

LOKAKOTA Jurnal
Kajian
Komunikasi

Jurnal Kajian Komunikasi | Vol. 01 | No. 01 | Pages 1-122 | Oktober 2025 | ISSN XXX-XXX

Editorial Team

Jurnal Kajian Komunikasi

Loka Kota

Beranda Tentang Jurnal Ini Dewan Editor dan Reviewer Kajian Isu - Penyerahan Naskah Kontak Q Cari

Beranda / Dewan Editor

Dewan Editor

SUSUNAN REDAKSI

Editor-in-Chief

Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si

Editorial Team

1. Yudhistira Ardi Poetra, M.I.Kom (Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)
2. R. Nanang Widyatmoko, M.Sn (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)
3. Velda Ardia, S.I.Kom., M.Si (Universitas Muhammadiyah Jakarta)
4. Muhammad Lukman Arifianto., M.Si (Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)
5. Eko Hari Saksono, SE, M.Si (Universitas Sahid Jakarta)
6. Dr. Arif Nugroho., M.AP (Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten)

Peer Reviewer

1. Prof. Dr. Sunarto., M.Si (Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama Jakarta)
2. Dr. Andi Mirza Ronda., M.Si (Universitas Sahid Jakarta)
3. Dr. Aries., S.Sos., M.Si (Universitas Serang Raya, Banten)
4. Dr. Rully, S.Sn., M.I.Kom (London School of Public Relations Jakarta)
5. Dr. Rina Sovianti., M.I.Kom (Universitas Bunda Mulia)
6. Dr. Ajeng Iva Febriana., M.I.Kom (Universitas Jayabaya Jakarta)
7. Dr. Ignasius Liliek Senaharjanta, S.Sn., M.I.Kom (Universitas Ciputra Surabaya)
8. Dr. Elva Ronaning Roem, S.Sos., M.Si (Universitas Andalas, Padang)
9. Dr. Murhadi., MM (Politeknik Sahid)
10. Dr. Zulisah Maryani, S.S., MA (Institut Seni Indonesia Yogyakarta)
11. Dr. Agus Triyono., M.I.Kom (Universitas Dian Nuswantoro, Semarang)
12. Dr. Olih Solihin., S.Sos., M.I.Kom (Universitas Komputer Indonesia)
13. Dr. J.A. Wempi., M.Si (London School of Public Relations Jakarta)
14. Dr. Media Suahya., M.Si (Universitas Serang Raya)

Desain dan Layout

Duki, S.I.Kom

Informasi

Untuk Pembaca

Untuk Penulis

Untuk Pustakawan


Pengunjung


to 388

1,452


FLAG Counter

Partner

 Lokakota

 CIGI Digital

Download Template

 Unduh Template Naskah

Alamat Jurnal:

Link. Kelapa Dua No. 161 RT 01 RW 07
Kelurahan Kagungan, Kota Serang, Provinsi Banten
Email : admin@jurnal.lokakota.id
Telepon : +62 852-1122-2161
Website : jurnal.lokakota.id

LOKAKOTA *Jurnal*

Kajian Komunikasi

DAFTAR ISI (TABLE OF CONTENT)

Analisis Semiotika Makna Kerinduan Pada Lirik Lagu “Janji Setia” Karya Tiara Andini Qurnia Dwi Nur Malita	1-10
Transformasi Ekonomi Media di Indonesia Rully, Annisarizki	11-23
Analisis Naratif Film “Norma: Mertua Dan Menantu” Ketegangan Budaya Patriarki Perempuan Dua Generasi Saeful Mujab, Sigit Surahman	24-34
Gaya Komunikasi Guru dalam Pendidikan Karakter Anak Sekolah Minggu GBI Taman Kebalen Yudhistira Ardi Poetra, Angela Jani Sentosa, Jennifer Jacklin Sigarlaki	35-48
Komunikasi Strategis Pemerintah Daerah Aries	49-60
Peran Media Massa dalam Membentuk Opini Publik terhadap Kebijakan Pemerintah Yosephine Claudie, Nikola Jasmin, Devita Jong, Mahathir Muhammad, Yohannes Don Bosco Doho	61-70
Bali dalam Pusaran <i>Branding</i> Sentrifugal Budaya dan Sentripetal Identitas Nasional Made Wilantara, Misnan	71-84
Representasi Kasih Sayang Dalam Film <i>How To Make Millions Before Grandma Dies</i> Reyhan Nur Fikri	85-97
Kekalahan Timnas Indonesia vs Australia: Kajian Framing Pemberitaan Media Online lokal Kalimantan Adevy Vanie, Bella Wulansari, Fransiska	98-112
Analisis Komunikasi Efektif Pilot Dengan Cabin Crew Citilink Indonesia Dalam Menghadapi Keadaan Darurat Selama Penerbangan Nadia Agrellia Laban, Euis Nurul bahriyah, Jatayu Hadi Prakoso, Fajarina	113-122

Transformasi Ekonomi Media di Indonesia

Rully¹, Annisarizki²

¹Ilmu Komunikasi, London School of Public Relations, Indonesia

²Ilmu Komunikasi, Universitas Serang Raya, Indonesia

Email: annisarizzkii@gmail.com

ABSTRACT

The Economic Transformation of Media in Indonesia. The economic transformation of media in Indonesia has become a subject of increasing concern, especially with the rapid penetration of digital technology in the country. This article aims to delve deeper into the economic changes occurring in the Indonesian media industry, with a focus on datafication and media monopolies. Using a descriptive analysis approach, this article discusses how traditional and new media in Indonesia are responding to the digital revolution. It examines changes in media consumption patterns, media business structures, and the relationships between media, advertisers, and audiences. The findings indicate that the economic transformation of media in Indonesia creates a complex stage, where there is tension between technological advances and unique local contexts. The conclusion of this article presents several policy recommendations and business strategies to support sustainable growth and media pluralism in this digital era.

Keywords: *economy, politics, media, transformation*

ABSTRAK

Transformasi ekonomi media di Indonesia telah menjadi subjek perhatian yang semakin meningkat, terutama seiring dengan penetrasi teknologi digital yang pesat di negara ini. Artikel ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang perubahan ekonomi yang terjadi dalam industri media Indonesia, dengan fokus pada datafikasi dan monopoli media. Dengan pendekatan analisis deskriptif, artikel ini membahas bagaimana media tradisional dan baru di Indonesia merespons revolusi digital. Artikel ini mengkaji perubahan dalam pola konsumsi media, struktur bisnis media, serta hubungan antara media, pengiklan, dan pemirsa. Hasil menunjukkan bahwa transformasi ekonomi media di Indonesia menciptakan panggung yang kompleks, di mana terdapat tegangan antara kemajuan teknologi dan konteks lokal yang unik. Kesimpulan artikel ini menyajikan beberapa rekomendasi kebijakan dan strategi bisnis untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dan pluralitas media dalam era digital ini.

Kata Kunci: ekonomi, politik, media, transformasi

Unggah: 2025-08-09

Revisi: 2025-08-12

Diterima: 2025-08-15

Tersedia Online: Okt 2025

Sitatsi: Rully & Annisarizki (2025). Transformasi Ekonomi Media di Indonesia, *LOKAKOTA Jurnal Kajian Komunikasi*, 1 (1), 11–23.

PENDAHULUAN

Industri di Indonesia telah mengalami perubahan yang mencolok dalam beberapa dekade terakhir, sebagian besar disebabkan oleh perkembangan teknologi digital yang pesat. Transformasi ini tidak hanya memengaruhi cara kita

mengonsumsi media, tetapi juga mengubah lanskap bisnis media secara keseluruhan (Arthur, 2017). Dari perubahan pola konsumsi hingga evolusi struktur bisnis, transformasi ekonomi media menjadi sorotan utama, karena dampaknya yang luas memengaruhi banyak aspek kehidupan sosial, politik, dan budaya di negara ini. Sebelumnya, media tradisional seperti televisi, radio, dan cetak memiliki dominasi yang kuat dalam menyampaikan informasi dan hiburan kepada publik.

Namun, dengan munculnya internet dan teknologi digital, paradigma mulai bergeser. Konsumen sekarang memiliki akses yang lebih mudah dan cepat ke berbagai jenis konten media melalui platform digital seperti situs web berita, media sosial, dan layanan streaming. Hal ini tidak hanya mengubah cara kita mengonsumsi konten media, tetapi juga menciptakan tantangan baru bagi pelaku industri yang lebih tradisional. Transformasi ekonomi media di Indonesia juga tercermin dalam perubahan struktur bisnis. Perusahaan media yang sebelumnya bergantung pada pendapatan dari iklan dan penjualan kopi fisik kini harus menyesuaikan diri dengan model bisnis baru yang lebih berfokus pada pendapatan digital. Hal ini menuntut adanya inovasi dalam strategi pemasaran dan monetisasi konten, serta peningkatan kualitas dan relevansi konten agar menarik bagi pengguna digital.

Tidak hanya itu, regulasi industri juga menjadi bagian penting dari transformasi ekonomi media di Indonesia. Pemerintah harus mempertimbangkan aspek kebijakan yang mengatur seperti kebebasan pers, perlindungan konsumen, dan pembajakan konten di era digital ini. Tantangan regulasi yang kompleks ini memerlukan pendekatan yang seimbang antara dukungan inovasi dan perlindungan kepentingan publik. Secara keseluruhan, transformasi ekonomi media di Indonesia tidak hanya menciptakan peluang baru, tetapi juga menimbulkan tantangan yang signifikan. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut tentang dinamika transformasi ini sangat penting untuk memahami dampak yang luas dan merumuskan strategi yang tepat untuk menghadapinya.

Sejak awal abad ke-21, Indonesia telah menjadi saksi dari transformasi yang cukup dramatis dalam lanskap media. Perkembangan yang cepat dalam penetrasi internet dan adopsi teknologi digital telah mengubah secara mendasar akses publik, konsumsi, dan interaksi dengan konten media. Fenomena ini tidak hanya mengubah kecil dalam preferensi konsumen, namun merupakan perubahan besar dalam cara kita berinteraksi dengan informasi, hiburan, dan budaya secara keseluruhan.

Salah satu faktor utama yang memperkuat transformasi ini adalah peningkatan penetrasi internet di Indonesia. Seiring dengan semakin terjangkaunya akses internet di berbagai daerah, masyarakat memiliki peluang yang lebih besar untuk terhubung dengan konten media dari berbagai sumber. Tidak hanya itu, adopsi teknologi digital seperti smartphone dan tablet telah membawa media ke dalam genggamannya setiap individu, memungkinkan mereka

mengakses konten kapan pun dan di mana pun mereka berada. Masuknya platform media sosial dan layanan streaming juga telah membawa perubahan signifikan dalam paradigma distribusi konten dan monetisasi media. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan YouTube telah menjadi wadah utama bagi konten digital, memungkinkan individu dan perusahaan untuk menjangkau lebih banyak audiens secara lebih langsung (McAfee & Brynjolfsson, 2017). Di samping itu, layanan streaming seperti Netflix, Spotify, dan Disney+ telah mengubah cara kita mengonsumsi hiburan, dengan menawarkan akses ke ribuan film, acara televisi, dan musik dengan model berlangganan yang lebih fleksibel (Surahman, 2024). Semua perubahan ini telah menghadirkan tantangan dan peluang baru bagi pelaku industri media di Indonesia. Di satu sisi, mereka harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan perilaku konsumen dan mengembangkan strategi bisnis yang inovatif agar tetap relevan di era digital ini.

Pada sisi lain, mereka juga memiliki akses ke pasar yang lebih luas dan mampu memanfaatkan teknologi untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan bervariasi. Dengan demikian, sangat penting untuk memahami secara mendalam bagaimana transformasi ini memengaruhi ekonomi media di Indonesia, serta implikasi jangka panjangnya terhadap industri, masyarakat, dan budaya secara keseluruhan. Mempelajari lebih lanjut tentang dinamika ini akan membantu kita untuk menghadapi tantangan yang dihadapi dan memanfaatkan peluang yang tersedia di era digital ini.

Selain perubahan teknologi dan pola konsumsi masyarakat, transformasi ekonomi media di Indonesia juga sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, termasuk regulasi pemerintah, pertumbuhan ekonomi, dan dinamika industri secara keseluruhan. Keterlibatan pemerintah dalam menata industri media berdampak signifikan dalam membentuk kondisi bisnis dan lingkungan operasional bagi para pelaku industri. Sebagai contoh, kebijakan pemerintah terkait media daring dan layanan Over-The-Top (OTT) berperan penting dalam menentukan arah dan keberlangsungan bisnis media di Indonesia.

Di Indonesia, khususnya media daring, regulasinya diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ITE mengatur berbagai aspek terkait dengan penggunaan internet, termasuk isu seperti hak cipta, privasi, dan keamanan data. Salah satu regulasi terkait dengan media daring adalah Pasal 27 UU ITE yang mengatur tentang larangan menyebarkan konten yang mengandung fitnah atau pornografi. Selain UU ITE, ada pula beberapa regulasi lain yang berlaku bagi media daring di Indonesia, seperti Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 36 Tahun 2020 tentang Penyiaran Program Siaran Melalui Internet. Regulasi ini mengatur tentang kewajiban penyelenggara sarana penyiaran program siaran melalui internet untuk menaati standar penyiaran dan penyajian informasi yang akurat, berimbang, dan bermanfaat. Regulasi pemerintah mengenai media daring dan layanan OTT

mencakup berbagai aspek, mulai dari izin operasional hingga kewajiban perpajakan. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan kerangka kerja yang jelas bagi pelaku industri, tetapi juga untuk melindungi kepentingan publik, seperti keamanan data dan hak konsumen. Namun, implementasi regulasi yang dilakukan juga dapat menimbulkan tantangan tersendiri, khususnya bagi perusahaan media kecil dan menengah yang mungkin tidak memiliki sumber daya sendiri yang cukup untuk menaati ketentuan yang berlaku. Selain regulasi pemerintah, faktor pertumbuhan ekonomi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap transformasi ekonomi media di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi yang stabil dan membaik, daya beli publik dapat menciptakan peluang baru bagi industri media, termasuk peningkatan periklanan dan investasi dalam produksi konten yang berkualitas. Namun, fluktuasi ekonomi dan ketidakpastian pasar juga dapat menyebabkan penurunan pendapatan bagi perusahaan media, yang memaksa mereka untuk melakukan penyesuaian strategis agar tetap bertahan.

Dinamika industri secara keseluruhan juga memegang peranan penting dalam transformasi ekonomi media. Persaingan antarperusahaan media, konsolidasi industri, dan perkembangan teknologi baru merupakan sejumlah faktor yang mungkin memengaruhi strategi bisnis dan pertumbuhan perusahaan media. Misalnya, perusahaan media tradisional mungkin menghadapi tekanan dari persaingan yang semakin ketat dengan platform media digital, yang memaksa mereka untuk mencari metode baru agar tetap relevan di pasar yang berubah dengan cepat. Dengan demikian, pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi transformasi ekonomi media di Indonesia sangat penting untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Kajian lebih lanjut tentang keterkaitan antara regulasi pemerintah, pertumbuhan ekonomi, dinamika industri, dan transformasi ekonomi media akan memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan di industri media serta pembuat kebijakan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan inovasi.

Meskipun terjadi pertumbuhan pesat dalam konsumsi media digital, masih ada sejumlah tantangan yang perlu diatasi dalam menghadapi transformasi ekonomi media di Indonesia. Salah satu tantangan masalah utama yang dihadapi adalah masalah pembajakan konten, yang terus mengancam keberlanjutan industri media. Praktik pembajakan konten tidak hanya merugikan pemegang hak kreator dan kreator konten, tetapi juga mengganggu ekosistem bisnis media secara keseluruhan. Oleh karena itu diperlukan usaha yang lebih besar dari pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat untuk mengatasi masalah ini melalui penerapan regulasi yang ketat dan penegakan hukum yang efektif.

Persaingan yang semakin ketat antara platform media baru dan tradisional juga menjadi tantangan yang signifikan dalam transformasi ekonomi media ini. Perusahaan media tradisional harus berusaha keras untuk bersaing dengan

platform digital yang menawarkan lebih banyak variasi konten dan akses yang lebih mudah bagi konsumen (Doyle, 2019). Di sisi lain, platform digital juga menghadapi tekanan dari perusahaan media tradisional yang berusaha mendapatkan kembali pangsa pasar yang telah beralih ke ranah digital. Persaingan ini menciptakan dinamika pasar yang kompleks dan memaksa pelaku industri untuk terus berinovasi dalam menjaga daya saing mereka.

Isu kebebasan berekspresi juga menjadi perhatian utama dalam transformasi ekonomi media ini. Meskipun teknologi digital telah membuka pintu bagi beragam suara dan pandangan untuk bersuara, namun masih ada tantangan terkait dengan penyensoran, pembatasan, dan penindasan terhadap kebebasan berekspresi di ranah digital. Upaya untuk membatasi akses terhadap konten tertentu atau mendorong pendapat yang berlawanan dengan kebijakan pemerintah dapat menghambat perkembangan media yang pluralis dan beragam. Oleh karena itu penting bagi pemerintah dan masyarakat untuk terus memperjuangkan kebebasan berekspresi sebagai salah satu asas dasar demokrasi. Dengan demikian, pertumbuhan sementara konsumsi media digital membawa berbagai manfaat dan peluang, namun masih ada sejumlah tantangan yang perlu diatasi dalam menghadapi transformasi ekonomi media di Indonesia. Penanganan masalah seperti konten pembajakan, persaingan antar platform media, dan isu kebebasan berekspresi memerlukan kerja sama antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat untuk menciptakan lingkungan media yang sehat, beragam, dan berkelanjutan.

Konseptualisasi Ekonomi Politik Media merupakan suatu pendekatan analisis yang telah digunakan secara luas dalam kajian media untuk menjelaskan dan menyelidiki hubungan yang kompleks antara media massa, politik, dan ekonomi. Pendekatan ini memberikan kerangka kerja yang berguna bagi para peneliti dan praktisi media untuk lebih memahami bagaimana faktor-faktor ekonomi dan politik dapat berpengaruh secara signifikan terhadap berbagai aspek media. Dalam konteks ini kita dapat mengeksplorasi lebih jauh bagaimana aspek ekonomi, seperti struktur kepemilikan media dan model bisnis yang diterapkan, memiliki potensi untuk memengaruhi konten yang disampaikan oleh media. Misalnya, kepemilikan media terkonsentrasi di sejumlah area, pemilik kecil dapat memengaruhi keberagaman perspektif yang disajikan oleh media (Surahman, 2024) (Doyle, 2019). Tidak hanya itu, kita juga dapat mempertimbangkan pengaruh politik dalam konseptualisasi ini. Hal ini mencakup peraturan dan kebijakan yang dapat memengaruhi pemerintah secara langsung atau tidak langsung bagaimana media menyajikan berita dan informasinya kepada publik.

Misalnya, kebijakan yang mengatur kewajiban media untuk menyajikan berita secara objektif atau kebijakan yang mengatur tentang kebebasan berekspresi dapat memainkan peran penting dalam bentuk dan substansi berita yang disajikan oleh media. Dengan menggunakan pendekatan ekonomi media

politik, kita dapat lebih memahami dinamika kompleks di balik produksi, distribusi, dan konsumsi konten media. Hal ini termasuk memahami bagaimana kepentingan politik dan ekonomi tertentu dapat memengaruhi pilihan redaksi media, pemilihan topik berita, serta metode penyajian informasi kepada publik (Haryanto & Suryadi, 2019). Dengan demikian, konseptualisasi ini membantu kita untuk mengeksplorasi implikasi politik dan ekonomi dari konten media, serta memahami bagaimana media dapat menjadi bagian integral dari proses politik dan ekonomi di masyarakat.

Transformasi digital menggambarkan fenomena perubahan mendalam dalam metode organisasi atau industri beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan melalui adopsi dan pemanfaatan teknologi digital. Proses ini melibatkan penggunaan berbagai teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, analitik data, komputasi awan, Internet of Things (IoT), dan platform digital (McKinsey & Company, 2018).

Sebagai contoh, organisasi dapat menggunakan kecerdasan buatan untuk meningkatkan efisiensi operasional dengan mengotomatisasi tugas-tugas berulang atau mengoptimalkan proses produksi. Analitik data memungkinkan perusahaan untuk menggali prospek yang berharga dari data mereka, memprediksi tren pasar, dan membuat lebih banyak keputusan yang tepat (Cunningham & Turner, 2016). Komputasi awan memungkinkan akses yang mudah dan fleksibel ke sumber daya komputasi dan penyimpanan data tanpa perlu memiliki infrastruktur fisik sendiri. Internet of Things memungkinkan perusahaan untuk menghubungkan perangkat fisik ke internet, menciptakan jaringan yang terhubung dan cerdas yang memungkinkan pengumpulan data dan interaksi berkelanjutan antara perangkat. Selain itu, platform digital seperti media sosial atau pasar daring memfasilitasi interaksi antara organisasi dan pelanggan dengan cara yang lebih langsung dan interaktif (Aulia, 2020) (Bhaskar, Gupta, & Natarajan, 2018). Dengan memanfaatkan teknologi ini, organisasi dapat meningkatkan efisiensi dalam mengoperasikannya, meningkatkan produktivitas kerja, dan mendorong inovasi dalam produk dan layanan yang mereka tawarkan. Selain itu, transformasi digital juga memungkinkan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan memenuhi harapan semakin banyaknya pelanggan yang tinggi dalam hal kenyamanan, kecepatan, dan personalisasi. Dengan demikian, transformasi digital bukan hanya tentang menerapkan teknologi baru, tetapi juga tentang mengubah metode organisasi berpikir, beroperasi, dan berinteraksi dengan dunia di sekitarnya.

Terdapat sejumlah kajian terdahulu yang relevan dengan artikel ini, antara lain. Kajian terkait dampak transformasi digital media tradisional di Indonesia. Kajian ini mengidentifikasi perubahan pola konsumsi media dan strategi bisnis media tradisional sebagai respons terhadap kemunculan platform digital. Hasil kajian memberikan pandangan tentang adaptasi dan tantangan yang dihadapi

media tradisional dalam menghadapi perubahan lanskap media yang didominasi digital (Alamsyah & Ibrahim, 2020). Transformasi ekonomi media di Indonesia memengaruhi keterlibatan generasi muda. Melalui analisis terhadap perilaku konsumsi media dan partisipasi daring generasi muda, penelitian ini mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam memanfaatkan media digital untuk tujuan edukasi, aktivisme, dan pemberdayaan masyarakat (Kusuma, 2019). Tantangan dan prospek regulasi media digital di Indonesia dalam menghadapi transformasi ekonomi media. Kajian ini mengkaji peran pemerintah dalam mengatur media daring dan layanan OTT serta implikasi regulasi terhadap kebebasan berekspresi dan keberagaman konten (Priambodo & Suryadi, 2018). Dampak disrupsi digital industri media di Indonesia dan prospek masa depannya.

Kajian ini menganalisis perubahan model bisnis media, distribusi konten, dan interaksi antara produsen dan konsumen. Artikel ini memberikan pandangan tentang peluang inovasi dan tantangan berkelanjutan dalam menghadapi transformasi ekonomi media di Indonesia (Wibowo & Nugroho, 2017). Dampak disrupsi digital terhadap model bisnis media cetak di Indonesia. Melalui analisis studi kasus, penelitian ini mengidentifikasi strategi adaptasi yang diambil oleh media cetak dalam menghadapi tantangan transformasi ekonomi media. Artikel ini memberikan perspektif berharga tentang dinamika industri media di Indonesia (Setiawan, 2021).

Dilihat dari penelitian sebelumnya terlihat adanya keterkaitan antara rancangan transformasi digital dan penelitian yang dilakukan terkait transformasi ekonomi media di Indonesia. Rancangan transformasi digital menyoroti pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam mengubah metode organisasi atau industri beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan mereka. Dalam konteks transformasi ekonomi media di Indonesia, teknologi seperti kecerdasan buatan, analisis data, komputasi awan, Internet of Things, dan platform digital dapat digunakan oleh industri media untuk meningkatkan efisiensi operasi, produktivitas daya kerja, dan inovasi dalam produk dan layanan yang mereka tawarkan.

Adaptasi media tradisional terhadap perubahan digital: Penelitian tentang dampak transformasi digital media tradisional di Indonesia menyoroti perubahan pola konsumsi media dan strategi bisnis media tradisional sebagai respons terhadap munculnya platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa media tradisional perlu beradaptasi dengan perubahan. Hal ini dilakukan dengan merancang model bisnis yang lebih inovatif, mengubah konten agar menarik bagi semakin banyak pembaca yang beralih ke media digital, dan mengadopsi teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi dan relevansi mereka.

Partisipasi generasi muda dalam media digital: Penelitian tentang transformasi yang memengaruhi ekonomi media di Indonesia menunjukkan bahwa melalui analisis perilaku konsumsi media dan partisipasi daring generasi muda, peluang dan tantangan yang teridentifikasi dalam memanfaatkan media digital

untuk tujuan pendidikan, aktivisme, dan pemberdayaan publik. Hal ini menunjukkan bahwa media perlu memperhatikan preferensi dan kebutuhan generasi muda dalam menyajikan konten, serta memastikan aksesibilitas yang lebih baik ke platform digital.

Peraturan dan tantangan dalam transformasi digital: Penelitian tentang tantangan dan prospek peraturan media digital di Indonesia menyoroti peran pemerintah dalam mengatur media daring dan layanan OTT serta implikasi peraturan terhadap kebebasan berekspresi dan keberagaman konten. Hal ini menunjukkan bahwa peraturan yang adaptif dan berkelanjutan diperlukan untuk mengakomodasi perubahan cepat dalam teknologi dan praktik media digital dalam transformasi ekonomi media.

Dengan demikian, penelitian tentang transformasi ekonomi media di Indonesia dapat dilihat sebagai aplikasi konkret dari rancangan transformasi digital mendalam industri media, yang menunjukkan bagaimana organisasi media beradaptasi dengan perubahan teknologi dan dinamika pasar di era digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dengan melakukan analisis deskriptif, artikel ini memperdalam cara media tradisional dan media baru di Indonesia bereaksi terhadap revolusi digital yang tengah berlangsung. Transformasi digital telah mengubah lanskap media secara umum secara signifikan, memengaruhi metode produksi, distribusi, dan konsumsi konten media. Melalui metode ini dapat ditelusuri perubahan pola konsumsi media di masyarakat, adaptasi strategi bisnis oleh media tradisional, serta langkah-langkah inovatif yang diambil media baru dalam menghadapi tantangan ini. Penekanan diberikan pada uraian yang rinci dan terperinci tentang bagaimana berbagai platform media, mulai dari televisi dan radio konvensional hingga platform digital seperti situs web berita daring dan media sosial, beradaptasi dengan perubahan teknologi dan preferensi konsumen yang terus berkembang. Dengan menganalisis secara deskriptif, kita dapat memahami lebih baik dinamika yang mendasari transformasi ekonomi media di Indonesia dan dampaknya terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, politik, dan budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Datafikasi dan Ekonomi Data dalam Media

Di era digital yang dipenuhi dengan informasi, konsep datafikasi menjadi semakin penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis, interaksi sosial, dan penyampaian informasi. Datafikasi menggambarkan perubahan mendasar dalam bagaimana data telah menjadi elemen utama yang memengaruhi metode kita beroperasi dan berinteraksi dalam berbagai konteks. Secara sederhana, datafikasi mengacu pada proses pengumpulan, pemrosesan, analisis, dan pemanfaatan data dalam berbagai aktivitas dan industri.

Di sektor media, datafikasi mendorong perubahan signifikan dalam cara media beroperasi dan berinteraksi dengan audiensnya. Ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengumpulan data tentang perilaku audiens, analisis data untuk memahami preferensi mereka, hingga pemanfaatan data ini untuk mengoptimalkan berbagai aspek media. Dengan pendekatan ini kita dapat memahami bagaimana media tradisional dan media baru di Indonesia menanggapi perubahan lanskap media yang didominasi oleh teknologi digital.

Dalam konteks ekonomi data di media, datafikasi menjadi elemen kunci. Penggunaan data untuk menginformasikan dan meningkatkan berbagai aspek bisnis media menjadi semakin penting. Misalnya adalah mengambil keputusan editorial berdasarkan data mengenai minat audiens, interaksi dengan konten, dan respons terhadap berita atau artikel tertentu. Data ini memungkinkan editor untuk menghasilkan lebih banyak konten yang relevan dan menarik bagi audiens mereka.

Selain itu, datafikasi juga memungkinkan personalisasi konten. Dengan memahami preferensi individu melalui data, media dapat menyajikan lebih banyak konten sesuai dengan minat setiap pengguna. Hal ini menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan relevan bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Dalam bidang manajemen periklanan, datafikasi memungkinkan penargetan iklan yang lebih tepat, menguntungkan baik bagi pemasar maupun konsumen.

Dengan demikian, datafikasi telah membuka peluang baru dalam industri media, mengubah cara media beroperasi, berinteraksi dengan audiens, dan mengelola bisnis mereka. Namun, hal ini juga menyoroti pentingnya manajemen data yang bijaksana dan etis di era digital ini, untuk memastikan bahwa data digunakan dengan benar dan sesuai dengan kebijakan privasi dan etika yang berlaku. Datafikasi merupakan salah satu aspek yang paling menonjol dari pergeseran menuju dunia yang semakin didorong oleh data di mana data tidak hanya menjadi elemen pelengkap, tetapi juga elemen inti dalam berbagai aspek kehidupan kita.

Studi oleh (Cremonesi, Pagano, & Aiello, 2018) memberikan gambaran konkret bagaimana platform berita digital menggunakan data pengguna untuk memberikan rekomendasi berita yang lebih personal. Mereka mengumpulkan data pengguna seperti riwayat pencarian, preferensi bacaan, dan aktivitas sebelumnya, dan menggunakan rekomendasi algoritme untuk menyajikan berita yang paling sesuai dengan minat individu.

Studi ini menunjukkan bahwa personalisasi berita dengan memanfaatkan data pengguna dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan membuat mereka lebih cenderung untuk terus menggunakan platform berita. Namun, tantangan dalam mencapai keseimbangan antara personalisasi yang tinggi dan konten yang beragam juga disorot. Sejumlah pengguna mungkin terperangkap dalam gelembung informasi di mana mereka hanya melihat berita yang konsisten dengan melihatnya, sementara yang lain mungkin menginginkan variasi berita yang lebih

luas. Hal ini mencerminkan bagaimana data pengguna digunakan dalam industri media, khususnya dalam upaya untuk meningkatkan interaksi dengan konten berita dan memenuhi preferensi audiens.

Monopoli dan Kekuasaan Korporasi

Monopoli dan kekuasaan korporat merupakan dua aspek penting yang memengaruhi industri media di Indonesia secara signifikan. Monopoli media terjadi ketika satu atau sejumlah perusahaan media besar menguasai sebagian besar atau bahkan seluruh pasar media di suatu wilayah atau sektor tertentu. Sebagai contoh, dalam industri media cetak di Indonesia, beberapa kelompok media besar mungkin memiliki kendali dominan atas sebagian besar berita dan majalah yang beredar di negara ini. Dampaknya adalah dominasi yang kuat dalam industri media, yang dapat memengaruhi bagaimana informasi disebar dan dipahami oleh publik.

Tipe monopoli media yang ada, terdapat risiko potensi terhadap keberagaman perspektif dan opini. Misalnya, jika satu perusahaan media memiliki kendali absolut atas sebagian besar saluran media di Indonesia, mereka dapat memanfaatkan posisi dominan mereka untuk menguasai informasi genre dan memengaruhi narasi berita sesuai dengan kepentingan mereka sendiri. Hal ini dapat mengancam prinsip-prinsip demokrasi dan kebebasan pers, di mana akses yang adil ke berbagai sudut pandang menjadi sangat penting bagi publik.

Di sisi lain, kekuasaan korporat dalam media mengacu pada pengaruh dan kendali yang dimiliki perusahaan atau korporasi besar dalam industri media. Misalnya, jika sebuah perusahaan media memiliki kepemilikan yang luas terhadap berbagai saluran televisi dan radio di Indonesia, mereka dapat menggunakan kekuasaan yang mereka miliki untuk memengaruhi keputusan redaksi, menentukan jenis berita yang akan disajikan, dan bahkan memengaruhi cakupan isu-isu yang relevan. Dengan saya lihat, kekuasaan korporasi dalam industri media dapat membentuk opini publik dan memengaruhi persepsi publik terhadap berbagai isu. Aspek kedua, yaitu monopoli media dan kekuasaan korporasi, menciptakan pemusatan kekuasaan yang signifikan dalam industri media di Indonesia. Implikasinya sangat penting dalam hal penguasaan informasi, pengaruh terhadap opini publik, dan keseimbangan kekuasaan di publik. Untuk menjaga keberagaman perspektif, integritas, dan akuntabilitas dalam pemberitaan di Indonesia, diperlukan adanya pengendalian yang ketat dan penerapan etika yang kuat dalam industri media. Hal ini penting untuk memastikan bahwa informasi disajikan secara adil dan berimbang, serta untuk mencegah penyalahgunaan kekuasaan dalam memengaruhi opini publik.

Regulasi Media

Regulasi media mengacu pada kerangka kerja yang mengatur hukum dan

regulasi industri media di tengah perubahan signifikan yang ditimbulkan oleh perkembangan teknologi digital, tingginya tingkat konektivitas, dan transformasi dalam dunia media. Di Indonesia, regulasi media menjadi semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penetrasi internet yang meluas di seluruh negeri. Perkembangan seperti kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), jaringan 5G, dan platform digital yang semakin mendominasi lingkungan media di Indonesia.

Regulasi media merupakan upaya untuk menciptakan kerangka kerja yang sesuai dengan tantangan dan dinamika media saat ini di Indonesia. Regulasi yang efektif dan berimbang diharapkan dapat menjaga keseimbangan antara kebebasan pers dan tanggung jawab media, serta melindungi kepentingan publik dalam akses yang adil dan informasi yang berkualitas. Dalam konteks ekonomi politik media di Indonesia, regulasi media berusaha untuk mengatasi berbagai tantangan yang muncul.

Salah satu tantangan yang dihadapi dalam regulasi media di Indonesia adalah masalah privasi dan perlindungan data. Di tengah lingkungan media digital yang terus berkembang, pengumpulan data yang cepat dan masif oleh perusahaan media dan platform digital menjadi kekhawatiran utama. Misalnya, di Indonesia, aplikasi media sosial besar seperti Instagram, X, dan Facebook mengumpulkan data pengguna untuk berbagai tujuan. Perlindungan data pribadi menjadi hal yang sangat penting di Indonesia, di mana privasi individu harus dijamin di era yang semakin terhubung dengan dunia digital.

Kekuatan platform digital juga menjadi fokus dalam regulasi media di Indonesia. Perusahaan teknologi besar seperti Google, Facebook, dan YouTube memiliki pengaruh besar dalam menentukan konten berita dan informasi yang disajikan kepada pengguna di Indonesia. Regulasi dan pengawasan terhadap kekuatan platform-platform ini sangat penting untuk memastikan adanya persaingan yang sehat dalam industri media di Indonesia dan untuk mendorong akses yang adil terhadap berbagai perspektif dan sumber informasi.

Penyebaran berita bohong dan disinformasi juga menjadi isu yang perlu diatasi dalam regulasi media di Indonesia. Dengan meningkatnya penetrasi internet secara umum, masyarakat Indonesia rentan terhadap penyebaran informasi palsu yang dapat merusak pemahaman publik dan memengaruhi proses demokrasi. Regulasi media di Indonesia harus mencari cara yang inovatif untuk menghadapi tantangan ini, termasuk melalui tindakan hukum yang tegas dalam menyebarkan berita palsu dan mendorong literasi media yang lebih baik di kalangan publik.

Selain itu, kepemilikan media yang terpusat juga menjadi perhatian dalam regulasi media di Indonesia. Ketika sejumlah besar media dikendalikan oleh beberapa entitas yang dominan, risiko terhadap keberagaman perspektif dan opini dalam berita dan informasi dapat terjadi. Di Indonesia, regulasi media dapat

memainkan peran penting dalam menjaga keberagaman kepemilikan media untuk memastikan adanya keberagaman perspektif yang disajikan kepada publik. Terakhir, aspek-aspek seperti transparansi dan etika juga menjadi perhatian dalam regulasi media di Indonesia. Pelaporan etika internal dan transparansi dalam kepemilikan media dan sumber pendanaan adalah kunci untuk memastikan bahwa media beroperasi dengan integritas dan tanggung jawab terhadap masyarakat Indonesia. Dengan demikian, regulasi media di Indonesia harus mencakup berbagai isu yang relevan dengan perkembangan teknologi dan dinamika media saat ini, sambil tetap memastikan kebebasan pers, integritas, dan tanggung jawab media dalam menyajikan informasi kepada publik.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan kompleksitas transformasi ekonomi media di Indonesia. Kemajuan teknologi membawa perubahan signifikan dalam industri media, termasuk distribusi konten, interaksi dengan audiens, dan monetisasi platform digital. Namun, konteks masyarakat lokal Indonesia juga memainkan peran penting dalam dinamika industri media, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keragaman budaya, struktur sosial, dan peraturan pemerintah. Kesimpulan artikel menyoroti sejumlah rekomendasi kebijakan dan strategi bisnis untuk mendukung keberlanjutan pertumbuhan dan pluralitas media di era digital. Rekomendasi tersebut meliputi peningkatan akses internet di seluruh Indonesia, investasi dalam pelatihan bagi profesional media, regulasi yang efektif dan berimbang, serta kolaborasi antara pemerintah, industri media, dan masyarakat sipil untuk menciptakan lingkungan media yang inklusif, beragam, dan berkelanjutan di Indonesia.

KEPUSTAKAAN

- Alamsyah, & Ibrahim. (2020). The Impact of Digital Media on Traditional Media in Indonesia. *Journal of Media Studies*, 7 (2), 45-60.
- Arthur. (2017). *The New Digital Age: Reshaping the Future of People, Nations and Business*. United States: Vintage.
- Aulia. (2020). Digital Media and Political Participation in Indonesia: A Case Study of Twitter Usage during the 2019 Presidential Election. *Journal of Southeast Asian Studies*, 15 (2), 123-140.
- Bhaskar, Gupta, & Natarajan. (2018). *Digital: The New Code of Wealth*. United Kingdom: Hachette.
- Cremonesi, P., Pagano, R., & Aiello, L.M. (2018). Personalization in News Recommendation: The Impact of User Profile Aggregation and Diversity-Accuracy Trade-off. *ACM Transactions on the Web (TWEB)*, 12 (3).
- Cunningham, & Turner. (2016). *The Media and Communications in Australia*. Sydney: Allen & Unwin.

- Doyle. (2019). *Media Ownership: Concentration, Convergence and Public Policy*. New York: SAGE Publications.
- Doyle. (2019). *Understanding Media Economics*. New York: SAGE Publications.
- Haryanto, & Suryadi. (2019). Digital Media, Political Polarization, and Democracy in Indonesia. *Media and Society Journal*, 12 (2), 78-94.
- Kusuma. (2019). Digital Media and Youth Engagement in Indonesia: Opportunities and Challenges. *Indonesian Journal of Communication Studies*, 6 (1), 78-94.
- McAfee, & Brynjolfsson. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. Chicago: W. W. Norton & Company.
- McKinsey, & Company. (2018). *Digital Transformation*. United States: Atlanta Client Capabilities Hub.
- Priambodo, & Suryadi. (2018). Regulating Digital Media in Indonesia: Challenges and Prospects. *Media Law Review*, 4 (2), 89-104.
- Setiawan. (2021). The Impact of Digital Disruption on the Business Models of Indonesian Newspapers. *Journal of Media Economics and Management*, 8 (1), 45-60.
- Surahman, S. (2024). *Ekonomi Politik Media: Dinamika Interaksi Teknologi, Media, dan Kekuasaan Era 5.0*. Yogyakarta: Madani Berkah Abadi.
- Surahman, S. (2024). *Memahami Kajian Media dan Budaya: Pendekatan Multidisipliner*. Jakarta: Kencana Media Prenada.
- Wibowo, & Nugroho. (2017). Digital Disruption and the Future of Media Industry in Indonesia. *Journal of Indonesian Media Studies*, 4 (1), 23-38.