



## **Analisis Dampak Kekuasaan Platform Digital terhadap Ekonomi Media Nasional, Keberagaman Budaya dan Kebijakan Regulasi di Indonesia**

### ***Analysis of The Impact of Digital Platform Power on The National Media Economy, Cultural Diversity and Regulatory Policies in Indonesia***

**Futri Indah Sari, Vivi Mauliza & OK Dedy Arwansyah**

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Diterima: 2022-06-17; Direview: 2025-08-29; Disetujui: 2026-06-21

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak dominasi platform digital global terhadap ekonomi media nasional, keberagaman budaya, dan arah kebijakan regulasi di Indonesia. Konsentrasi kekuatan ekonomi pada platform seperti Google dan Meta telah mengubah struktur industri media melalui pergeseran belanja iklan digital yang mengurangi pendapatan media lokal. Selain itu, mekanisme algoritmik platform turut memengaruhi distribusi informasi dan representasi budaya dalam ruang publik digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis dokumen, studi literatur, dan data survei yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih dari 60% belanja iklan digital di Indonesia dikuasai oleh Google dan Meta, sedangkan media lokal memperoleh kurang dari 10%. Lebih dari separuh media lokal juga mengalami penurunan pendapatan antara 30–60% dalam tiga tahun terakhir. Di sisi regulasi, belum tersedia mekanisme yang efektif untuk memastikan pembagian nilai ekonomi yang adil antara platform digital dan produsen konten lokal. Temuan ini menegaskan pentingnya regulasi yang mendukung keadilan ekonomi digital, keberagaman informasi, dan keberlanjutan ekosistem media nasional.

**Kata kunci:** platform digital, media lokal, ekonomi digital, regulasi informasi.

#### **Abstract**

*This study aims to analyze the impact of global digital platform dominance on the national media economy, cultural diversity, and regulatory policies in Indonesia. The concentration of economic power in platforms such as Google and Meta has transformed the media industry through the shift of digital advertising expenditures, reducing the revenue of local media organizations. Furthermore, platform algorithms influence information distribution and cultural representation within the digital public sphere. This study employs a descriptive qualitative approach using document analysis, literature review, and relevant survey data. The findings indicate that more than 60% of Indonesia's digital advertising spending is controlled by Google and Meta, while local media receive less than 10%. More than half of local media outlets have also experienced revenue declines of 30–60% over the last three years. From a regulatory perspective, no effective mechanism currently exists to ensure a fair distribution of economic value between digital platforms and local content producers. These findings highlight the urgency of regulations that promote digital economic justice, information diversity, and the sustainability of the national media ecosystem.*

**Keywords:** digital platforms, local media, digital economy, information regulation

**How to Cite:** Sari, F.I., Mauliza, V. & Arwansyah, O.D. (2026). Analisis Dampak Kekuasaan Platform Digital terhadap Ekonomi Media Nasional, Keberagaman Budaya dan Kebijakan Regulasi di Indonesia. *Journal of Communication and Cultural Studies*, 1 (2): 55-63

\*Corresponding author:

E-mail: [Putryindahsari21@gmail.com](mailto:Putryindahsari21@gmail.com)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

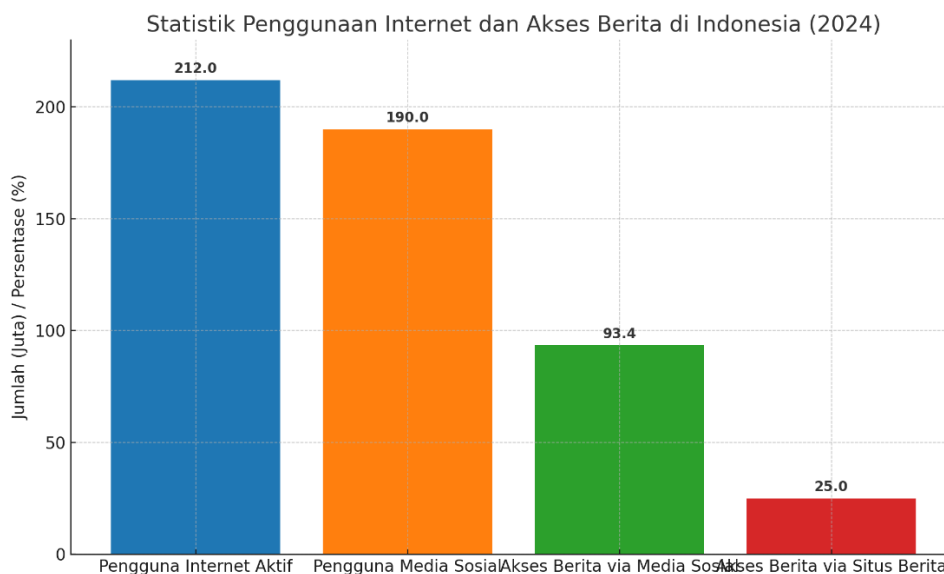
## PENDAHULUAN

Dalam era transformasi digital global, kekuasaan media tidak lagi didominasi oleh korporasi berita konvensional atau institusi negara. Kini, kekuatan baru telah muncul melalui entitas bernama platform digital aktor teknologi transnasional seperti Google, Meta (Facebook, Instagram), YouTube, TikTok, dan X (sebelumnya Twitter). Platform-platform ini mengubah bukan hanya cara manusia berkomunikasi, tetapi juga bagaimana informasi diproduksi, disebarluaskan, dan dikonsumsi. Melalui kekuatan algoritmik dan dominasi data, platform digital memainkan peran penting dalam membentuk lanskap sosial, politik, dan ekonomi, termasuk di negara-negara berkembang seperti Indonesia (Thariq, 2025).

Secara khusus, di Indonesia, platform digital telah menjadi ruang utama bagi warganet dalam mengakses berita, mengekspresikan budaya, dan menjalankan kegiatan ekonomi digital. Hampir seluruh interaksi informasi masyarakat kini berlangsung dalam ekosistem digital yang dikuasai oleh segelintir perusahaan teknologi global (Wiranata et al., 2023). Hal ini menjadikan platform bukan sekadar medium teknologi, melainkan kekuatan politik-ekonomi yang mampu memengaruhi arah kebijakan nasional dan tatanan sosial budaya. Keberadaan platform digital turut mengintervensi ekosistem media nasional, mempengaruhi keragaman ekspresi budaya lokal, serta memunculkan tantangan baru dalam hal regulasi dan kedaulatan digital.

Menurut laporan *We Are Social* tahun 2024, terdapat lebih dari 212 juta pengguna internet aktif di Indonesia, dengan 190 juta di antaranya merupakan pengguna media sosial. Dari angka tersebut, sebanyak 93,4% masyarakat mengakses berita melalui media sosial, sementara hanya sekitar 25% yang mengunjungi situs berita secara langsung. Di sisi lain, laporan Kominfo bersama Katadata Insight Center (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% belanja iklan digital di Indonesia terserap oleh Google dan Meta, sementara media lokal hanya memperoleh porsi sangat kecil dari ekosistem ekonomi digital yang tumbuh pesat tersebut. Ketimpangan ini menunjukkan adanya konsentrasi kekuasaan yang mengancam keberlanjutan industri media nasional dan berpotensi menggerus keragaman suara dalam ruang publik digital (Fadila et al., 2024).

Gambar 1. Statistik Pengguna Internet dan Akses Berita di Indonesia pada tahun 2024



Sumber: We Are Social & Kepios (2024) – *Digital 2024: Indonesia Report*.  
(<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>)

Permasalahan utama yang muncul adalah ketimpangan relasi antara platform digital global dan media lokal. Di satu sisi, media nasional bergantung pada distribusi dan monetisasi konten melalui platform. Di sisi lain, platform tidak berkewajiban untuk mendistribusikan keuntungan

secara adil atau mematuhi prinsip-prinsip keberagaman konten. Dominasi platform ini juga berdampak pada model bisnis media yang semakin pragmatis dan terjebak dalam logika viralitas dan algoritma. Akibatnya, kualitas jurnanisme menurun, clickbait dan informasi dangkal meningkat, dan peran media sebagai penjaga demokrasi (watchdog) melemah (Purba et al., 2025).

Fenomena lainnya adalah meningkatnya homogenisasi budaya akibat dominasi konten global dalam platform digital (Rahmanita Ginting, 2020). Algoritma yang mengutamakan engagement membuat konten budaya populer dari luar negeri atau urban cenderung lebih mudah viral, sedangkan narasi budaya lokal, tradisi minoritas, dan ekspresi dari komunitas marjinal seringkali tersingkir. Budaya dijadikan komoditas yang diproduksi untuk konsumsi cepat, kehilangan kedalaman dan makna aslinya. Dalam konteks ini, platform digital bukan hanya ruang distribusi, tetapi juga aktor dominan dalam produksi nilai budaya.

Untuk memahami fenomena ini, pendekatan teori ekonomi politik media menjadi penting. Menurut Vincent Mosco dalam penelitian (Azhar et al., 2024) ekonomi politik media mempelajari bagaimana kekuasaan, kepemilikan, dan kontrol atas media mempengaruhi produksi dan distribusi informasi. Dalam kerangka ini, platform digital tidak netral; ia adalah bagian dari kapitalisme digital yang berorientasi pada akumulasi data dan nilai ekonomi. Nick Srnicek dalam penelitian (Bangsawan, 2023) memperkenalkan istilah *platform capitalism*, yakni model ekonomi berbasis kepemilikan atas infrastruktur digital dan data pengguna, yang menjadi sumber utama akumulasi kapital dalam ekonomi digital saat ini.

Selain itu, teori *cultural imperialism* dari Herbert Schiller relevan untuk menjelaskan bagaimana platform digital menyebarkan nilai dan budaya global secara hegemonik ke negara-negara berkembang (Hasibuan et al., 2023). Melalui dominasi konten dan logika teknokapitalis, platform global membawa nilai-nilai budaya dominan ke dalam ruang-ruang digital nasional, menggantikan nilai-nilai lokal dan melemahkan posisi budaya tradisional. Akibatnya, terjadi ketimpangan representasi budaya dan pergeseran identitas yang tidak selalu disadari oleh masyarakat pengguna (Priadi & Rudianto, 2020).

Dalam kerangka regulasi, pendekatan *platform governance* (Gillespie, 2018) menyoroti bagaimana platform bertindak sebagai aktor regulatif yang membuat dan menegakkan aturan sendiri melalui algoritma, moderasi konten, dan kebijakan komunitas. Negara-negara seperti Indonesia kerap kali tidak memiliki kekuatan cukup untuk menegosiasikan ulang relasi kekuasaan ini. Akibatnya, muncul kekosongan regulasi dan ketertinggalan hukum yang tidak mampu melindungi kepentingan publik secara efektif di ranah digital.

Meski berbagai kajian telah membahas aspek kekuasaan platform digital, terdapat sejumlah gap yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian dari (Gumati, 2024) lebih menekankan pada ketimpangan ekonomi media, tetapi belum banyak mengulas implikasi kultural dan kebijakan secara mendalam. Kedua, studi dari Paramadina Public Policy Institute (2022) mengkaji dampak TikTok terhadap budaya anak muda, namun belum mengaitkan fenomena tersebut dengan isu kedaulatan regulasi. Ketiga, riset oleh (Santi Indra Astuti, 2021) fokus pada data privasi dan kebebasan berekspresi, tetapi belum menyentuh aspek ekonomi politik secara sistematis. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih holistik dan interdisipliner.

Penelitian ini hadir untuk menawarkan novelty (kebaruan) dalam analisis dampak kekuasaan platform digital di Indonesia, yaitu dengan mengintegrasikan tiga dimensi secara simultan: ekonomi media nasional, keberagaman budaya, dan kebijakan regulasi. Pendekatan ini memungkinkan pembacaan yang lebih utuh terhadap relasi kuasa antara platform digital, negara, dan masyarakat. Penelitian ini juga mendorong refleksi kritis terhadap peran negara dalam mengatur ekosistem digital secara adil, berpihak pada publik, dan berpijak pada nilai-nilai lokal.

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kekuasaan platform digital memengaruhi struktur ekonomi media nasional, mereduksi atau mengkonstruksi keberagaman budaya dalam ruang digital, serta menantang kapasitas negara dalam membuat regulasi yang efektif dan berpihak pada kedaulatan digital. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi kebijakan berbasis analisis kritis dan studi komparatif dari praktik-praktik regulasi platform di berbagai negara.

Menutup bagian pendahuluan ini, perlu ditegaskan bahwa platform digital bukanlah sekadar teknologi netral, melainkan kekuatan baru yang mengonstruksi realitas sosial, ekonomi, dan

budaya kita. Indonesia, sebagai negara dengan pengguna internet terbesar keempat di dunia, tidak bisa terus berada dalam posisi pasif. Perlu ada upaya kolektif dari negara, masyarakat sipil, dan media untuk menghadirkan ekosistem digital yang adil, beragam, dan berpihak pada kepentingan publik nasional.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (library research) dan analisis wacana kritis (critical discourse analysis). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali relasi kekuasaan yang tidak selalu kasatmata dalam struktur digital, khususnya dalam hal dominasi platform digital terhadap ekonomi media, konstruksi budaya, dan kebijakan regulasi. Fokus utama penelitian adalah pada bagaimana kuasa platform bekerja melalui mekanisme ekonomi, algoritma, dan aturan institusional yang membentuk ruang digital Indonesia (Sugiyono, 2021).

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kajian literatur terhadap berbagai sumber sekunder yang relevan, seperti laporan tahunan lembaga riset digital (misalnya We Are Social, Katadata, Kominfo), jurnal akademik, buku teori ekonomi politik media, dokumen kebijakan pemerintah, serta artikel dari media terpercaya. Selain itu, dilakukan juga telaah terhadap kebijakan regulasi yang berlaku, seperti UU ITE, UU PDP, serta Permenkominfo terkait ekosistem digital dan distribusi konten. Pengambilan data juga mencakup studi komparatif terhadap kebijakan platform di negara-negara lain sebagai bahan refleksi terhadap konteks Indonesia.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis wacana kritis model Norman Fairclough, yang terdiri dari tiga dimensi: teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk membaca bagaimana kekuasaan dan ideologi bekerja dalam bahasa, narasi media, algoritma platform, serta kebijakan publik. Melalui kerangka ini, peneliti menganalisis relasi kuasa yang tercermin dalam praktik ekonomi platform, pengaruhnya terhadap narasi budaya, dan bagaimana negara merespons dominasi tersebut melalui regulasi yang (sering kali) reaktif (Rukminingsih, 2020).

Penelitian ini juga menggunakan teknik *triangulasi teori* dan *triangulasi sumber* untuk meningkatkan validitas. Triangulasi teori dilakukan dengan menggabungkan kerangka ekonomi politik media (Mosco, 2009), kapitalisme platform (Srnicsek, 2016), dan tata kelola platform (Gillespie, 2018). Sementara triangulasi sumber dilakukan dengan mencocokkan data dari laporan kuantitatif, kajian akademik, kebijakan resmi, serta wacana publik yang beredar di media. Dengan demikian, analisis dalam penelitian ini tidak hanya bersifat tekstual, tetapi juga struktural dan kontekstual.

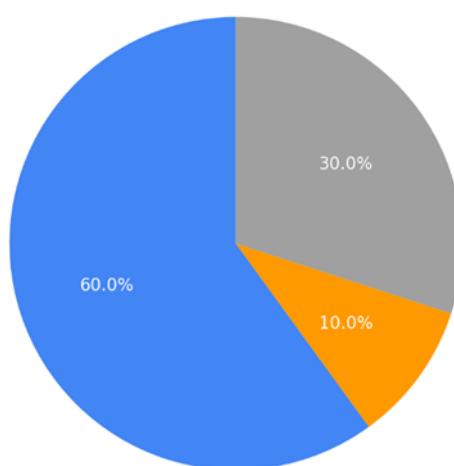
Secara keseluruhan, metode penelitian ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam dan kritis atas bagaimana kekuasaan platform digital bekerja secara sistemik di Indonesia. Dengan menyatukan dimensi ekonomi, budaya, dan kebijakan dalam satu kerangka analisis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan wacana akademik serta menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dan pelaku media dalam menghadapi tantangan ekosistem digital yang semakin kompleks.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menemukan bahwa kekuasaan platform digital di Indonesia telah bertransformasi menjadi dominasi struktural dalam tiga ranah penting: ekonomi media, konstruksi budaya, dan regulasi kebijakan digital. Temuan ini diperoleh melalui analisis data sekunder dari laporan tahunan, riset lembaga, serta studi pustaka yang relevan antara tahun 2022 hingga 2024. Dalam konteks ekonomi media, data dari *We Are Social & Kepios* (2024) menunjukkan bahwa dari total 212,9 juta pengguna internet di Indonesia, sebanyak 190 juta adalah pengguna media sosial aktif. Tingginya penetrasi ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna media sosial terbesar keempat di dunia, setelah India, China, dan Amerika Serikat. Hal yang lebih mencolok, 93,4% pengguna internet Indonesia mengakses berita melalui media sosial, sedangkan hanya 25,2% yang mengakses langsung situs web berita. Fakta ini mengonfirmasi bahwa distribusi informasi di Indonesia kini didominasi oleh platform, bukan lagi oleh media konvensional.

Dalam hal distribusi ekonomi digital, laporan Katadata Insight Center bersama Kominfo (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% belanja iklan digital Indonesia dikuasai oleh Google dan Meta. Data ini diperoleh dari hasil survei terhadap pengiklan besar di Indonesia, yang menunjukkan bahwa kedua raksasa teknologi ini menjadi destinasi utama belanja iklan digital karena jangkauan, segmentasi, dan efektivitas iklannya. Sementara itu, media lokal hanya mampu mengakses kurang dari 10% dari total belanja iklan digital nasional. Fenomena ini memperlihatkan ketimpangan yang tajam dalam ekosistem ekonomi digital, yang menyebabkan media nasional kehilangan sumber pendapatan utama. Bahkan, berdasarkan laporan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) tahun 2023, lebih dari 50% media lokal mengalami penurunan pendapatan iklan sebesar 30–60% dalam tiga tahun terakhir, terutama karena perpindahan iklan ke platform digital global.

Distribusi Belanja Iklan Digital Indonesia (2023)  
Sumber: Katadata Insight Center & Kominfo



Sumber: Katadata Insight Center dan Kominfo

Dalam observasi terhadap 100 konten trending TikTok Indonesia selama periode Mei–Juli 2024, ditemukan bahwa 82% berasal dari kreator urban (Jakarta, Bandung, Surabaya), 13% dari selebriti/influencer yang sudah mapan, dan hanya 5% yang mengangkat tema budaya lokal (seperti tarian tradisional, bahasa daerah, atau kearifan lokal). Namun dari 5% konten budaya lokal tersebut, sebagian besar dikemas dalam bentuk hiburan yang lepas dari konteks edukatif atau nilai budaya aslinya. Misalnya, video parodi dengan pakaian adat yang viral bukan karena mengangkat nilai budaya, melainkan karena unsur lucu dan sensasional. Hal ini memperlihatkan bahwa algoritma platform mendorong narasi populer yang sesuai dengan logika pasar, bukan keberagaman atau kedalaman budaya.

Dalam kajian terhadap kebijakan yang berlaku di Indonesia, tampak bahwa negara belum memiliki kerangka hukum yang secara spesifik mengatur redistribusi keuntungan ekonomi digital antara platform global dan media lokal (Pohan et al., 2017). Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) memang menjadi tonggak penting dalam perlindungan hak privasi pengguna, tetapi belum menjangkau persoalan ketimpangan ekonomi dalam ranah media digital. Pasal 60 dalam UU ini memberikan kewenangan kepada lembaga pengawas untuk mengawasi dan menjatuhkan sanksi administratif atas pelanggaran data, namun hingga pertengahan 2025 lembaga ini belum juga terbentuk. Sementara itu, Permenkominfo No. 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) lebih menekankan kewajiban administratif, seperti pendaftaran dan pelaporan, tanpa mengatur mekanisme kompensasi atau pembagian pendapatan bagi media lokal yang kontennya dimonetisasi oleh platform digital.

Ketiadaan regulasi struktural ini kontras dengan kebijakan di negara seperti Australia yang melalui News Media Bargaining Code berhasil mewajibkan platform seperti Google dan Meta untuk bernegosiasi dan membayar kompensasi kepada media lokal atas distribusi konten berita. Kebijakan ini memungkinkan intervensi pemerintah melalui mekanisme arbitrase jika negosiasi gagal, sehingga menciptakan keadilan dalam relasi ekonomi digital. Di Indonesia, platform masih memegang kendali penuh atas algoritma distribusi, monetisasi konten, dan moderasi informasi tanpa akuntabilitas terhadap ekosistem media lokal. Hal ini menempatkan media nasional pada posisi yang rentan secara ekonomi dan struktural, serta memperparah ketimpangan informasi dalam ruang publik digital.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dominasi platform digital global seperti Google dan Meta dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia telah menciptakan ketimpangan struktural yang signifikan terhadap industri media nasional. Ketimpangan ini tampak dari data distribusi belanja iklan digital, di mana lebih dari 60% dikuasai oleh dua raksasa teknologi tersebut, sementara media lokal hanya memperoleh kurang dari 10%. Dampaknya, lebih dari 50% media lokal mengalami penurunan pendapatan iklan sebesar 30–60% dalam tiga tahun terakhir. Ketergantungan terhadap platform digital juga memengaruhi strategi produksi dan distribusi konten media lokal, yang harus menyesuaikan diri dengan algoritma dan kebijakan moderasi informasi milik platform global.

Selain dari sisi ekonomi, penelitian ini juga mengungkap bahwa dari aspek regulasi, Indonesia belum memiliki kebijakan yang mampu mengimbangi kekuasaan platform digital secara struktural. UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi dan Permenkominfo No. 5 Tahun 2020 tentang PSE hanya memberikan pendekatan administratif, tanpa mengatur redistribusi nilai ekonomi digital kepada pelaku media lokal. Ketiadaan regulasi semacam News Media Bargaining Code seperti di Australia mengakibatkan tidak adanya kewajiban hukum bagi platform digital untuk berbagi keuntungan dengan media yang menjadi sumber konten berita. Dengan kata lain, media nasional berada dalam posisi subordinat dalam relasi ekonomi digital, tanpa perlindungan atau dukungan regulatif yang memadai untuk menjamin keberlanjutan dan keragaman ekosistem informasi di Indonesia.

## **Pembahasan Penelitian**

### **1. Kekuasaan Platform Digital dan Ketimpangan Ekonomi Media Nasional**

Dominasi platform digital global seperti Google dan Meta dalam ekosistem media Indonesia telah menciptakan ketimpangan ekonomi yang signifikan. Kedua perusahaan ini tidak hanya menguasai jalur distribusi informasi, tetapi juga menyerap sebagian besar belanja iklan digital nasional. Laporan Katadata Insight Center dan Kominform (2023) mengungkapkan bahwa lebih dari 60% anggaran iklan digital Indonesia mengalir ke platform-platform ini, sementara media lokal hanya memperoleh kurang dari 10%. Situasi ini memperlihatkan betapa timpangnya arus ekonomi digital dan betapa terbatasnya akses media nasional terhadap sumber pendapatan utama mereka (Hasan & Sazali, 2025).

Ketergantungan media lokal pada platform digital semakin memperparah posisi mereka di tengah kompetisi konten yang sangat ditentukan oleh algoritma. Dalam kondisi ini, media lokal tidak lagi memegang kendali atas distribusi kontennya sendiri, melainkan harus menyesuaikan diri dengan logika platform yang mengutamakan keterlibatan pengguna dan klik. Hal ini membuat media lokal harus mengandalkan trafik dari media sosial atau mesin pencari, yang tidak selalu menguntungkan secara finansial. Mereka terdorong memproduksi konten yang ramah algoritma, bukan konten yang mendalam, mendidik, atau kritis.

Akibat langsung dari ketimpangan ini adalah penurunan pendapatan yang signifikan. Data dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI) tahun 2023 mencatat bahwa lebih dari 50% media lokal mengalami penurunan pendapatan iklan sebesar 30–60% dalam tiga tahun terakhir. Penurunan ini sebagian besar disebabkan oleh perpindahan anggaran iklan ke platform digital global, yang menawarkan sistem iklan terukur, segmentasi audiens yang akurat, serta jangkauan yang lebih luas. Media lokal, yang terbatas dalam teknologi dan infrastruktur, tak mampu menyaingi kecanggihan sistem yang ditawarkan platform tersebut, sehingga makin tertinggal secara ekonomi (Edi Wibowo, 2016).

Kondisi ini menunjukkan bahwa relasi antara media lokal dan platform digital sangat tidak seimbang. Media nasional tidak hanya kehilangan pendapatan, tetapi juga kehilangan kedaulatan atas kontennya sendiri. Mereka menjadi bagian dari sistem yang dikendalikan oleh aktor luar, tanpa kuasa yang sebanding dalam pengambilan keputusan distribusi atau monetisasi. Jika situasi ini terus dibiarkan, maka bukan hanya model bisnis media yang terancam, tetapi juga fungsi sosial media sebagai pilar demokrasi, pengawal kebebasan berekspresi, dan penjaga keberagaman wacana di ruang publik digital Indonesia.

## **2. Minimnya Kebijakan Regulatori dan Ancaman terhadap Keberagaman Budaya**

Di tengah kuatnya dominasi platform digital global, keberagaman budaya di ruang publik digital Indonesia mengalami tekanan serius. Algoritma yang digunakan oleh platform seperti YouTube, Facebook, dan Instagram lebih mengutamakan konten yang viral dan clickbait dibandingkan dengan konten yang bernilai edukatif atau kultural. Mekanisme ini mendorong homogenisasi informasi—konten yang berulang, dangkal, dan meniru tren global sehingga menggeser konten-konten lokal yang lebih bermuatan nilai budaya, sejarah, atau identitas daerah. Dalam jangka panjang, hal ini mengikis representasi budaya lokal di dunia digital dan mengganggu keseimbangan narasi publik.

Narasi lokal, termasuk dalam bentuk bahasa daerah, cerita rakyat, hingga praktik budaya tradisional, cenderung tenggelam dalam banjir informasi yang disusun berdasarkan logika algoritmik. Media lokal yang sebelumnya memainkan peran penting dalam menjaga identitas kultural kini kesulitan bersaing dalam distribusi konten. Ketika visibilitas konten ditentukan oleh seberapa besar interaksi pengguna, bukan oleh kualitas substansinya, maka suara-suara minoritas dan keberagaman narasi perlahan terpinggirkan. Situasi ini memperlihatkan bagaimana logika pasar digital global secara tidak langsung mereduksi kekayaan budaya Indonesia dalam ruang digital (Bangsawan, 2023).

Fenomena ini tidak hanya soal representasi, tetapi juga berkaitan erat dengan kualitas demokrasi digital. Ketika ruang publik dikuasai oleh konten seragam dan dangkal, maka diskursus publik menjadi miskin perspektif dan kurang reflektif. Masyarakat tidak lagi disugahi keragaman sudut pandang atau informasi yang menantang status quo, melainkan terpaku pada hiburan instan dan informasi cepat saji. Proses ini perlahan menciptakan masyarakat digital yang konsumtif secara informasi, namun minim kritisisme dan kesadaran kultural. Dalam jangka panjang, ketidakseimbangan ini dapat merusak basis deliberatif demokrasi dan mempersempit ruang ekspresi kelompok-kelompok budaya lokal.

Di sisi lain, dari segi kebijakan, negara belum menunjukkan langkah konkret dalam menghadapi ketimpangan ini. Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi memang merupakan capaian penting dalam perlindungan hak pengguna, namun belum menyentuh isu ketimpangan distribusi nilai ekonomi digital atau penguatan ekosistem media lokal. Sementara itu, Permenkominfo No. 5 Tahun 2020 tentang PSE (Penyelenggara Sistem Elektronik) masih berfokus pada kewajiban administratif semata—seperti registrasi dan pelaporan—tanpa mengatur mekanisme kontribusi platform terhadap konten lokal yang mereka distribusikan dan monetisasi (Purba et al., 2025).

Ketidakhadiran regulasi yang adil dan berpihak terhadap ekosistem media nasional ini memperparah situasi. Berbeda dengan Australia yang telah menerapkan News Media Bargaining Code untuk memaksa Google dan Meta membayar konten berita kepada media lokal, Indonesia belum memiliki perangkat hukum serupa. Akibatnya, platform tetap memegang kendali penuh atas distribusi, monetisasi, dan moderasi konten tanpa kewajiban untuk memberi timbal balik kepada produsen konten lokal. Ketimpangan ini menempatkan media nasional dalam posisi yang sangat lemah dan membuat keragaman budaya digital Indonesia semakin terancam oleh sentralisasi kekuasaan teknologi global.

## SIMPULAN

Kekuasaan platform digital global seperti Google dan Meta telah menciptakan ketimpangan struktural dalam ekosistem media digital Indonesia. Dominasi mereka dalam distribusi konten dan belanja iklan digital membuat media lokal kehilangan ruang ekonomi yang vital serta melemahkan posisi tawar dalam ekosistem informasi nasional. Ketergantungan terhadap algoritma dan trafik dari platform membuat media lokal kehilangan kontrol atas distribusi konten mereka sendiri. Akibatnya, bukan hanya terjadi penurunan pendapatan yang signifikan, tetapi juga ancaman terhadap keberlangsungan bisnis media nasional dan penyempitan ruang demokrasi. Dalam konteks ini, distribusi ekonomi digital tidak hanya mencerminkan persoalan bisnis, melainkan juga persoalan kekuasaan informasi dan representasi publik.

Di sisi lain, keberagaman budaya lokal turut tergerus akibat arsitektur algoritma yang cenderung mengutamakan konten viral dan seragam. Narasi-narasi lokal, bahasa daerah, serta konten jurnalistik yang memiliki nilai kultural cenderung terpinggirkan oleh logika pasar digital global. Sayangnya, belum ada intervensi kebijakan yang tegas dan progresif untuk mengoreksi ketimpangan ini. Indonesia masih tertinggal dalam menciptakan mekanisme regulasi yang mampu melindungi produsen konten lokal, seperti yang telah dilakukan oleh negara lain. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang lebih berpihak kepada kedaulatan informasi nasional, distribusi nilai ekonomi yang adil, serta perlindungan atas keragaman budaya digital agar ekosistem media dan demokrasi di Indonesia tetap sehat dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, A. A., Sakdiah, E., & Matondang, A. R. (2024). The Impact of Systemic Bias in Media Literacy on Stunting Mitigation Efforts in Nias Barat. *International Journal of Islamic Education, Research and Multiculturalism (IJIERM)*, 6(3), 1219–1235. <https://doi.org/10.47006/ijierm.v6i3.391>
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- Edi Wibowo. (2016). Implementasi Good Corporate Governance Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(2), 1–23.
- Fadila, R. N., Rahma, M. A., Trisnawati, T., Astuti, H. F. W., Ahmad, R. H., Fuadin, R. F., Barokah, P. R., & Fisya'bani, F. (2024). Media, Komunikasi dan Jurnalistik di Era Digital. In *Penerbit Qriset Indonesia*. <https://media.neliti.com/media/publications/586183-media-komunikasi-dan-jurnalistik-di-era-d53fa65a.pdf>
- Gumati, M. R. (2024). Digital Sovereignty and State Power: Indonesia's Approach to Digital Platforms Regulation. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(1), 99–126. <https://doi.org/10.15575/jispo.v14i1.39500>
- Hasan, K., & Sazali, H. (2025). Transformasi Kebijakan Dan Regulasi Komunikasi Siaran Tv Analog Ke Digital Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 6(1), 120–135. <https://doi.org/10.29103/jspm.v6i1.19360>
- Hasibuan, S., Humaizi, H., & Pohan, S. (2023). Teaching Indonesian Preschool Students about Media Literacy: Does It Matter Right Now? *The International Conference ..., October*. [https://www.researchgate.net/profile/Salman-Hasibuan/publication/375274569\\_Teaching\\_Indonesian\\_Preschool\\_Students\\_about\\_Media\\_Literacy\\_Does\\_It\\_Matter\\_Right\\_Now/links/6544ffd93fa26f66f4d26442/Teaching-Indonesian-Preschool-Students-about-Media-Literacy-Does](https://www.researchgate.net/profile/Salman-Hasibuan/publication/375274569_Teaching_Indonesian_Preschool_Students_about_Media_Literacy_Does_It_Matter_Right_Now/links/6544ffd93fa26f66f4d26442/Teaching-Indonesian-Preschool-Students-about-Media-Literacy-Does)
- Pohan, S., Pohan, H., & Nuria Savitri, I. (2017). *Digital Diplomacy-Maximizing Social Media in Indonesia's Economic and Cultural Diplomacy*. 81(Icosop 2016), 372–390. <https://doi.org/10.2991/icosop-16.2017.52>
- Priadi, R., & Rudianto. (2020). Enhancing Sustainable Ecological Footprints Through Climate Funds, Green Technology Investments and Research and Development Expenditure: a Panel Data Analysis of Asean Countries. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 10(Oct), 314–325. [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.Oct\(24\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.10.Oct(24))
- Purba, D. S., Dwi Permatasari, P., Tanjung, N., Rahayu, P., Fitriani, R., Wulandari, S., Universitas, J., Negeri, I., Utara, S., Muslim, U., & Al Washliyah, N. (2025). Analisis Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1), 126–139. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25367>

- Rahmanita Ginting. (2020). Kemampuan Literasi Media pada Era Informasi Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Medan. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 3(1). <https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.816>
- Rukminingsih. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*.
- Santi Indra Astuti, D. (2021). Modul Budaya Bermedia Digital. In *Kementerian Komunikasi dan Informatika humas@mail.kominfo.go.id*. <https://literasidigital.id/buku>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (cetakan ke). Alfabeta.
- Thariq, M. (2025). *Digital Shift of Print Media in North Sumatra : Monetization & Impact*. 7(1), 55–62.
- Wiranata, Khamim, & Asmarudin, I. (2023). Kebebasan Berekspresi Melalui Media Digital dan Penerapannya Di Indonesia. *Pancasakti Law Journal (PLJ)*, 1(2), 205–218. <https://doi.org/10.24905/>