JOURNAL OF COMMUNICATION AND CULTURAL STUDIES (JCCS)
Volume 1, Nomor 2, September 2026 | Halaman 56–66
Penerbit: Mahesa Research Center • Tersedia daring di: *https://mahesainstitute.web.id/ojs2/index.php/jccs*

ARTIKEL PENELITIAN (ORIGINAL RESEARCH ARTICLE)

Ekonomi Politik Platform Digital di Indonesia: Dampak terhadap Media Nasional, Budaya, dan Regulasi

Political Economy of Digital Platforms in Indonesia: Impacts on Media, Culture, and Regulation

Futri Indah Sari1*, Vivi Mauliza2, OK Dedy Arwansyah3
1,2,3Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia
**Penulis Korespondensi: putryindahsari21@gmail.com*

Diterima (Received):	Direvisi (Revised):	Disetujui (Accepted):	Diterbitkan (Published):
12 Juli 2026	**18 Agustus 2026**	**02 September 2026**	**15 September 2026**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis dinamika kekuasaan platform digital transnasional terhadap ekonomi media nasional, representasi keberagaman budaya, dan kapasitas regulasi negara di Indonesia melalui kerangka ekonomi politik komunikasi. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi kepustakaan kritis dan analisis wacana kritis model Norman Fairclough, penelitian ini menelaah korpus data kebijakan, literatur teoretis, serta data sekunder laporan industri periode 2022–2024. Hasil penelitian mengungkapkan tiga temuan utama. Pertama, dominasi struktural kapitalisme platform tercermin dari penguasaan lebih dari 60% belanja iklan digital nasional oleh Google dan Meta berdasarkan survei Katadata Insight Center dan Kominfo, sementara media berita lokal hanya menyerap kurang dari 10%. Ketimpangan ini berkontribusi pada penurunan pendapatan iklan sebesar 30–60% pada lebih dari 50% media daerah menurut laporan Aliansi Jurnalis Independen (AJI), yang memicu ketergantungan algoritmik dan pergeseran ke jurnalisme umpan klik (*clickbait*). Kedua, logika kurasi algoritmik berbasis maksimalisasi keterlibatan (*engagement metrics*) mereproduksi imperialisme platform digital yang meminggirkan narasi budaya lokal dan bahasa daerah, mereduksi ekspresi kultural menjadi komoditas hiburan sensasional yang tercerabut dari substansi filosofisnya. Ketiga, rezim regulasi sebelumnya (UU Perlindungan Data Pribadi dan Permenkominfo PSE) hanya berfokus pada administrasi teknis dan privasi individual tanpa menyentuh redistribusi nilai ekonomi media. Kehadiran Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang *Publisher Rights* menjadi instrumen progresif untuk menegosiasikan kedaulatan informasi nasional, meskipun efektivitasnya sangat ditentukan oleh independensi komite pengawas dan daya tawar media lokal terhadap potensi resistensi platform global.

Kata Kunci: *Platform digital; Ekonomi politik media; Keberagaman budaya; Tata kelola platform; Regulasi media.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the structural dominance of transnational digital platforms over the national media economy, cultural diversity representation, and state regulatory capacity in Indonesia through the lens of the political economy of communication. Adopting a qualitative descriptive approach grounded in critical library research and Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis, this research examines policy corpora, theoretical literature, and secondary industry reports covering the 2022–2024 period. The study reveals three central findings. First, platform capitalism manifests in severe economic asymmetry, wherein Google and Meta capture over 60% of national digital advertising expenditure according to Katadata Insight Center and Kominfo surveys, while local news media secure less than 10%. This disparity drives a 30–60% revenue drop across more than 50% of regional media outlets as reported by the Alliance of Independent Journalists (AJI), forcing algorithmic dependency and a shift toward clickbait journalism. Second, engagement-maximizing recommendation algorithms reproduce digital platform imperialism, marginalizing regional cultural narratives and indigenous languages by commodifying cultural expressions into superficial sensational entertainment detached from their philosophical substance. Third, earlier regulatory frameworks (the Personal Data Protection Law and Ministerial Regulation No. 5/2020) remained confined to administrative compliance and individual privacy without addressing economic redistribution. The enactment of Presidential Regulation No. 32 of 2024 on Publisher Rights represents a progressive breakthrough to establish national information sovereignty, though its efficacy hinges upon the operational independence of the oversight committee and the bargaining power of local media against potential global platform resistance.

Keywords: *Digital platforms; Political economy of media; Cultural diversity; Platform governance; Media regulation.*

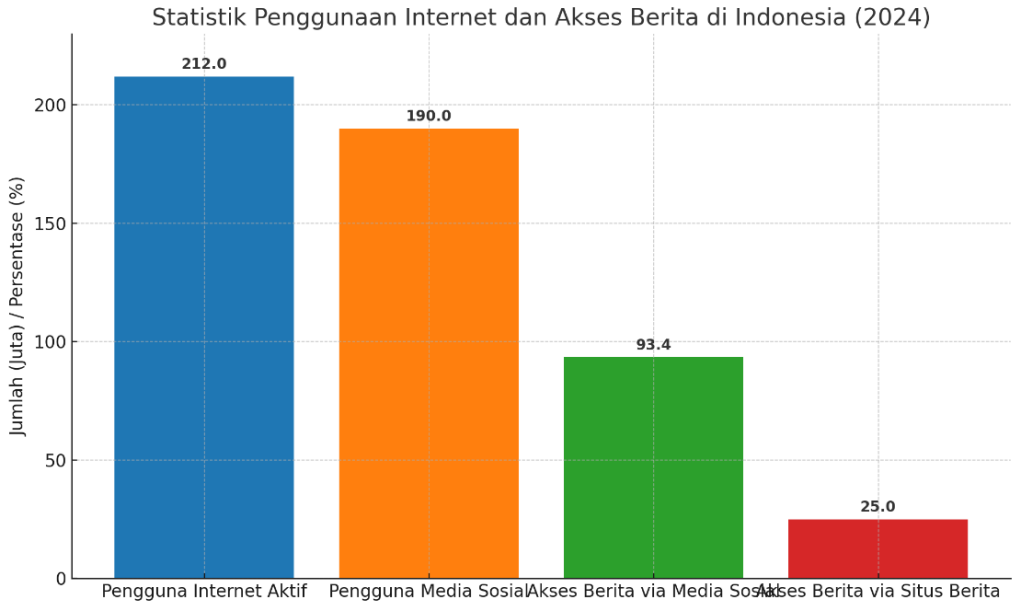
Cara Mengutip (How to Cite): Sari, F. I., Mauliza, V., & Arwansyah, O. D. (2026). Ekonomi Politik Platform Digital di Indonesia: Dampak terhadap Media Nasional, Budaya, dan Regulasi. *Journal of Communication and Cultural Studies (JCCS)*, 1(2), 56–66.

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.

PENDAHULUAN

Dalam era transformasi digital global, struktur kekuasaan media telah mengalami pergeseran tektonik dari korporasi berita konvensional dan institusi penyiaran nasional menuju hegemoni aktor teknologi transnasional yang dikenal sebagai platform digital, seperti Google (Alphabet), Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp), ByteDance (TikTok), YouTube, dan X (sebelumnya Twitter). Platform-platform ini bukan sekadar saluran komunikasi netral atau fasilitator teknis pertukaran pesan, melainkan entitas ekonomi politik yang menguasai empat pilar infrastruktur informasi modern: penguasaan infrastruktur distribusi digital, ekstraksi dan komodifikasi data pengguna skala masif (*surveillance capitalism*), monopoli ekosistem periklanan digital terprogram (*programmatic advertising*), serta kendali atas kurasi informasi melalui arsitektur algoritma tertutup (*black-box algorithms*). Melalui kombinasi kapabilitas teknokapitalis ini, platform digital mampu mendikte logika produksi wacana, pola konsumsi publik, dan alokasi nilai ekonomi di berbagai belahan dunia, termasuk di negara berkembang seperti Indonesia (Mosco, 2009; Srnicek, 2017; Thariq, 2025).

Di Indonesia, posisi platform digital telah berevolusi menjadi infrastruktur sentral bagi ruang publik kewargaan, kegiatan ekonomi kreatif, dan artikulasi identitas sosial. Data empiris dari We Are Social dan Kepios (2024) mencatat bahwa per awal tahun 2024, terdapat 212,9 juta pengguna internet aktif di Indonesia (penetrasi sebesar 74,3%), dengan 190 juta di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial. Menariknya, survei tersebut mengungkapkan pergeseran drastis dalam perilaku pencarian informasi: sebanyak 93,4% pengguna internet di Indonesia mengandalkan media sosial sebagai saluran utama dalam mengakses berita dan isu publik, sedangkan masyarakat yang secara reguler mengunjungi situs web resmi penerbit berita secara langsung (*direct traffic*) hanya tersisa 25,2%. Fenomena ini menegaskan bahwa gerbang distribusi informasi nasional kini berada di bawah perantaraan (*intermediation*) platform digital global, yang menentukan informasi apa yang bernilai visibilitas tinggi dan apa yang tereduksi ke pinggiran ruang publik (Wiranata & Asmarudin, 2023).



Gambar 1. *Statistik Pengguna Internet dan Perilaku Akses Berita di Indonesia (2024)*
Sumber: DataReportal / We Are Social & Kepios (2024) – Digital 2024: Indonesia.

Dominasi perantaraan informasi ini melahirkan krisis eksistensial bagi industri media jurnalisme nasional, terutama akibat asimetri relasi ekonomi politik antara media lokal dan raksasa platform global. Berdasarkan laporan survei Katadata Insight Center bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (2023), lebih dari 60% total belanja iklan digital di Indonesia tersedot oleh Google dan Meta. Sebaliknya, agregat seluruh penerbit media berita nasional dan lokal hanya mampu memperebutkan kurang dari 10% kue iklan digital tersebut. Ketimpangan pembagian nilai ekonomi ini

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.

memukul telak keberlangsungan ruang redaksi di berbagai daerah. Aliansi Jurnalis Independen (AJI, 2023) mencatat lebih dari 50% perusahaan media daerah mengalami penyusutan pendapatan iklan antara 30% hingga 60% dalam kurun waktu 2020–2023. Akibatnya, perusahaan media terjebak dalam disrupsi ganda: kehilangan sumber daya finansial untuk membiayai jurnalisme investigasi yang mendalam, sekaligus terpaksa mengorbankan integritas editorial demi memproduksi konten umpan klik (*clickbait*) yang sensasional agar sesuai dengan selera metrik keterlibatan platform, sehingga melemahkan fungsi pers sebagai pilar pengawas kekuasaan publik (*watchdog*) (Picard, 2014; Tapsell, 2017).

Dampak kekuasaan platform digital tidak hanya terbatas pada ranah ekonomi, melainkan juga merambah ke ranah keberagaman budaya dan kedaulatan wacana lokal. Algoritma kurasi platform media sosial dirancang secara sistemik untuk memaksimalkan waktu tonton (*watch time*) dan interaksi pengguna demi kepentingan akumulasi data iklan (Bucher, 2018; Gillespie, 2018). Dalam praktiknya, logika *engagement-maximizing* ini secara inheren menguntungkan konten-konten yang sensasional, bermuatan emosi ekstrem, atau meniru tren budaya populer global dan urban-sentris. Sebaliknya, narasi kebudayaan daerah, kearifan lokal Nusantara, ekspresi bahasa etnis, dan isu-isu komunitas adat yang kaya nilai filosofis kerap kali tersingkir dari linimasa rekomendasi karena dianggap memiliki daya sebar (*virality*) yang rendah. Terjadi apa yang disebut sebagai perataan kultural (*cultural flattening*), di mana tradisi lokal hanya dapat bertahan di ruang digital apabila dikomodifikasi menjadi hiburan cepat saji yang dangkal (Ginting, 2020; Zuboff, 2019).

Untuk menganalisis fenomena multidimensional ini secara mendalam, penelitian ini mengoperasionalkan tiga landasan teoretis yang saling melengkapi. Pertama, Teori Ekonomi Politik Komunikasi dari Vincent Mosco (2009), yang membedah tiga proses utama: *komodifikasi* (proses pengubahan konten jurnalistik, data perilaku pengguna, dan perhatian publik menjadi komoditas bernilai jual), *spasialisasi* (proses pengatasan batas ruang dan waktu melalui konsentrasi monopoli infrastruktur teknologi komunikasi digital), serta *strukturasi* (interaksi dialektis antara agensi media, masyarakat, dan struktur kekuasaan korporasi). Kerangka ini diperkaya oleh konsep *Platform Capitalism* dari Nick Srnicek (2017), yang mengonseptualisasikan platform periklanan (*advertising platforms*) sebagai model bisnis ekstraktif yang menguasai perangkat lunak dan lalu lintas data pengguna untuk mengamankan keunggulan monopoli pasar.

Kedua, perspektif *Imperialisme Kultural* dari Herbert Schiller (1976) yang direkonseptualisasikan oleh Dal Yong Jin (2015) menjadi *Digital Platform Imperialism*. Dalam konteks kekinian, imperialisme platform tidak lagi sekadar berbentuk ekspor produk audiovisual dari Barat, melainkan dominasi arsitektur platform digital, perangkat lunak, dan aturan algoritma yang menundukkan ekosistem komunikasi negara-negara berkembang ke dalam hegemoni teknokapitalisme global, yang pada akhirnya mendegradasi heterogenitas representasi budaya lokal.

Ketiga, konsep *Platform Governance* dari Tarleton Gillespie (2018) dan Robert Gorwa (2019), yang membedah bagaimana perusahaan platform menjalankan fungsi kuasi-regulator (*private governance*) melalui pembuatan aturan standar komunitas, moderasi konten, dan penetapan algoritma distribusi secara sepihak. Konsep ini digunakan untuk membedah ketegangan antara otoritas regulasi internal platform berhadapan dengan kapasitas regulatif negara dalam menegakkan kedaulatan hukum dan keadilan ekonomi digital.

Sejumlah literatur terdahulu telah menaruh perhatian pada aspek disrupsi digital di Indonesia. Kajian Gumati (2024) mengevaluasi relasi kekuasaan negara dalam regulasi digital, namun belum membedah secara spesifik mekanisme ketimpangan ekonomi periklanan media lokal. Kajian Paramadina Public Policy Institute (2022) mengamati perilaku konsumsi budaya populer anak muda di platform video pendek, namun tidak mengaitkannya dengan aspek kedaulatan ekonomi politik media. Di sisi regulasi, analisis Santi Indra Astuti (2021) serta Wiranata dan Asmarudin (2023) berfokus pada privasi data dan kebebasan berekspresi, namun belum menelaah dialektika ekonomi politik pasca-ditetapkannya Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang *Publisher Rights*. Dari pemetaan

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.

tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang nyata: studi-studi sebelumnya cenderung menganalisis dimensi ekonomi, representasi budaya, dan hukum regulasi secara parsial dan terpisah.

Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) yang ditawarkan oleh penelitian ini terletak pada integrasi simultan ketiga dimensi tersebut ke dalam satu kerangka analitis ekonomi politik komunikasi yang komprehensif: menyelidiki bagaimana struktur monopoli ekonomi platform global membentuk logika kurasi algoritmik yang meminggirkan keberagaman budaya lokal, serta bagaimana negara merespons ketimpangan struktural ini melalui instrumen regulasi *Publisher Rights* dan komparasi kebijakan internasional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan tiga tujuan utama: (1) menganalisis mekanisme kekuasaan platform digital dalam menciptakan ketimpangan struktur ekonomi media nasional dan mengancam model bisnis pers lokal; (2) mengkaji dampak logika kurasi algoritmik terhadap komodifikasi dan marjinalisasi keberagaman budaya daerah dalam ruang publik digital; serta (3) mengevaluasi efektivitas kerangka kebijakan regulasi di Indonesia (UU PDP, Permenkominfo PSE, dan Perpres No. 32 Tahun 2024) melalui studi komparatif dengan *News Media Bargaining Code* Australia dan *Digital Markets Act* Uni Eropa guna merumuskan tata kelola ekosistem informasi digital yang berdaulat dan berkeadilan.

Secara sistematika, artikel ini disusun ke dalam empat bagian utama. Setelah pendahuluan ini, metode penelitian akan memaparkan pendekatan kepustakaan kritis dan tahapan analisis wacana Fairclough. Bagian hasil dan pembahasan menguraikan temuan empiris dan analisis kritis dalam tiga subbab tematik, disusul dengan simpulan yang merumuskan implikasi teoretis, keterbatasan penelitian, serta rekomendasi kebijakan strategis bagi masa depan jurnalisme dan kebudayaan Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan kritis (*critical library research*) yang dipadukan dengan Analisis Wacana Kritis (*Critical Discourse Analysis* / CDA) model tiga dimensi Norman Fairclough (1995, 2013). Pendekatan ini dipilih karena kekuasaan platform digital beroperasi secara sistemik melalui jalinan teks, praktik institusional, dan relasi hegemoni sosiokultural yang memerlukan pembacaan kritis melampaui data permukaan (Rukminingsih et al., 2020; Sugiyono, 2021).

Korpus data penelitian dihimpun secara purposif dari sumber-sumber sekunder kredibel yang dipublikasikan dalam kurun waktu 2022 hingga 2024, mencakup tiga kategori dokumen: (1) Dokumen hukum dan regulasi resmi, meliputi Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) Lingkup Privat, Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas (*Publisher Rights*), serta regulasi komparatif global (*Treasury Laws Amendment (News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code) Act 2021* Australia dan *Digital Markets Act (DMA)* Uni Eropa); (2) Laporan empiris industri dan asosiasi profesi, terdiri dari survei belanja iklan Katadata Insight Center dan Kominfo (2023), laporan statistik digital We Are Social dan Kepios (2024), serta Laporan Tahunan Kondisi Industri Media dan Keselamatan Jurnalis dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI, 2023); dan (3) Dokumentasi kajian wacana publik mengenai representasi budaya lokal dan tren kurasi konten dalam ekosistem platform digital di Indonesia.

Operasionalisasi Analisis Wacana Kritis model Fairclough diterapkan melalui tiga tahapan dimensi yang terintegrasi: (1) *Analisis Teks (Tingkat Mikro)*: menelaah struktur kebahasaan, pilihan leksikal, metafora, dan klausul yuridis dalam dokumen regulasi serta pernyataan resmi platform terkait kompensasi hak cipta berita dan tata kelola konten; (2) *Analisis Praktik Diskursif (Tingkat Meso)*:

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.

mengkaji proses produksi, sirkulasi, dan konsumsi wacana di antara para pemangku kepentingan, termasuk bagaimana organisasi pers nasional dan perusahaan teknologi global memposisikan kepentingan mereka dalam perumusan kebijakan; serta (3) *Analisis Praktik Sosial-Kultural (Tingkat Makro)*: menempatkan temuan diskursif ke dalam konteks dinamika ekonomi politik yang lebih luas, yaitu hegemoni kapitalisme platform transnasional, ketimpangan pasar media nasional, serta dampaknya terhadap homogenisasi ruang budaya publik.

Untuk menjamin keabsahan dan reliabilitas analisis, penelitian ini menerapkan prosedur triangulasi data dan triangulasi teori. Triangulasi data dilakukan dengan memverifikasi silang klaim kuantitatif laporan industri (Katadata dan We Are Social) dengan temuan empiris asosiasi jurnalis independen (AJI) serta naskah akademik regulasi pemerintah. Apabila ditemukan discrepancy angka antar-sumber, peneliti melakukan telaah metodologis atas populasi responden dan tahun rilis data guna menentukan kontekstualisasi yang paling valid. Sementara itu, triangulasi teori dilakukan dengan mengonfrontasikan data terhadap sintesis kerangka *Political Economy of Communication* (Mosco, 2009), *Platform Capitalism* (Srnicek, 2017), *Digital Platform Imperialism* (Jin, 2015), dan *Platform Governance* (Gillespie, 2018).

Tahapan analisis data dilaksanakan melalui lima langkah sistematis: (1) reduksi dan inventarisasi korpus dokumen teks kebijakan dan laporan industri; (2) kategorisasi temuan ke dalam tiga kluster analitis (ekonomi media, kurasi budaya lokal, dan kebijakan regulasi); (3) analisis tiga dimensi wacana Fairclough pada masing-masing kluster; (4) analisis komparatif matriks regulasi internasional; serta (5) penarikan kesimpulan dan sintesis teoretis guna merumuskan rekomendasi kebijakan.

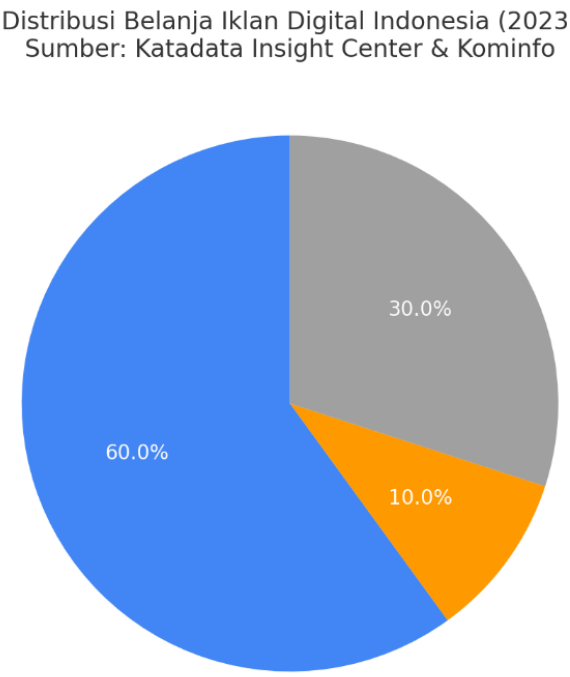
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis kritis terhadap korpus dokumen dan data industri mengungkapkan bahwa kekuasaan platform digital di Indonesia beroperasi sebagai dominasi struktural yang terjalin dalam tiga ranah strategis: struktur ekonomi industri media, konstruksi keberagaman budaya lokal, dan kapasitas kedaulatan regulasi negara. Pembahasan temuan disajikan secara seimbang ke dalam tiga subbab analitis di bawah ini.

1. Kekuasaan Platform Digital dan Ketimpangan Struktur Ekonomi Media Nasional

Temuan empiris mengonfirmasi bahwa ekosistem ekonomi media digital Indonesia berada dalam kondisi asimetri pasar yang parah. Berdasarkan laporan survei resmi Katadata Insight Center bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (2023), dua entitas teknologi multinasional—Google (Alphabet) dan Meta Platforms Inc.—menguasai lebih dari 60% pangsa belanja iklan digital di Indonesia. Sementara itu, kue iklan yang tersisa sebesar 30% terdistribusi di platform periklanan digital global lainnya (seperti TikTok, X, dan jaringan programmatic multinasional), menyisakan kurang dari 10% untuk diperebutkan oleh seluruh perusahaan media massa berita nasional dan lokal di Indonesia (Gambar 2).

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.



Gambar 2. *Estimasi Distribusi Belanja Iklan Digital di Indonesia (2023)*
Sumber: Diolah dari Laporan Riset Katadata Insight Center & Kominfo (2023).

Ketimpangan distribusi ekonomi ini menimbulkan guncangan finansial langsung terhadap keberlangsungan penerbit pers lokal di Indonesia. Laporan investigatif Aliansi Jurnalis Independen (AJI, 2023) mengenai kondisi kerja dan bisnis media mencatat bahwa lebih dari 50% perusahaan pers lokal di berbagai provinsi mengalami kemerosotan pendapatan iklan antara 30% hingga 60% dalam rentang waktu 2020–2023. Penurunan drastis ini dipicu oleh migrasi massal pengiklan komersial dan korporasi dari saluran media berita konvensional/situs web penerbit menuju sistem periklanan digital bertarget (*targeted advertising*) yang disediakan oleh Google Ads dan Meta Ads Manager. Platform-platform ini menawarkan biaya per impresi yang jauh lebih efisien, jangkauan demografis yang presisi berbasis pelacakan data pribadi, serta pengukuran performa kampanye secara *real-time* yang tidak mampu ditandingi oleh infrastruktur teknologi media lokal (Hasan & Sazali, 2025; Thariq, 2025).

Ditinjau dari perspektif ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco (2009) dan konsep kapitalisme platform Nick Srnicek (2017), fenomena ini merefleksikan proses *komodifikasi ganda* dan *spasialisasi monopoli*. Platform digital beroperasi sebagai *multi-sided markets* yang mengekstraksi nilai tambah ekonomi dari kerja jurnalistik tanpa menanggung beban biaya produksi informasi (*free-riding*). Ruang redaksi media lokal membiayai kerja jurnalis di lapangan, melakukan investigasi, memverifikasi fakta, dan memproduksi berita orisinal. Namun, saat artikel disebarluaskan di ruang siber, platform bertindak sebagai agregator yang menyedot trafik audiens dan mengomodifikasi perhatian publik (*audience commodity*) menjadi data perilaku bernilai tinggi untuk dijual kepada pengiklan global. Terjadi disosiasi tajam antara pihak yang memproduksi nilai jurnalistik (media berita) dan pihak yang mengantongi keuntungan kapital terbesar dari distribusi nilai tersebut (platform global).

Dampak struktural yang paling berbahaya dari ketimpangan ini adalah tergerusnya *kedaulatan konten dan data audiens* (*content and audience sovereignty*) media lokal. Akibat ketergantungan finansial dan distribusi pada platform, ruang redaksi daerah mengalami *algorithmic dependency* (ketergantungan algoritmik). Untuk mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya, media massa lokal terpaksa menggeser orientasi editorialnya dari jurnalisme publik yang berbobot (*public interest journalism*) menuju industri jurnalisme umpan klik (*clickbait journalism*). Topik berita direkayasa sedemikian rupa dengan judul sensasional, isu viral yang bombastis, dan pemecahan artikel menjadi

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.

banyak halaman (*page-splitting*) semata-mata demi mengejar metrik impresi klik dan algoritma mesin pencari (*Search Engine Optimization* / SEO). Dalam jangka panjang, kondisi ini mengikis kualitas jurnalisme investigatif yang memakan biaya dan waktu, mendepresiasi independensi pers, serta mereduksi peran media sebagai anjing penjaga kepentingan publik (*watchdog*) di tingkat lokal (Picard, 2014; Purba et al., 2025; Tapsell, 2017).

2. Logika Kurasi Algoritmik dan Marjinalisasi Keberagaman Budaya Lokal

Pada dimensi sosiokultural, kekuasaan platform digital beroperasi melalui hegemoni tak kasatmata arsitektur algoritma kurasi. Sistem rekomendasi pada platform seperti TikTok, YouTube, Instagram, dan Facebook tidak didesain untuk melestarikan keberagaman budaya (*cultural diversity*) atau mencerdaskan publik, melainkan diprogram secara matematis untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna (*engagement-maximizing logic*) guna memperpanjang durasi paparan iklan (Bucher, 2018; Gillespie, 2018). Dalam ekologi perhatian (*attention economy*) ini, metrik algoritmik memberikan bobot preferensi tertinggi pada konten yang mampu memicu stimulasi afektif instan—seperti kemarahan, sensasi humor berlebihan, skandal selebritas, dan tren audio-visual yang seragam.

Analisis dokumentasi tren wacana media digital di Indonesia memperlihatkan ketimpangan representasi kultural yang mencolok. Mayoritas konten populer yang menduduki linimasa tren platform video pendek didominasi oleh narasi gaya hidup urban-sentris (berpusat di Jakarta dan kota-kota megapolitan) serta materi promosi selebritas/influencer komersial mapan (mencakup lebih dari 95% lalu lintas perhatian publik). Sebaliknya, konten yang secara substantif mengangkat khazanah kebudayaan daerah—seperti praktik ritual adat nusantara, sastra lisan daerah, dokumentasi bahasa daerah yang terancam punah, hingga dinamika kehidupan komunitas masyarakat adat pedalaman—hanya memperoleh porsi marjinal (kurang dari 5% visibilitas publik).

Kondisi ini semakin diperparah oleh fenomena *komodifikasi dan perataan budaya* (*cultural flattening*). Bahkan ketika elemen budaya lokal berhasil menembus linimasa viral, konten tersebut umumnya telah mengalami desakralisasi dan pemangkasan konteks filosofis: busana adat atau tarian sakral daerah kerap direduksi menjadi sekadar latar parodi sensasional atau tantangan tarian pop berdurasi 15 detik demi memuaskan algoritma komersial. Logika pasar platform mendisensitisasi publik dari makna kearifan lokal yang autentik, menggantikannya dengan simulakra budaya yang mudah dikonsumsi secara instan (Bangsawan, 2023; Fadila et al., 2024; Santi Indra Astuti, 2021).

Melalui kacamata *Digital Platform Imperialism* (Jin, 2015; Schiller, 1976), arsitektur teknologi platform digital global mereproduksi bentuk baru penjajahan kultural. Jika imperialisme media klasik beroperasi melalui dominasi ekspor tayangan televisi atau film Hollywood, maka imperialisme platform beroperasi melalui standardisasi selera dan format komunikasi yang didikte oleh algoritma Silicon Valley dan korporasi transnasional. Kekuatan algoritmik ini menggeser heterogenitas narasi kebudayaan daerah di Indonesia menuju homogenitas budaya populer global yang bercorak konsumeristis. Dampak jangka panjangnya adalah tergerusnya kedaulatan identitas budaya generasi muda dan melemahnya ruang deliberasi demokrasi publik, di mana wacana kewargaan yang reflektif dan berakar pada nilai-nilai lokal tenggelam di bawah banjir informasi sensasional yang seragam (Ginting, 2020; Pohan et al., 2017; Zuboff, 2019).

3. Tata Kelola Kebijakan Regulasi: Evaluasi Instrumen Hukum Nasional dan Komparasi Internasional

Menghadapi ekspansi kekuasaan platform digital, kapasitas regulatif negara diuji dalam menjaga keseimbangan antara inovasi teknologi, keadilan ekonomi pers, dan kedaulatan informasi nasional. Evaluasi kritis terhadap instrumen hukum yang berlaku di Indonesia menunjukkan adanya evolusi kebijakan dari pendekatan administratif-reaktif menuju upaya intervensi struktural.

Sebelum tahun 2024, kerangka hukum Indonesia ditandai oleh kekosongan regulasi ekonomi digital yang spesifik. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.

PDP), meskipun menjadi capaian monumental bagi perlindungan hak-hak fundamental subjek data dan kewajiban pengendali data, secara yuridis dibatasi oleh mandat perlindungan privasi individu. UU PDP tidak memiliki instrumen untuk mengintervensi praktik monopoli persaingan usaha periklanan digital atau mewajibkan platform berbagi rente ekonomi dengan penerbit pers lokal. Demikian pula, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) Lingkup Privat lebih menitikberatkan pada kepatuhan administratif pendaftaran sistem serta mekanisme sensor penapisan/penurunan konten (*content takedown*), yang sering kali dikritik karena membahayakan kebebasan berekspresi tanpa pernah menyentuh keadilan bagi hasil ekonomi media (Gumati, 2024; Wiranata & Asmarudin, 2023).

Titik balik regulasi media di Indonesia ditandai oleh disahkannya *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas* (populer dikenal sebagai regulasi *Publisher Rights*). Berdasarkan analisis teks yuridis terhadap Perpres 32/2024, regulasi ini memuat empat pilar mandat pokok: (1) kewajiban perusahaan platform digital untuk memprioritaskan dan memfasilitasi jurnalisme berkualitas di ekosistemnya; (2) larangan memfasilitasi penyebaran konten berita yang tidak sejalan dengan kode etik jurnalistik; (3) kewajiban menjalin kerja sama komersial dengan perusahaan pers melalui skema lisensi berbayar (*paid licensing*), bagi hasil pendapatan (*revenue sharing*), atau kerja sama bagi data pengguna agregat; serta (4) pembentukan Komite Independen di bawah Dewan Pers yang bertugas mengawasi kepatuhan platform, memfasilitasi arbitrase mediasi sengketa negosiasi bagi hasil, dan memastikan transparansi algoritma agar tidak mendiskriminasi karya jurnalistik lokal berkualitas.

Meskipun Perpres No. 32 Tahun 2024 merupakan langkah progresif dalam menegakkan kedaulatan digital nasional, efektivitas implementasinya dihadapkan pada sejumlah tantangan struktural yang signifikan. Untuk membedah posisi dan tantangan regulasi Indonesia, Tabel 1 menyajikan perbandingan komparatif kerangka regulasi platform digital di empat yurisdiksi utama dunia.

Negara & Regulasi	Model Pendekatan Regulatif	Mekanisme Pembagian Nilai Ekonomi	Penyelesaian Sengketa	Tantangan & Respon Platform
Australia: News Media Bargaining Code (2021)	Intervensi persaingan usaha struktural melalui undang-undang wajib (mandatory code) di bawah wewenang ACCC.	Kewajiban platform (Google & Meta) membayar royalti konten berita melalui negosiasi komersial langsung.	Arbitrase mengikat (final-offer arbitration) jika negosiasi bipartit buntu dalam 3 bulan.	Meta sempat memblokir tautan berita selama seminggu; berhasil menghasilkan kesepakatan >AUD 200 juta/tahun.
Kanada: Online News Act / Bill C-18 (2023)	Kewajiban legislasi formal bagi platform dominan untuk mengompensasi penerbit berita berita lokal dan nasional.	Perjanjian kompensasi kolektif atau kontribusi dana terpusat tahunan bagi jurnalisme.	Mediasi dan arbitrase wajib di bawah pengawasan Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC).	Meta memblokir permanen konten berita di Facebook/Instagram Kanada; Google menyepakati pembayaran CAD 100 juta/tahun.
Uni Eropa: Digital Markets Act (DMA, 2022) & Copyright Directive (2019)	Penetapan status 'Gatekeeper' secara ex-ante dan pengakuan Hak Terkait (neighbouring rights) bagi penerbit pers.	Remunerasi wajib atas pemanfaatan cuplikan berita (snippets) dan pembatasan monopoli periklanan digital.	Sanksi denda administratif hingga 10–20% dari perputaran omzet global tahunan perusahaan platform.	Kepatuhan parsial melalui gugatan hukum; platform berupaya mendiversifikasi algoritma dari tautan berita.
Indonesia: Perpres No. 32 Tahun 2024 (Publisher Rights)	Regulasi tingkat peraturan presiden yang memandatkan kemitraan berkeadilan dan pengawasan etika jurnalisme.	Kerja sama komersial bipartit berbasis lisensi berbayar, bagi hasil iklan, dan transparansi data audiens.	Fasilitasi mediasi dan arbitrase non-yudisial melalui Komite Independen di bawah Dewan Pers.	Resistensi terselubung platform; ketimpangan daya tawar media lokal independen vs. konglomerasi media besar.

Tabel 1. *Perbandingan Komparatif Kerangka Regulasi Platform Digital Antar-Negara*

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.

Sumber: Olahan Peneliti dari Teks Regulasi Resmi dan Studi Literatur Global (2026).

Analisis komparatif di atas menunjukkan bahwa keberhasilan model Australia bersandar pada keberanian negara menerapkan klausul *final-offer arbitration* yang mengikat secara hukum di bawah otoritas antimonopoli (*Australian Competition and Consumer Commission* / ACCC). Hal ini memaksa platform raksasa untuk menandatangani kesepakatan komersial karena risiko putusan arbitrase yang dapat memberatkan mereka jika tidak bernegosiasi secara adil. Sebaliknya, di Kanada, ketegasan undang-undang memicu tindakan agresif dari Meta yang memilih memblokir permanen seluruh tautan berita di Facebook dan Instagram, yang membuktikan rapuhnya ketergantungan media terhadap saluran distribusi platform swasta transnasional.

Dalam konteks Indonesia, Perpres No. 32 Tahun 2024 menghadapi dilema krusial. Di satu sisi, bentuk hukumnya sebagai Peraturan Presiden memiliki tingkat fleksibilitas implementasi yang lebih cepat dibandingkan undang-undang baru di parlemen. Namun, di sisi lain, kekuatan eksekutorial sanksi terhadap korporasi global yang berkedudukan di luar yurisdiksi nasional menjadi titik paling rentan. Selain itu, terdapat kekhawatiran nyata mengenai disparitas kekuatan negosiasi: konglomerasi media nasional di Jakarta memiliki posisi tawar yang jauh lebih kuat untuk menegosiasikan lisensi berbayar dengan Google dan Meta, sementara media independen lokal di tingkat daerah terancam terpinggirkan dari skema redistribusi nilai ekonomi ini. Oleh karena itu, mandat independensi Komite Perpres 32/2024 menjadi faktor penentu: komite harus memastikan bahwa alokasi dana bagi hasil dan transparansi algoritma diprioritaskan bagi media daerah yang memproduksi konten berbasis kepentingan publik dan pelestarian keberagaman budaya lokal.

Sebagai sintesis teoretis akhir, temuan penelitian ini membuktikan keterkaitan dialektis antara ekonomi, budaya, dan hukum: monopoli ekonomi kapitalisme platform (*Srnicek*) menjadi basis material bagi beroperasinya algoritma komersial yang meminggirkan identitas budaya lokal (*Jin/Schiller*), sementara intervensi negara melalui tata kelola regulatif (*Gillespie/Mosco*) merupakan prasyarat mutlak untuk mencegah runtuhnya ekosistem informasi publik yang demokratis dan berdaulat di Indonesia.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kekuasaan platform digital transnasional telah melahirkan dominasi struktural yang mengikis ekosistem media nasional, memarginalkan keberagaman budaya, dan menantang kedaulatan regulasi di Indonesia. Secara ekonomi, penguasaan lebih dari 60% belanja iklan digital nasional oleh Google dan Meta telah memicu krisis finansial akut bagi media pers lokal (penurunan pendapatan 30–60% pada lebih dari separuh ruang redaksi daerah), yang mendorong ketergantungan algoritmik dan pergeseran ke arah jurnalisme umpan klik (*clickbait*). Secara kultural, arsitektur kurasi algoritma berbasis metrik interaksi (*engagement metrics*) mereproduksi imperialisme platform digital yang menomorduakan narasi budaya daerah, mendesakralisasi tradisi lokal menjadi komoditas hiburan instan yang dangkal, dan memiskinkan kualitas deliberasi demokrasi publik. Di ranah regulasi, hadirnya Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 (*Publisher Rights*) merupakan tonggak hukum progresif yang mengakhiri kekosongan intervensi negara, meskipun efektivitas operasionalnya sangat bergantung pada integritas Komite Independen dalam mengawal negosiasi bagi hasil yang adil bagi media lokal di daerah.

Penelitian ini memiliki keterbatasan metodologis yang perlu diakui, yakni fokus kajian yang berpusat pada analisis dokumen kebijakan yuridis, data sekunder industri, dan analisis wacana kritis, tanpa melakukan wawancara langsung dengan manajemen platform global maupun survei etnografis lapangan di seluruh redaksi daerah pasca-pemberlakuan Perpres 32/2024. Sebagai agenda penelitian lanjutan, disarankan adanya studi empiris mengenai implementasi negosiasi kontrak komersial media daerah dengan platform di bawah pengawasan Komite Independen, audit independen terhadap bias algoritma platform dalam mengkurasi karya jurnalistik, serta analisis resepsi audiens lokal terhadap

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.

konten kebudayaan di media sosial guna merumuskan kebijakan afirmatif bagi keberlanjutan kedaulatan informasi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Aliansi Jurnalis Independen (AJI). (2023). Laporan kondisi industri media dan keselamatan jurnalis Indonesia 2023. AJI Indonesia.

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

Bucher, T. (2018). If... then: Algorithmic power and politics. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001

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. Penerbit Qriset Indonesia.

Fairclough, N. (1995). Critical discourse analysis: The critical study of language. Longman.

Fairclough, N. (2013). Critical discourse analysis: The critical study of language (2nd ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315834368

Gillespie, T. (2018). Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. Yale University Press. https://doi.org/10.12987/9780300235029

Ginting, R. (2020). Kemampuan literasi media pada era informasi digital di kalangan mahasiswa Kota Medan. Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA), 3(1), 1–6. https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.816

Gorwa, R. (2019). What is platform governance? Information, Communication & Society, 22(6), 854–871. https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914

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

Jin, D. Y. (2015). Digital platforms, imperialism and political culture. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315758343

Katadata Insight Center, & Kominfo. (2023). Survei ekosistem digital dan belanja iklan media di Indonesia 2023. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

Mosco, V. (2009). The political economy of communication (2nd ed.). SAGE Publications. https://doi.org/10.4135/9781446279946

Paramadina Public Policy Institute. (2022). Pengaruh konsumsi media sosial terhadap identitas kultural generasi muda Indonesia. Paramadina University Press.

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas.

Picard, R. G. (2014). Twilight or new dawn of journalism? Evidence from the changing news ecosystem. Administration & Society, 46(3), 273–283. https://doi.org/10.1177/0095399713509241

Pohan, S., Pohan, H., & Nuria Savitri, I. (2017). Digital diplomacy-maximizing social media in Indonesia's economic and cultural diplomacy. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 81, 372–390. https://doi.org/10.2991/icosop-16.2017.52

Purba, D. S., Permatasari, P. D., Tanjung, N., Rahayu, P., Fitriani, R., & Wulandari, S. (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

Rukminingsih, Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). Metode penelitian kuantitatif & kualitatif: Panduan praktis untuk penelitian ilmiah. Erhaka Utama.

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.

Santi Indra Astuti. (2021). Modul budaya bermedia digital. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. https://literasidigital.id/buku

Schiller, H. I. (1976). Communication and cultural domination. International Arts and Sciences Press.

Srnicek, N. (2017). Platform capitalism. Polity Press.

Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Cetakan ke-3). Alfabeta.

Tapsell, R. (2017). Media power in Indonesia: Oligarchs, citizens and the digital technologies. Rowman & Littlefield.

Thariq, M. (2025). Digital shift of print media in North Sumatra: Monetization & impact. Jurnal Komunikasi Massa, 7(1), 55–62.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

We Are Social, & Kepios. (2024). Digital 2024: Indonesia. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia

Wiranata, K., & 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/plj.v1i2.213

Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.

© 2026 The Author(s). Diterbitkan oleh Mahesa Research Center di bawah lisensi CC BY-SA 4.0.