua orang bisa memproduksi dan menyebarkan informasi tanpa melalui proses

editorial seperti di media massa arus utama. Bila di media arus utama, yang informasinya melalui proses editorial, masih memungkinkan munculnya disinformasi apalagi di media sosial yang proses editorial tidak pernah ada.

Belajar dari pilpres 2014 dan juga pilkada DKI 2017, media sosial menjadi media kampanye bagi para pendukung capres dan cagub DKI. Bahkan konten kampanye para pendukung itu di media sosial bukan saja terkait dengan hoax namun juga penuh dengan kebencian yang didasarkan pada stigma berdasarkan perbedaan suku, agama, ras dan etnik. Bahkan tak jarang pula konten kampanye para pendukung kandidat di media massa juga melecehkan perempuan dan bias gender. Dalam konteks inilah kemudian pemantauan kampanye capres di media sosial menjadi relevan.

OBJEK PEMANTAUAN

Objek pemantauan kampanye capres di media yang digelar SatuDunia adalah terkait dua hal. Pertama, konten kampanye. Kedua, biaya iklan.

III.1. Konten Kampanye

Konten yang dipantau dalam pemantauan ini adalah konten yang terkait dengan isu:

a. Keberagaman

Keberagaman suku, agama, ras dan etnik (SARA) di adalah sebuah keniscayaan di Indonesia. Namun, tak jarang perbedaan SARA ini dieksploitasi untuk mendulang keuntungan politik.

Pemantau akan memantau seberapa banyak frekuensi kampanye capres yang mengangkat isu keberagaman di media massa arus utama dan media sosial.

Konten yang termasuk dalam kategori isu keberagaman dalam kampanye capres adalah bila konten kampanye tersebut mempromosikan atau justru mencederai keberagaman (seperti misalnya, menyudutkan kelompok agama, suku dan etnik tertentu di masyarakat atau menggunakan sentiment agama untuk menyudutkan lawan politik).

b. Perempuan

Perempuan bukan hanya sering mengalami diskriminasi tapi juga disingkirkan dalam kancah ekonomi-politik. Tak jarang diskriminasi dan penyingkiran perempuan dalam politik dimulai justru dari konten kampanye politik di media massa.

Pemantau akan memantau seberapa banyak frekuensi kampanye capres yang mengangkat isu perempuan di media massa arus utama dan media sosial.

Konten yang termasuk dalam kategori isu perempuan dalam kampanye capres adalah bila konten kampanye tersebut mempromosikan kesetaraan gender, keselamatan dan kesehatan perempuan atau justru mengecam kesetaraan gender (seperti misalnya, pesan yang menyatakan bahwa perempuan lebih cocok berperan di wilayah domestik).

c. Demokrasi dan HAM

Demokrasi dan Hak Asasi Manusia (HAM), seperti dua keping mata uang. Tidak ada demokrasi tanpa perlindungan, pemenuhan dan penghormatan terhadap HAM.

Pemantau akan memantau seberapa banyak frekuensi kampanye capres yang mengangkat isu Demokrasi dan HAM di media massa arus utama dan media sosial.

Konten yang termasuk dalam kategori isu demokrasi dan HAM dalam kampanye capres adalah bila konten kampanye tersebut mempromosikan pemenuhan, perlindungan dan penghormatan HAM (seperti misalnya, pesan kampanye yang menyatakan perlunya menyelesaikan pelanggaran HAM masa lalu) atau justru pesan yang menentang penegakan HAM (misalnya, pesan yang menyatakan bahwa penyelesaian pelanggaran HAM masa lalu tidak penting.

d. Pekerjaan/Buruh

Pekerjaan adalah persoalan penting di masyarakat. Tanpa adanya pekerjaan perekonomian di sebuah negara akan lumpuh. Namun, tersedianya lapangan kerja tidak serta merta meningkatkan taraf kesejahteraan kaum buruh.

Pemantau akan memantau seberapa banyak frekuensi kampanye capres yang mengangkat isu pekerjaan dan atau buruh di media massa arus utama dan media sosial.

Konten yang termasuk dalam kategori isu pekerjaan dan atau buruh dalam kampanye capres adalah bila konten kampanye tersebut menjanjikan tersedianya lapangan pekerjaan, revisi UU Ketenagakerjaan, mempromosikan pemenuhan, perlindungan dan penghormatan hak-hak buruh (termasuk buruh migran dan pembantu rumah tangga), buruh asing dsb.

e. Lingkungan Hidup.

Seiring dengan meningkatnya laju investasi, industrialisasi dan pertumbuhan ekonomi, seringkali mengorbankan keberlanjutan lingkungan hidup. Kehancuran lingkungan hidup ini pada akhirnya akan melululantakan ‘prestasi’ yang dicapai oleh meningkatnya investasi, industrialisasi dan pertumbuhan ekonomi.

Pemantau akan memantau seberapa banyak frekuensi kampanye capres yang mengangkat isu lingkungan hidup di media massa arus utama dan media sosial.

Konten yang termasuk dalam kategori isu lingkungan hidup dalam kampanye capres adalah mempromosikan perlindungan lingkungan hidup dan pencegahan serta adaptasi perubahan iklim.

III.2. Frekuensi Kemunculan dan Biaya Iklan Kampanye Capres di Media Massa

Biaya iklan kampanye di media massa bisa menjadi pintu masuk seberapa besar biaya yang dikeluarkan dalam kampanye. Perbandingan biaya iklan kampanye di media massa dengan laporan dana kampanye yang secara resmi dilaporkan ke penyelenggara pemilu menjadi indikasi sejauh mana keterbukaan dana kampanye pasangan capres dilakukan.

Masa kampanye dibagi dua, yaitu masa kampanye tanpa iklan di media massa dan masa kampanye dengan iklan di media massa. Masa

kampanye tanpa iklan di media massa berlangsung sejak September 2018 hingga Maret 2019. Masa kampanye dengan iklan di media massa berlangsung selama 21 hari di bulan Maret-April 2019.

Pada masa kampanye dengan iklan di media massa, para pemantau akan memantau jumlah atau frekuensi kemunculan iklan dan biaya iklan kampanye kandidat di televisi dan media cetak. Sebagai contoh, pemantauan terhadap jumlah kemunculan iklan capres dilakukan karena berdasarkan aturan PKPU, iklan capres hanya boleh muncul 10 kali per hari per stasiun televisi. Sementara untuk kemunculan iklan di media cetak, pemantauan akan menghitung akumulasi luas ruas iklan yang digunakan per hari.

Pemantau juga akan memilah 2 sumber pendanaan kampanye. Berdasarkan PKPU 2018, Komisi Pemilihan Umum akan mendanai sejumlah slot iklan di media massa. Lalu, koalisi partai pendukung capres dipersilakan juga untuk beriklan dengan dananya sendiri dengan jumlah yang sudah diatur.

Pada masa kampanye tanpa iklan di media massa, pemantau mengawasi kemunculan iklan terselubung seperti dalam *talk show* atau liputan khusus. Cuma, pengawasan ini hanya menghitung jumlah dan durasi kemunculan, tidak menghitung biayanya karena asumsi bahwa biayanya, kalau memang ada, ditentukan di bawah tangan, sehingga tidak dapat divalidasi sebagai data di website iklancapres.



“

Pemilihan televisi dan media cetak yang dipantau didasarkan sejumlah pertimbangan yang relevan dengan kerja pemantauan iklan capres, media tersebut merupakan media arus utama di ketiga kota, yaitu Jakarta, Makassar, dan Banjarmasin.

4

MEDIA YANG DIPANTAU

Media yang dipantau terdiri dari media massa dan media sosial. Untuk media massa, pemilihan televisi dan media cetak yang dipantau tentunya didasarkan sejumlah pertimbangan yang relevan dengan kerja pemantauan iklan capres. Secara umum, media tersebut merupakan media arus utama di ketiga kota, yaitu Jakarta, Makassar, dan Banjarmasin.

Khusus televisi, prioritas utamanya adalah televisi berita dan kecenderungan partisannya. Contohnya, Metrotv dimiliki oleh Surya Paloh yang juga Ketua Umum Partai Nasdem yang mendukung Joko Widodo. Khusus media cetak, prioritas utamanya adalah media paling terkemuka di masing-masing tiga kota tersebut.

Pemilihan media televisi dan media cetak di setiap daerah tentunya melibatkan mitra pemantau di daerah, dalam hal ini Walhi Kalsel (Banjarmasin/Banjarbaru) dan Jurnal Selebes (Makassar).

Untuk media sosial, akun yang dipantau merupakan akun resmi (official account) koalisi partai pengusung capres 2019. Jenisnya adalah Twitter, Instagram, dan Facebook. Saluran resmi Youtube koalisi pengusung juga akan dipantau.

IV.1. Penyiapan Material

Material iklan yang akan diupload sebagai data iklan capres mempunyai tiga format berdasarkan jenis media yang dipilih yaitu:

f. Format Video

Video digunakan untuk iklan yang tayang di media televisi, video yang disupport berupa video berformat MP4 atau yang lainnya, namun demikian disarankan untuk menggunakan format MP4

g. Format Photo

Photo dipergunakan untuk pencatatan pada media cetak, photo yang diperbolehkan untuk diupload adalah photo dengan format JPG, GIF atau PNG namun disarankan menggunakan format JPG.

Daftar Media Massa yang dipantau

	Televisi	Media Cetak
Jakarta	1. Metrotv 2. Tvone 3. Berita Satu 4. Kompas TV 5. iNews 6. TransTV 7. Trans 7 8. Indosiar 9. SCTV 10. MNC TV	1. Kompas 2. Media Indonesia 3. Sindo 4. Republika 5. Tempo
Banjarmasin	1. Banjar TV 2. Duta TV 3. TVRI Banjarmasin	1. Banjarmasin Post 2. Radar Banjarmasin
Makassar	Makassar TV Fajar TV Celebes TV	1. Harian Fajar 2. Harian Tribun Timur

Beberapa hal yang perlu diperhatikan mengapa harus dipersiapkan raw material iklan berupa video, audio atau gambar adalah sebagai berikut:

Harus dilakukan *converting* terlebih dahulu untuk video-video yang berhasil dipotong sebagai bahan untuk di *upload*, hal ini dilakukan untuk lebih memperkecil ukuran file dan penyeragaman format, ukuran file yang kecil akan sangat mempercepat proses *uploading* data apalagi pada lokasi atau kota yang tidak mempunyai bandwidth besar.

Selain Video, audio juga baiknya dilakukan *convert* walaupun tidak harus mengingat ukuran filenya tidak sebesar video, pun begitu dengan media gambar.

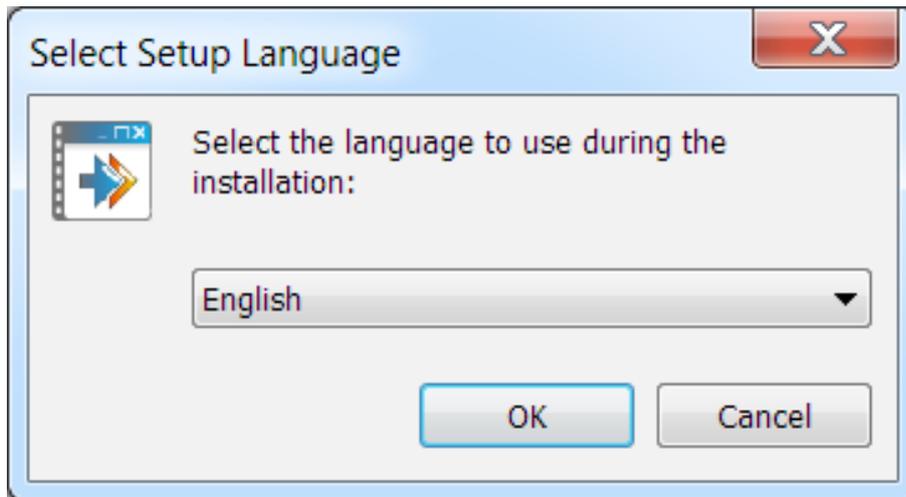
Walaupun dilakukan proses *converting*, pastikan materi iklan berupa gambar, audio dan video tetap menjaga kualitas dengan batas minimum adalah tetap dapat dibaca, ditonton dengan baik ataupun didengar baik untuk format audio.

h. Converting Video

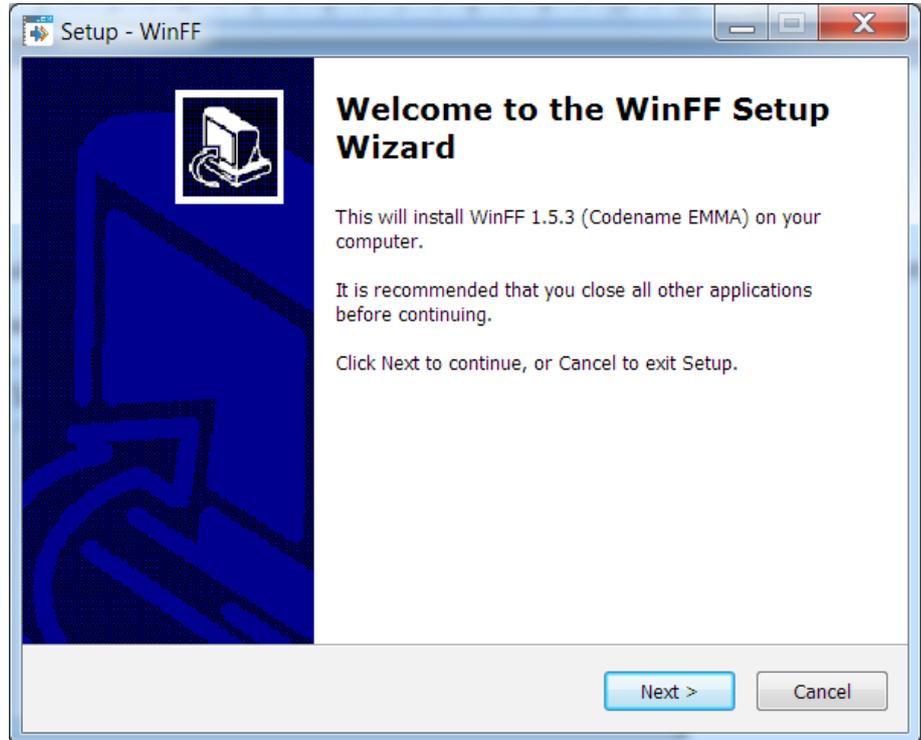
Sebelum melakukan *converting* video, ada baiknya kita mengenal dan terlebih dahulu mendownload kemudian menginstall dikomputer observer. Dalam manual ini tools yang digunakan adalah FFMPEG versi Windows atau sering disebut sebagai WinFF

WinFF dapat didownload di <http://www.winff.org>, dan bisa langsung diinstall ke komputer anda karena bersifat gratis dan opensource. Download dan simpan dikomputer anda kemudian install dengan tahapan sebagai berikut:

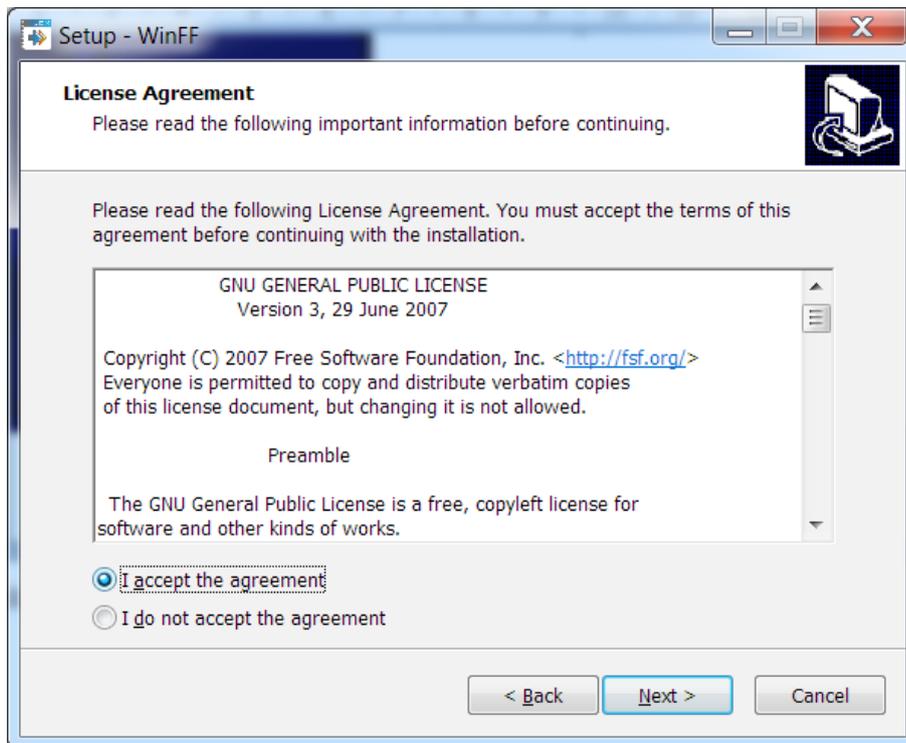
- Buka folder dimana file Installasi WinFF disimpan, kemudian *doubleklik* untuk menjalankan proses installasi.
- Pilih bahasa sebelum melakukan installasi pada dialogbox diatas kemudian klik OK



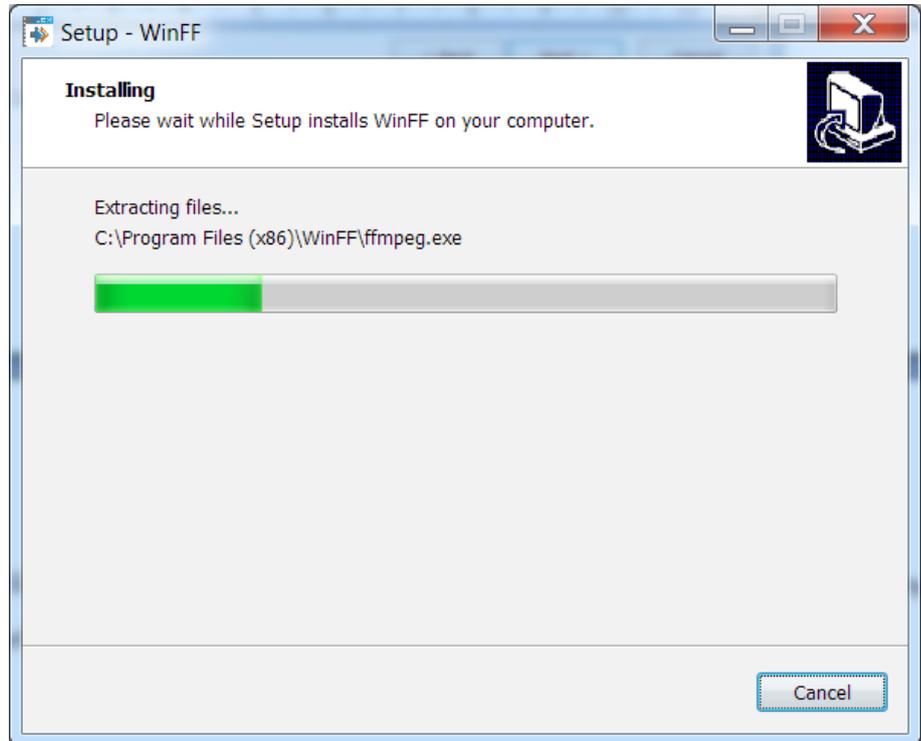
- Pilih next pada tahapan ini



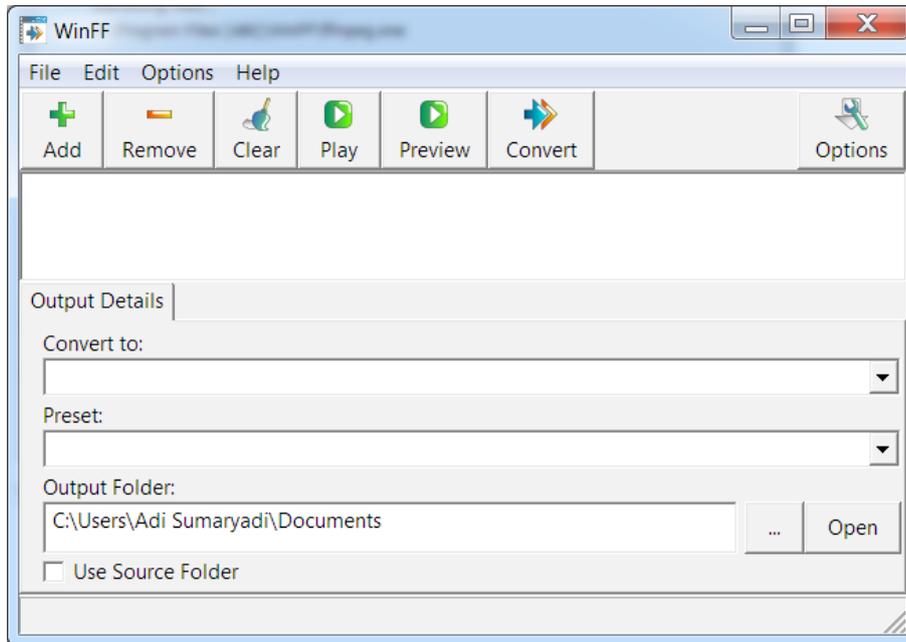
- Pilih *I Accept the agreement* kemudian lanjutkan ke tahap-tahap selanjutnya secara default dengan memilih tombol Next.



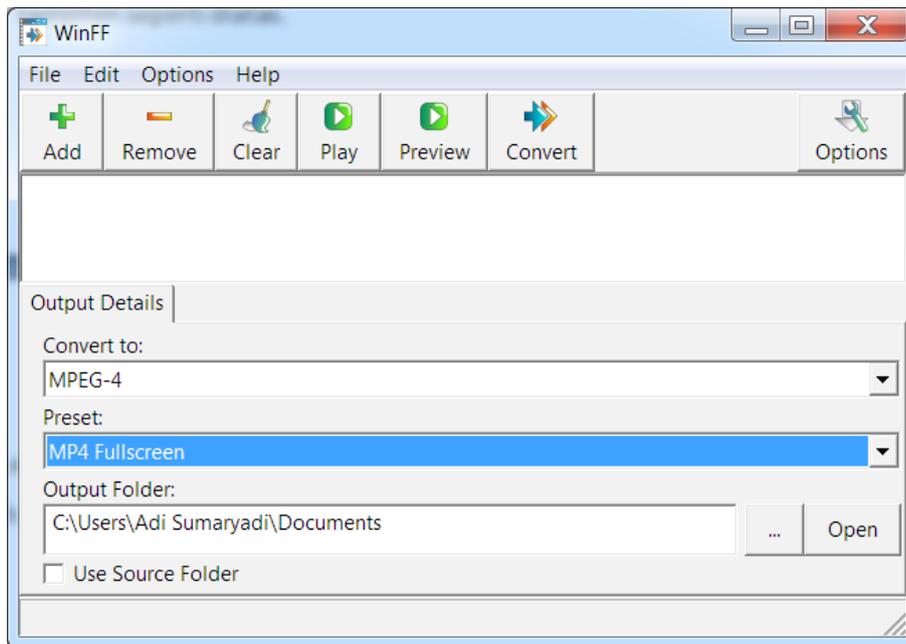
- Tunggu proses instalasi selesai sampai WinFF siap digunakan



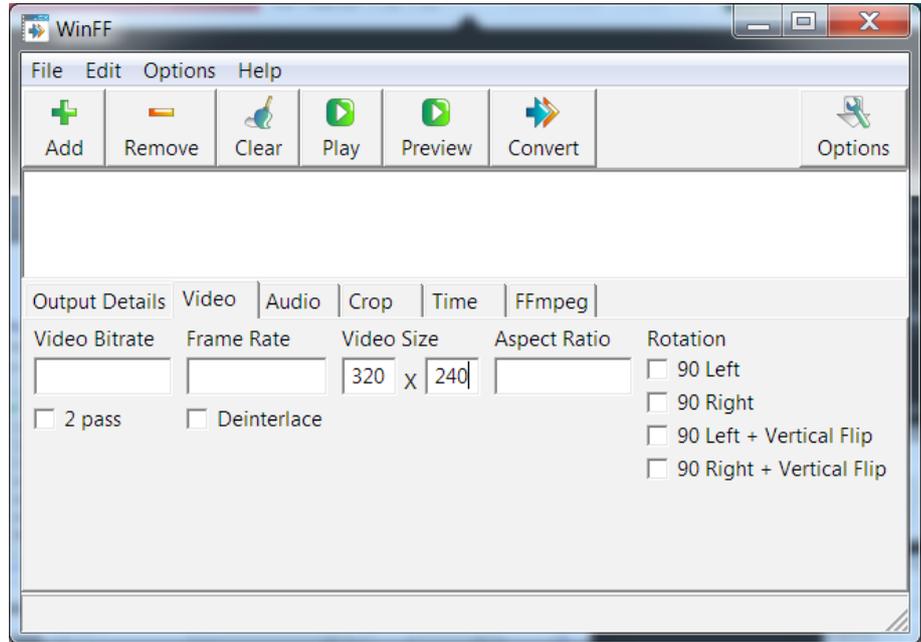
- Jika proses selesai dan winFF siap dijalankan atau digunakan akan menampilkan tampilan seperti ini.



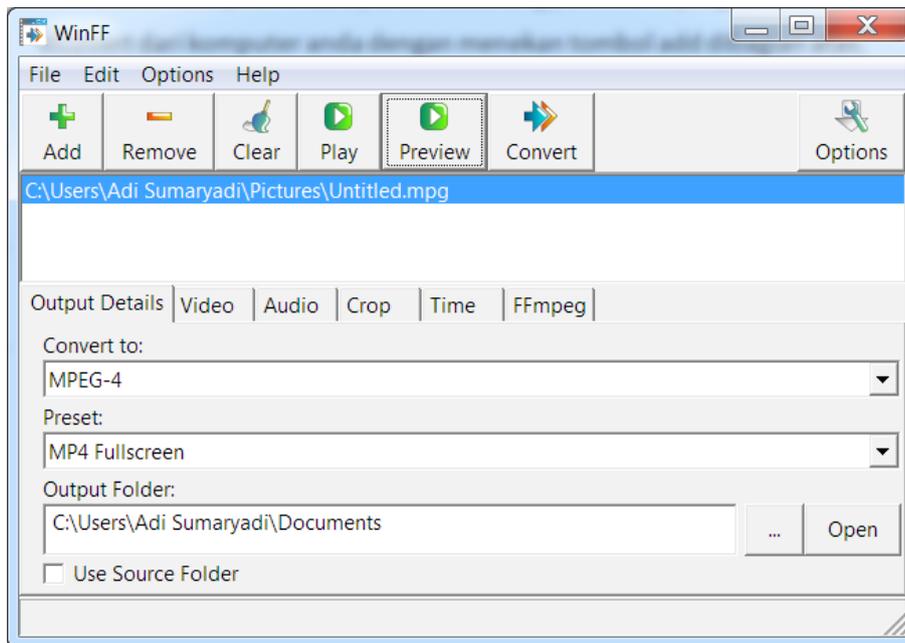
- Untuk melakukan proses *convert* video, silahkan buka aplikasi WinFF atau jalankan aplikasi setelah melakukan instalasi.
- Pilih outputs detail pada pilihan *convert* to ke MPEG-4 dengan preset MP4 Fullscreen
- Kemudian pilih output folder yang akan digunakan untuk menyimpan video hasil *convert*.
- Klik Options disudut kanan atas untuk memilih opsi tambahan dalam *converting*, kali ini akan dipilih untuk menentukan ukuran video yang akan dihasilkan.



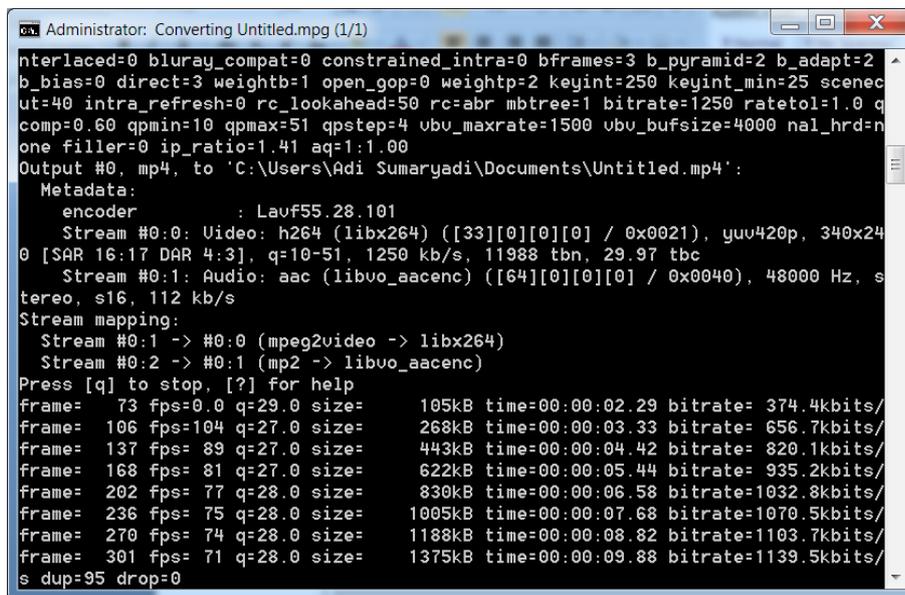
- Untuk output yang berukuran cukup gunakan ukuran 320 x 240 pixel pada tab video
- Setelah semua opsi dipenuhi sekarang pilih video yang akan dikompres dan di *convert* dari komputer anda dengan menekan tombol add dibagian atas.



- Arahkan ke file video yang ada dikomputer anda kemudian klik select atau OK
- Anda bisa melakukan *convert* beberapa video sekaligus dengan menambahkannya kembali supaya *diconvert* bersamaan.



- Kemudian pilih atau klik tombol *convert* untuk melakukan proses
- Tunggu proses hingga selesai dan video siap diupload.



```
Administrator: Converting Untitled.mpg (1/1)
nterlaced=0 bluray_compat=0 constrained_intra=0 bframes=3 b_pyramid=2 b_adapt=2
b_bias=0 direct=3 weightb=1 open_gop=0 weightp=2 keyint=250 keyint_min=25 scenec
ut=40 intra_refresh=0 rc_lookahead=50 rc=abr mbtree=1 bitrate=1250 ratetol=1.0 q
comp=0.60 qpmin=10 qpmax=51 qpstep=4 vbu_maxrate=1500 vbu_bufsize=4000 nal_hrd=n
one filler=0 ip_ratio=1.41 aq=1:1.00
Output #0, mp4, to 'C:\Users\Adi Sumaryadi\Documents\Untitled.mp4':
  Metadata:
    encoder          : Lavf55.28.101
  Stream #0:0: Video: h264 (libx264) ([33][0][0][0] / 0x0021), yuv420p, 340x240
[SAR 16:17 DAR 4:3], q=10-51, 1250 kb/s, 11988 tbn, 29.97 tbc
  Stream #0:1: Audio: aac (libvo_aacenc) ([64][0][0][0] / 0x0040), 48000 Hz, s
tereo, s16, 112 kb/s
Stream mapping:
  Stream #0:1 -> #0:0 (mpeg2video -> libx264)
  Stream #0:2 -> #0:1 (mp2 -> libvo_aacenc)
Press [q] to stop, [?] for help
frame= 73 fps=0.0 q=29.0 size=      105kB time=00:00:02.29 bitrate= 374.4kbits/
frame= 106 fps=104 q=27.0 size=      268kB time=00:00:03.33 bitrate= 656.7kbits/
frame= 137 fps= 89 q=27.0 size=      443kB time=00:00:04.42 bitrate= 820.1kbits/
frame= 168 fps= 81 q=27.0 size=      622kB time=00:00:05.44 bitrate= 935.2kbits/
frame= 202 fps= 77 q=28.0 size=      830kB time=00:00:06.58 bitrate=1032.8kbits/
frame= 236 fps= 75 q=28.0 size=     1005kB time=00:00:07.68 bitrate=1070.5kbits/
frame= 270 fps= 74 q=28.0 size=     1188kB time=00:00:08.82 bitrate=1103.7kbits/
frame= 301 fps= 71 q=28.0 size=     1375kB time=00:00:09.88 bitrate=1139.5kbits/
s dup=95 drop=0
```

IV.2. Panduan Upload Iklan

Observer yang telah memiliki username dan password yang diberikan oleh administator portal dapat langsung login menggunakan akun yang diterima dengan mengakses www.iklanacapres.org dan mengklik menu login yang ada dibagian bawah halaman.

The screenshot displays the 'IKLANCAPRES' website interface. At the top, the logo 'IKLANCAPRES' is accompanied by the subtitle 'Data Belanja Iklan Pilpres 2019'. A navigation menu includes 'Beranda', 'Capres', 'Belanja Iklan', 'Metode Penghitungan', 'Berita', 'Tentang Website', and 'Kontak'. The main content area is titled 'PANEL OBSERVER' and features an 'Upload Iklan' button. Below this, an 'INTRODUCTION' section provides instructions for logging in. To the right, a 'LOG IN OBSERVER' form contains fields for 'Username' and 'Password', along with a 'Forgot Password?' link and a 'LOGIN' button. The footer section includes the 'IKLANCAPRES' logo, a 'Powered by SatuDunia' logo, and contact information: 'Jl. Tebet utara II C no. 27, Jakarta Selatan, 12820 Indonesia', '+62-21-83705520 | +62-21-83705520 | info(at)iklancapres.org'. Social media icons for Twitter, Facebook, and Instagram are also present.

IKLANCAPRES
Data Belanja Iklan Pilpres 2019

Beranda | Capres | Belanja Iklan | Metode Penghitungan | Berita | Tentang Website | Kontak

PANEL OBSERVER [Upload Iklan](#)

INTRODUCTION

Welcome to Observer Login Panel, if you want login to your account please fill the required form input with your data account . and then click login. if you have trouble with your username or password, you can click forgot password and follow the instructions. if the problem still appear please contact administrator.

LOG IN OBSERVER

Username

Password

[Forgot Password ?](#) [LOGIN](#)

IKLANCAPRES
Data Belanja Iklan Pilpres 2019

Website ini dibangun untuk mendukung upaya transparansi anggaran kampanye capres, terutama dalam pengawasan belanja iklan setiap capres di media massa.

Powered by **SatuDunia**

Jl. Tebet utara II C no. 27, Jakarta Selatan, 12820 Indonesia
+62-21-83705520 | +62-21-83705520 | info(at)iklancapres.org

Beranda | Capres | Belanja Iklan | Metode Penghitungan | Berita | Tentang Website | Kontak

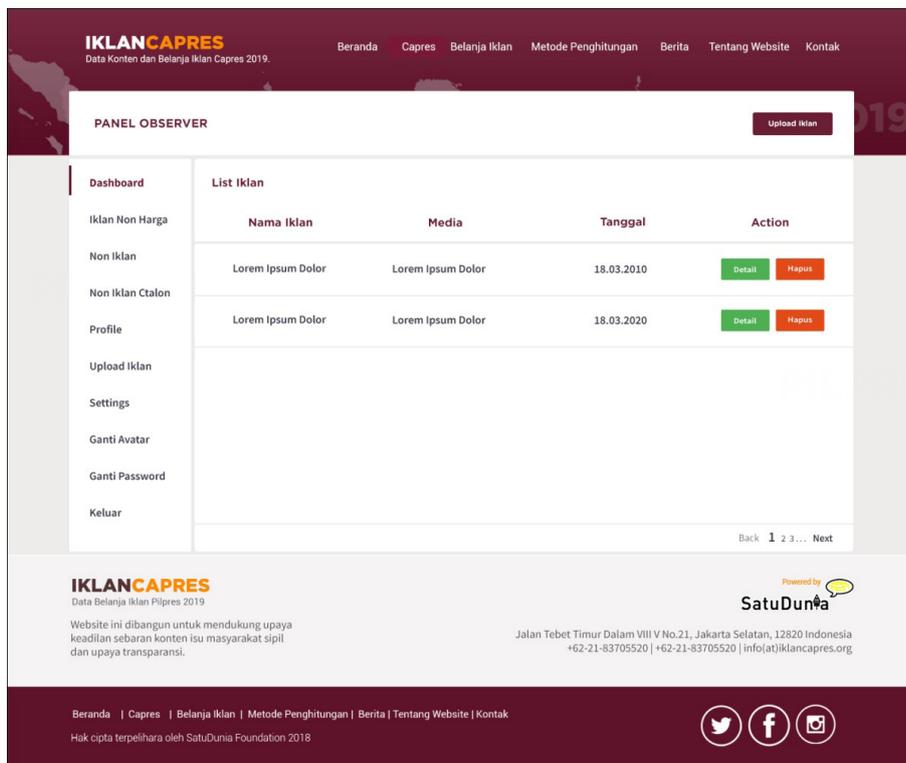
Hak cipta terpelihara oleh SatuDunia Foundation 2018

[Twitter](#) [Facebook](#) [Instagram](#)

Beberapa fitur yang disediakan sebagai observer adalah sebagai berikut.

a. Dashboard

Berikut adalah tampilan halaman dashboard. Halaman ini berisi daftar iklan yang telah di upload oleh observer **adisumaryadi**.



The screenshot displays the IKLANCAPRES dashboard. At the top, there is a navigation bar with links for Beranda, Capres, Belanja Iklan, Metode Penghitungan, Berita, Tentang Website, and Kontak. The main content area is titled 'PANEL OBSERVER' and includes a sidebar with menu items: Dashboard, Iklan Non Harga, Non iklan, Non iklan Ctalon, Profile, Upload Iklan, Settings, Ganti Avatar, Ganti Password, and Keluar. The central part of the dashboard shows a 'List Iklan' table with columns for Nama Iklan, Media, Tanggal, and Action. Two rows of data are visible, each with 'Detail' and 'Hapus' buttons. A footer section contains the IKLANCAPRES logo, contact information, and social media icons.

PANEL OBSERVER				
Upload Iklan				
Dashboard	List Iklan			
Iklan Non Harga	Nama Iklan	Media	Tanggal	Action
Non iklan	Lorem Ipsum Dolor	Lorem Ipsum Dolor	18.03.2010	Detail Hapus
Non iklan Ctalon	Lorem Ipsum Dolor	Lorem Ipsum Dolor	18.03.2020	Detail Hapus

IKLANCAPRES
Data Belanja Iklan Pilpres 2019

Website ini dibangun untuk mendukung upaya keadilan sebaran konten isu masyarakat sipil dan upaya transparansi.

Powered by SatuDunia

Jalan Tebet Timur Dalam VIII V No.21, Jakarta Selatan, 12820 Indonesia
+62-21-83705520 | +62-21-83705520 | info(at)iklancapres.org

Beranda | Capres | Belanja Iklan | Metode Penghitungan | Berita | Tentang Website | Kontak

Hak cipta terpelihara oleh SatuDunia Foundation 2018

b. Profile

Halaman ini berisi tentang profile dari observer, halaman ini tidak ada hubungannya dengan iklan yang diupload hanya lebih ke profile personal dari observer.

IKLANCAPRES
Data Belanja Iklan Pilpres 2019

Beranda | Capres | Belanja Iklan | Metode Penghitungan | Berita | Tentang Website | Kontak

PANEL OBSERVER Upload Iklan

Profile

Dashboard
Iklan Non Harga
Non iklan
Non iklan Calon
Upload Iklan
Iklan Social Media
Profile
Settings
Ganti Avatar
Ganti Password
Keluar

Profile

Nama Lengkap

Username

Tanggal Lahir

Jenis Kelamin

Alamat

Handphone

Email

SUBMIT

IKLANCAPRES
Data Belanja Iklan Pilpres 2019

Website ini dibangun untuk mendukung upaya transparansi anggaran kampanye capres, terutama dalam pengawasan belanja iklan setiap capres di media massa.

Powered by
SatuDunia

Jl. Tebet utara II C no. 27, Jakarta Selatan, 12820 Indonesia
+62-21-83705520 | +62-21-83705520 | info(at)iklancapres.org

Beranda | Capres | Belanja Iklan | Metode Penghitungan | Berita | Tentang Website | Kontak

Hak cipta terpelihara oleh SatuDunia Foundation 2018

c. Upload Iklan

Halaman ini digunakan oleh observer untuk mengupload atau memasukan iklan capres berdasarkan kota yang di pantau. Observer hanya bisa memasukan data berdasarkan capres serta media yang telah ditentukan sebelumnya oleh administrator. Iklan yang observer kirimkan akan ditinjau terlebih dahulu oleh administrator. Apabila iklan tersebut belum di approve oleh administrator, observer dapat merubah data iklan tersebut.

Untuk merubah data iklan klik *button* yang ada di list iklan. Hanya iklan yang belum di *approve* administrator yang terdapat button editnya. Berikut tampilan halaman upload iklan:

The screenshot displays the 'IKLANCAPRES' website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Beranda', 'Capres', 'Belanja Iklan', 'Metode Penghitungan', 'Berita', 'Tentang Website', and 'Kontak'. Below this is the 'PANEL OBSERVER' section, which includes a sidebar menu with options like 'Dashboard', 'Iklan Non Harga', 'Non Iklan', 'Non Iklan Calon', 'Profile', 'Upload Iklan', 'Iklan Social Media', 'Settings', 'Ganti Avatar', 'Ganti Password', and 'Keluar'. The main content area is titled 'Upload Iklan' and features a 'Bumper' button and a 'Filter' button. The form contains several input fields: 'Capres' (dropdown), 'Media Jenis' (dropdown), 'Media' (dropdown), 'Rate' (dropdown), 'Judul Iklan' (text input with 'Lorem Ipsum'), 'Issue' (dropdown), 'Sub Issue' (dropdown), 'Tanggal Tayang' (date picker for 18/03/2018), 'Jam Tayang' (time input for 18:00 WIB), 'Durasi' (input with a dropdown), and 'File Iklan' (file upload area with a 'Pilih File' button and a 'SUBMIT' button). The footer contains the 'IKLANCAPRES' logo, a mission statement, contact information, and social media icons for Twitter, Facebook, and Instagram.

d. Halaman Upload Iklan

Dihalaman ini terdapat 2 tab menu yaitu **upload iklan** dan **upload iklan banyak**. Upload iklan digunakan untuk memasukan data iklan satu persatu. Sedangkan upload iklan banyak digunakan untuk memasukan data iklan dalam jumlah banyak dengan nama capres, jenis media, media, serta rate iklan yang sama. Data iklan yang akan dimasukan berupa file excel yang berisi : nama iklan, tanggal iklan, jam tayang serta durasi.

The screenshot displays the 'PANEL OBSERVER' interface for IKLANCAPRES. The header includes the logo and navigation links: Beranda, Capres, Belanja Iklan, Metode Penghitungan, Berita, Tentang Website, and Kontak. The main content area is titled 'PANEL OBSERVER' and features a sidebar menu with options like Dashboard, Iklan Non Harga, Non iklan, Iklan Social Media, Profile, Settings, Ganti Avatar, Ganti Password, and Keluar. The main panel is divided into tabs: 'Upload Iklan' (selected), 'Upload Iklan Banyak', 'Upload Iklan Non Harga', 'Upload Non Iklan', and 'Iklan Social Media'. The 'Upload Iklan Banyak' form includes several dropdown menus for 'Capres', 'Media Jenis', 'Media', 'Issue', 'Sub Issue', 'Level', and 'Rate'. A 'File Excel' section contains a 'Pilih File' button and a note: 'Tidak ada file yang di pilih'. Below this is a 'SUBMIT' button and a note: 'Contoh struktur data iklan yang akan diinput dari excel Klik Disini.' The footer contains the IKLANCAPRES logo, contact information, and social media icons for Twitter, Facebook, and Instagram.

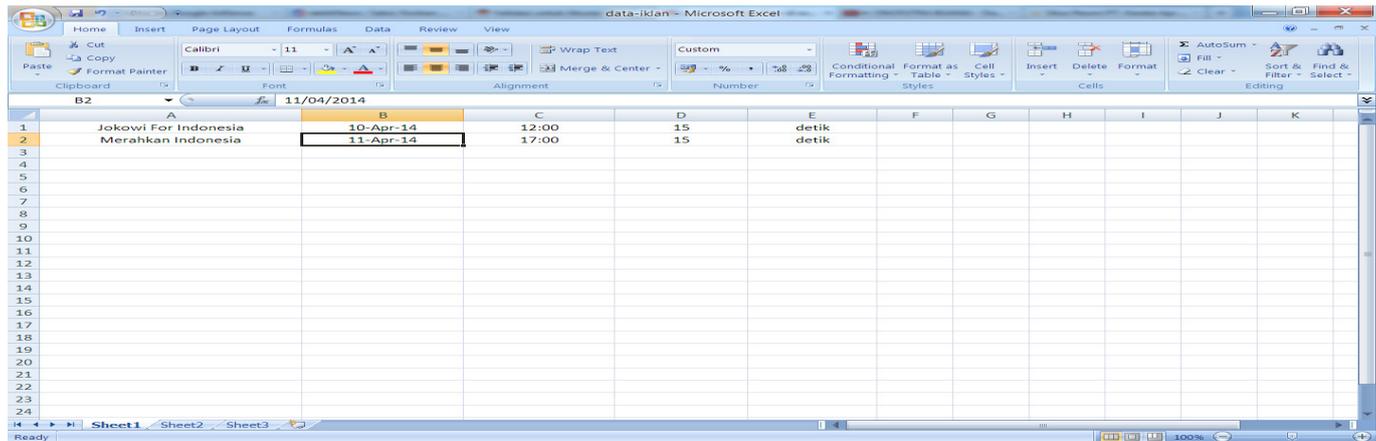
e. Upload Iklan

- Pilihlah nama capres yang akan diinputkan iklannya.
- Pilihlah media jenis apa yang dipantau apakah televisi, atau media cetak.
- Pilihlah media yang dipantau, media yang muncul berdasarkan jenis media yang telah dipilih.
- Pilihlah rate iklan, rate iklan merupakan jenis iklan yang ada pada media yang telah dipilih. Rate iklan akan menentukan berapa biaya dari iklan yang dimasukkan.
- Masukkan nama iklan tersebut.
- Masukkan kapan tanggal tayang iklan tersebut.
- Masukkan jam berapa iklan itu ditayangkan, form ini akan muncul apabila observer memilih jenis media dari televisi.
- Masukkan durasi dari iklan tersebut, form ini akan muncul apabila observer memilih jenis media dari televisi.
- Masukkan/uplaod file iklan sebagai bukti bahwa iklan tersebut benar adanya. File iklan bisa berupa video, audio, atau gambar.
- Kirim iklan dengan cara mengklik button submit.

f. Upload Iklan Banyak

Upload iklan banyak ini dipergunakan untuk uploading data iklan sekaligus dimana data disimpan terlebih dahulu dalam format Microsoft Excel dan didalam 1 file excel berisi **data iklan yang memiliki rate yang sama**

Berikut ini adalah contoh standard format file excel yang diharuskan ada sebelum anda upload.



The screenshot shows a Microsoft Excel spreadsheet with the following data:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Jokowi For Indonesia	10-Apr-14	12:00	15	detik						
2	Merahkan Indonesia	11-Apr-14	17:00	15	detik						
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											

- Kolom pertama diisi dengan nama iklan, kemudian kolom kedua (B) diisi dengan tanggal tayang, kolom C berisi jam tayang dengan format waktu 24jam, kolom D disii oleh durasi iklan yang muncul

dan yang kolom E diisi oleh satuan durasi bisa diisi dengan dua jenis data yaitu detik dan menit.

- Setelah file excel siap kemudian dapat ditambahkan dengan memilih terlebih dahulu nama capres, media jenis , media, rate kemudian pilih file excel dari komputer anda.
- Pilihlah nama capres yang akan diinputkan iklannya.
- Pilihlah media jenis apa yang dipantau apakah televisi, atau media cetak.
- Pilihlah media yang dipantau, media yang muncul berdasarkan jenis media yang telah dipilih.
- Pilihlah rate iklan, rate iklan merupakan jenis iklan yang ada pada media yang telah dipilih. Rate iklan akan menentukan berapa biaya dari iklan yang dimasukan.
- Masukan/upload file excel yang berisi data iklan.
- Kirim iklan dengan cara mengklik button submit.
- Jika ada data yang belum lengkap anda dapat melakukan edit terhadap data yang diupload sebelum koordinator observer melakukan approval.

g. Settings

Halaman ini digunakan untuk merubah profile observer. Observer tidak diperkenankan untuk merubah username serta email mereka.

Dashboard	
Profile	
Upload Iklan	
Settings	
Ganti Avatar	
Ganti Password	
Keluar	

Ganti Profil Akun	
Nama Lengkap	<input type="text" value="Adi Sumaryadi"/>
Username	<input type="text" value="adisumaryadi"/>
Tanggal Lahir	<input type="text" value="1984-07-31"/>
Jenis Kelamin	<input type="text" value="Laki-laki"/>
Alamat	<input type="text" value="Jl. Cihanjuang"/>
Handphone	<input type="text" value="asd"/>
Email	<input type="text" value="adisumaryadi@gmail.com"/>
	<input type="button" value="SUBMIT"/>

h. Ganti Avatar

Halaman ini digunakan untuk
merubah avatar observer.

IKLANCAPRES
Data Belanja Iklan Pilpres 2019

Beranda | Capres | Belanja Iklan | Metode Penghitungan | Berita | Tentang Website | Kontak

PANEL OBSERVER Upload Iklan

Dashboard

Iklan Non Harga

Non Iklan

Non Iklan Calon

Upload Iklan

Iklan Social Media

Profile

Settings

Ganti Avatar

Ganti Password

Keluar

Ganti Avatar

Change Remove

Nama Lengkap

Username

Tanggal Lahir

Jenis Kelamin

Alamat

Handphone

Email

SUBMIT

IKLANCAPRES
Data Belanja Iklan Pilpres 2019

Website ini dibangun untuk mendukung upaya transparansi anggaran kampanye capres, terutama dalam pengawasan belanja iklan setiap capres di media massa.

Powered by SatuDunia

Jl. Tebet utara II C no. 27, Jakarta Selatan, 12820 Indonesia
+62-21-83705520 | +62-21-83705520 | info(at)iklancapres.org

Beranda | Capres | Belanja Iklan | Metode Penghitungan | Berita | Tentang Website | Kontak

Hak cipta terpelihara oleh SatuDunia Foundation 2018

i. Keluar

Menu untuk keluar dari halaman observer.





SOP/PROTOKOL KOORDINASI

Setiap lembaga pemantau, yaitu SatuDunia, Wahli Kalsel, dan Jurnal Selebes memiliki satu koordinator pemantau/observer yang mengawasi kinerja setiap observer. Setiap koordinator pemantau akan diawasi oleh manajer program.

Setiap unggahan data akan diverifikasi oleh koordinator observer untuk tayang online di website ikhlancapres. Login admin untuk observer dan koordinator observer akan diatur juga hierarkinya berdasarkan wewenang.

Setiap pertanyaan atau diskusi yang penting untuk diketahui bersama dilakukan pada halaman khusus di Facebook yang juga sekaligus menjadi halaman bertukar pengetahuan, tips, *troubleshooting*, dsb.

Jika ada perbedaan pendapat antarobserver di lembaga masing-masing, keputusan ada di tangan koordinator observer. Jika ada perbedaan pendapat antarobserver di 2-3 lembaga yang berbeda, maka diskusi dilanjutkan oleh masing-masing koordinator observer.

Setiap perbedaan pendapat antarkoordinator observer yang tidak menghasilkan keputusan akan diputuskan oleh manajer program.



SatuDunya

Berbagi Pengetahuan Untuk Penuatan Rakyat