



# Journal of Scientech Research and Development

## Volume 7, Issue 1, June 2025

P-ISSN 2715-6974

E-ISSN 2715-5846

Open Access at: <https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR>

### DINAMIKA EKONOMI POLITIK MEDIA DI INDONESIA: KONSENTRASI KORPORASI MELALUI INTEGRASI VERTKAL DALAM PERSPEKTIF SPATIALIZATION

### DYNAMICS OF POLITICAL ECONOMY OF MEDIA IN INDONESIA: CORPORATE CONCENTRATION THROUGH VERTICAL INTEGRATION IN SPATIALIZATION PERSPECTIVE

**Martin Suharto<sup>1</sup>, Udi Rusadi<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Sahid Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Intitut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta, Indonesia

Email: [martinsuharto11@gmail.com](mailto:martinsuharto11@gmail.com)

#### INFO ARTIKEL

##### Kata Kunci:

Spatialization,  
Konsentrasi Media,  
Demokrasi  
Informasi.

#### ABSTRAK

Kajian ini mengeksplorasi fenomena *Spatialization* dalam industri media di Indonesia, yang mencerminkan dinamika kapitalisme global melalui penguasaan teknologi komunikasi dan integrasi bisnis. Dengan menggunakan metode literatur review, kajian ini menganalisis bagaimana konglomerasi media seperti MNC Group, Emtex Group, dan Viva Group mengatasi hambatan ruang dan waktu melalui adopsi teknologi digital serta integrasi vertikal dan horizontal. Hasil kajian menunjukkan bahwa konsentrasi kepemilikan media telah menghasilkan homogenisasi konten, bias narasi, dan ancaman terhadap keberagaman informasi dan demokrasi. Namun, *Spatialization* juga membawa manfaat berupa akses informasi yang lebih luas ke wilayah terpencil. Perbandingan dengan negara-negara lain seperti Amerika Serikat, Jerman, dan India memberikan wawasan tentang pentingnya regulasi yang tegas, dukungan terhadap media lokal, dan literasi digital untuk mengatasi tantangan ini. Kajian ini merekomendasikan pembentukan lembaga pengawas independen, penguatan peran media publik, dan pengembangan literasi digital sebagai langkah strategis untuk menciptakan ekosistem media yang lebih inklusif dan pluralistik.

Copyright © 2025 JSRD. All rights reserved.

---

## ARTICLE INFO

### Keywords:

*Spatialization, Media Concentration, Information Democracy.*

---

## ABSTRACT

*This study explores the phenomenon of **Spatialization** in Indonesia's media industry, reflecting global capitalist dynamics through control of communication technologies and business integration. Using a literature review method, this research analyzes how media conglomerates like MNC Group, Emtek Group, and Viva Group overcome spatial and temporal barriers through digital technologies and vertical and horizontal integration. The findings reveal that media ownership concentration has led to content homogenization, narrative bias, and threats to information diversity and democracy. However, Spatialization also offers benefits, such as expanded access to information in remote areas. Comparisons with other countries, such as the United States, Germany, and India, highlight the importance of strict regulations, support for local media, and digital literacy to address these challenges. This study recommends establishing an independent regulatory body, strengthening public media, and promoting digital literacy as strategic steps to create a more inclusive and pluralistic media ecosystem.*

*Copyright © 2025 JSRD. All rights reserved.*

---

## PENDAHULUAN

Industri media di Indonesia telah mengalami transformasi signifikan dalam beberapa dekade terakhir, terutama dengan munculnya teknologi digital yang mempercepat perluasan media ke berbagai platform komunikasi. Transformasi ini tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh dinamika kompetisi nasional dan global yang mendorong fenomena spesialisasi media, yaitu proses pelebaran jangkauan operasional perusahaan media ke wilayah yang lebih luas serta berbagai sektor komunikasi (Croteau & Hoynes, 2014: 38).

Fenomena spesialisasi ini mencakup strategi ekspansi yang sering kali melibatkan konsentrasi kepemilikan, integrasi horizontal, dan integrasi vertikal. Konsentrasi kepemilikan merujuk pada penguasaan aset media oleh segelintir korporasi besar, yang dapat mempersempit pluralitas suara dalam ruang publik (McChesney, 2008: 54). Sementara itu, integrasi horizontal terjadi ketika sebuah perusahaan media menguasai beberapa entitas dalam sektor yang sama, misalnya berbagai stasiun televisi atau platform daring, yang bertujuan untuk memperbesar pangsa pasar (Doyle, 2002:36). Di sisi lain, integrasi vertikal melibatkan penguasaan atas seluruh rantai produksi hingga distribusi, yang memperkuat kendali korporasi terhadap arus informasi (Hesmondhalgh, 2013:112).

Dalam konteks Indonesia, fenomena ini dapat dilihat dari strategi konglomerasi media besar seperti MNC Group, Emtek, dan Viva Group, yang tidak hanya mendominasi sektor televisi, tetapi juga platform digital dan layanan streaming (Nugroho, et al., 2012:23). Mereka memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan dan menciptakan ekosistem media yang terintegrasi. Namun, proses spesialisasi ini menghadapi hambatan, seperti regulasi pemerintah yang belum sepenuhnya memadai (Haryanto, 2018:34), kesenjangan infrastruktur teknologi di berbagai daerah, serta tantangan dalam mempertahankan independensi konten (Lim, 2011:17).

Fokus pada integrasi vertikal di industri media Indonesia juga memunculkan beberapa kekhawatiran. Salah satu dampak potensialnya adalah pengurangan keragaman konten yang tersedia untuk publik, karena perusahaan yang memiliki kontrol atas seluruh rantai produksi cenderung memprioritaskan kepentingan bisnis dibandingkan dengan kepentingan publik (Couldry, 2008: 85). Hal ini berisiko menyebabkan monopoli informasi, di mana hanya perspektif tertentu yang mendominasi ruang publik, mengancam pluralitas informasi yang merupakan salah satu pilar demokrasi (Haryanto, 2018: 36). Dengan demikian, meskipun transformasi media telah membuka peluang besar untuk ekspansi dan inovasi, diperlukan pengawasan yang lebih ketat terhadap dinamika konsentrasi dan integrasi yang terjadi. Selain itu, kebijakan yang mendukung pluralitas dan keberagaman konten sangat penting untuk memastikan bahwa ruang publik tetap inklusif, representatif, dan mendukung demokrasi di Indonesia (Nugroho et al., 2012:29).

Dominasi konglomerasi media tidak lepas dari konteks regulasi yang ada. Secara normatif, Indonesia telah memiliki kerangka hukum yang bertujuan untuk mencegah monopoli media. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran serta Peraturan KPI Nomor 1 Tahun 2012 mengatur pembatasan kepemilikan silang guna menjaga pluralitas dan independensi sistem penyiaran. Namun, implementasi regulasi ini sering kali tidak efektif karena lemahnya pengawasan dan besarnya pengaruh pemilik media terhadap pembentukan kebijakan. Akibatnya, upaya untuk menekan konsentrasi kepemilikan sering kali terhenti di tingkat normatif tanpa dampak nyata dalam praktiknya (Kusuma, 2021: 49). Misalnya, meskipun pembatasan kepemilikan silang telah diatur, data menunjukkan bahwa hampir 80% media arus utama di Indonesia masih berada di bawah kendali segelintir konglomerat besar yang memiliki hubungan erat dengan elite politik. Hal ini menciptakan situasi di mana narasi publik cenderung diarahkan untuk melayani kepentingan kelompok tertentu (Nugroho, 2012:14).

Keterkaitan antara kepemilikan media dan kekuatan politik menjadi semakin jelas dalam ekosistem media Indonesia. MNC Group, misalnya, tidak hanya mengendalikan jaringan televisi nasional seperti RCTI, MNCTV, dan GTV, tetapi juga memperluas jangkauannya ke *platform* digital melalui layanan seperti RCTI+. *Platform* ini memungkinkan MNC menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk di daerah terpencil yang sebelumnya sulit diakses. Namun, di sisi lain, hubungan erat antara MNC dengan elite politik tertentu memperlihatkan bagaimana media dapat digunakan sebagai alat untuk memperkuat pengaruh politik. Kondisi ini mempertegas peringatan dari Herman dan Chomsky (1988:28) dalam *Manufacturing Consent*, yang menyatakan bahwa media sering kali digunakan untuk menciptakan konsensus yang menguntungkan kekuasaan ekonomi dan politik.

Dalam konteks teoretis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep *Spatialization* yang diperkenalkan oleh Lefebvre (1979). *Spatialization* menggambarkan bagaimana kapitalisme menggunakan teknologi komunikasi untuk mengatasi batasan ruang dan waktu, sehingga memperluas kontrol atas produksi dan distribusi informasi. Konsep ini diperluas oleh Harvey (1989: 240) dengan gagasan "*time-space compression*", yang menunjukkan bagaimana teknologi modern mempercepat aliran informasi sekaligus menciptakan struktur kekuasaan yang semakin terkonsentrasi. Dalam konteks Indonesia, integrasi vertikal dan horizontal oleh konglomerasi media seperti MNC dan Emtel merupakan manifestasi *Spatialization*. Melalui penguasaan seluruh rantai nilai

komunikasi, mulai dari produksi konten hingga distribusinya, korporasi besar dapat mendominasi pasar dan mengontrol narasi publik secara efektif. Castells (2002:412) menambahkan dimensi jaringan dengan konsep "*space of flows*", yang menggambarkan bagaimana teknologi jaringan menggantikan ruang fisik dengan ruang virtual yang memungkinkan kontrol lebih luas.

Kajian ini bertujuan mengeksplorasi dampak konsentrasi media dan integrasi vertikal terhadap keberagaman informasi serta demokrasi di Indonesia. Penelitian ini berfokus pada fenomena spasialisasi dan ekspansi media di Indonesia, termasuk pola konsentrasi korporasi media dan dampaknya terhadap dinamika sosial-politik. Kajian ini juga membandingkan praktik spasialisasi media di Indonesia dengan berbagai negara lain untuk memahami perbedaan pola dan implikasinya. Dengan menggunakan teori *spatialization* sebagai kerangka analisis, penelitian ini tidak hanya menyoroti dinamika kapitalisme media secara global, tetapi juga mengungkap bagaimana kapitalisme media beroperasi dalam konteks lokal Indonesia yang memiliki tantangan geografis serta sosial-politik yang unik.

Keunikan dari penelitian ini terletak pada penerapan teori *spatialization* untuk menganalisis fenomena empiris di Indonesia secara mendalam. Sebagian besar literatur sebelumnya, seperti yang dijelaskan oleh Winseck (2007:22), lebih berfokus pada dinamika global tanpa memberikan perhatian signifikan pada konteks lokal. Berbeda dari penelitian sebelumnya, kajian ini tidak hanya memanfaatkan teori tersebut untuk memahami fenomena global, tetapi secara spesifik menganalisis praktik spasialisasi yang dilakukan oleh konglomerasi media di Indonesia, seperti MNC Group, Emtek, dan Viva Group. Strategi mereka melibatkan konsentrasi kepemilikan, integrasi horizontal, dan integrasi vertikal yang memiliki implikasi besar terhadap pluralitas informasi di ruang publik Indonesia.

Selain itu, kajian ini juga membandingkan praktik spasialisasi di Indonesia dengan negara-negara lain, seperti India, Filipina, dan Afrika Selatan, untuk mengungkap pola unik yang muncul dalam konteks Indonesia. Perbandingan ini memperlihatkan bagaimana perbedaan sosial-politik dan geografis memengaruhi bentuk dan dampak ekspansi media. Sebagai contoh, regulasi media di India yang lebih ketat dalam konteks federalisme berhasil menciptakan keberagaman informasi yang lebih baik dibandingkan dengan Indonesia. Analisis ini membantu menjelaskan bagaimana tantangan geografis, regulasi, dan struktur ekonomi-politik lokal dapat memengaruhi pola spasialisasi media.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap diskusi ekonomi politik media dengan menghubungkan fenomena lokal Indonesia dengan diskusi global. Melalui fokus pada pola konsentrasi media dan integrasi vertikal, kajian ini juga mengidentifikasi ancaman terhadap keberagaman informasi dan demokrasi yang muncul akibat dominasi segelintir korporasi media. Selain memberikan wawasan teoretis, kajian ini menawarkan rekomendasi praktis untuk memperkuat regulasi media di Indonesia, mendukung keberagaman informasi, dan melindungi demokrasi dari ancaman monopoli media. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menambah dimensi lokal pada diskusi global, tetapi juga memberikan arah baru dalam mengelola lanskap media di Indonesia.

Urgensi Kajian ini semakin terasa dalam konteks Indonesia saat ini, di mana akses terhadap informasi yang netral dan beragam menjadi semakin sulit. Dominasi

beberapa konglomerasi media memperburuk polarisasi sosial dan melemahkan kontrol masyarakat terhadap kekuasaan. Dalam jangka panjang, konsentrasi media yang tidak terkendali dapat mengancam keberlanjutan demokrasi di Indonesia. Oleh karena itu, Kajian ini tidak hanya relevan secara akademik tetapi juga memiliki implikasi praktis yang signifikan bagi masa depan media dan demokrasi di Indonesia. Dengan memahami fenomena ini melalui perspektif *Spatialization*, Kajian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan kebijakan media yang lebih adil, inklusif, dan berorientasi pada kepentingan publik.

## **METODE**

Penelitian ini merupakan kajian kualitatif yang menggunakan metode literatur review. Metode ini dipilih karena memberikan keleluasaan untuk mengeksplorasi konsep-konsep teoretis dan empiris yang relevan dengan tema penelitian, yaitu *Spatialization* dan relevansinya dalam menganalisis konsentrasi media di Indonesia. Dengan pendekatan ini, penelitian berfokus pada pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber, termasuk buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dokumen kebijakan, dan artikel media terpercaya. Literatur review juga memungkinkan perbandingan fenomena yang terjadi di Indonesia dengan kajian global, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam mengenai isu yang diteliti (Bowen, 2009:28).

Subjek penelitian mencakup konsep-konsep utama seperti *Spatialization*, konsentrasi korporasi, dan integrasi vertikal dalam ekonomi politik media. Konsep-konsep ini menjadi landasan untuk menganalisis berbagai dinamika yang terjadi dalam industri media di Indonesia. Sementara itu, objek penelitian difokuskan pada struktur kepemilikan media, pola integrasi yang diterapkan oleh korporasi media, serta dampaknya terhadap keberagaman informasi dan kualitas demokrasi di Indonesia. Fokus ini memberikan ruang untuk menganalisis bagaimana hubungan antara kekuatan ekonomi dan politik memengaruhi lanskap media nasional.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode dokumentasi. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk regulasi dan kebijakan terkait, seperti Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, laporan dari organisasi seperti Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), serta literatur akademik yang membahas ekonomi politik media. Secara umum, data yang digunakan dikategorikan menjadi tiga jenis: data normatif, yang meliputi aturan dan kebijakan penyiaran; data empiris, berupa laporan penelitian dan studi kasus; serta data teoritis, yang diperoleh dari buku dan jurnal akademik. Dengan pendekatan ini, penelitian memastikan bahwa data yang dikumpulkan beragam, kaya, dan relevan untuk mendukung analisis.

Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan tematik yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis tema-tema utama dalam penelitian. Tema-tema ini dibangun berdasarkan elemen teoretis yang relevan, seperti konsentrasi media, integrasi vertikal, dan *spatialization*. Langkah pertama adalah membaca ulang seluruh data yang telah dikumpulkan, baik normatif maupun empiris, untuk mengidentifikasi pola-pola yang berhubungan dengan teori *spatialization* dan fenomena spasialisasi media di Indonesia. Setelah itu, tema-tema kunci yang muncul dari data dikategorikan dan dirumuskan berdasarkan relevansinya dengan kerangka

analisis yang digunakan. Tema-tema ini kemudian diintegrasikan ke dalam pembahasan yang lebih luas tentang konteks industri media di Indonesia, sehingga menghasilkan analisis yang mendalam dan otentik.

Dalam penelitian ini, tema-tema yang dirumuskan tidak hanya mencerminkan fenomena yang teramati, tetapi juga berkaitan erat dengan teori yang digunakan. Misalnya, tema konsentrasi media dihubungkan dengan teori ekonomi politik media yang menyoroti monopoli informasi oleh korporasi besar, sedangkan tema integrasi vertikal dikaitkan dengan proses penguasaan rantai produksi dan distribusi informasi. Tema *spatialization* mencerminkan pola ekspansi media yang dipengaruhi oleh tekanan kapitalisme global. Dengan pendekatan ini, temuan penelitian tidak hanya diorganisasi secara sistematis, tetapi juga mencerminkan hubungan yang kuat antara elemen teoretis dan fenomena empiris, sehingga memberikan wawasan yang otentik tentang lanskap media di Indonesia.

Untuk menjaga otentisitas dan validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan berbagai jenis data, seperti dokumen kebijakan, laporan industri, dan wawancara dengan para ahli, guna memastikan konsistensi dan akurasi informasi. Triangulasi menjadi langkah penting untuk memverifikasi data dan mengurangi bias, sehingga meningkatkan kredibilitas temuan (Patton, 2002: 558). Dengan proses ini, penelitian diharapkan mampu memberikan analisis yang komprehensif dan relevan, terutama dalam mengkaji konsentrasi media, implikasi integrasi vertikal, dan fenomena spasialisasi di Indonesia. Penekanan pada keotentikan data juga memastikan bahwa temuan penelitian memberikan kontribusi yang bermakna dalam diskusi tentang keberagaman informasi dan demokrasi di Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Spatialization dan Ekspansi Media di Indonesia*

*Spatialization* adalah konsep penting dalam teori ekonomi politik media yang mengacu pada cara kapitalisme menggunakan teknologi komunikasi untuk mengatasi hambatan ruang dan waktu, memungkinkan distribusi dan kontrol yang lebih luas melalui restrukturisasi ruang sosial. David Harvey (1989) memperkenalkan istilah *time-space compression* untuk menjelaskan bagaimana teknologi komunikasi memungkinkan kapitalisme melipat jarak geografis dan mempercepat aktivitas ekonomi. Di Indonesia, *Spatialization* menjadi sangat relevan untuk memahami bagaimana korporasi media besar seperti MNC Group, Emtel Group, dan Viva Group menggunakan teknologi digital dan strategi bisnis untuk membentuk jaringan distribusi media yang melampaui batas-batas geografis tradisional (Harvey, 1989: 240).

Sebagai negara kepulauan dengan lebih dari 17.000 pulau, Indonesia menghadapi tantangan geografis yang signifikan dalam distribusi informasi. *Spatialization* memungkinkan perusahaan media mengatasi hambatan ini melalui adopsi teknologi komunikasi modern, seperti jaringan internet, televisi satelit, dan layanan streaming. Sebagai contoh, MNC Group memanfaatkan teknologi digital dengan meluncurkan platform RCTI+, yang menawarkan konten televisi secara daring dan dapat diakses kapan saja. Strategi ini memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas,

termasuk masyarakat di daerah terpencil yang sebelumnya sulit dijangkau oleh siaran televisi terestrial (Nugroho et al., 2012:25).

Proses ini juga mencerminkan teori *space of flows* dari Manuel Castells (2002), yang menggambarkan bagaimana jaringan digital menciptakan ruang sosial baru yang menghubungkan berbagai entitas secara global. Dalam konteks ini, perusahaan seperti Emtek Group memanfaatkan *platform* Vidio.com untuk menawarkan layanan OTT (*over-the-top*), memungkinkan pengguna mengakses konten televisi, film, dan hiburan lainnya tanpa batas geografis. Vidio.com telah menjadi salah satu layanan OTT terbesar di Indonesia, memperlihatkan bagaimana integrasi teknologi memungkinkan ekspansi bisnis media hingga ke pasar internasional (Castells, 2002: 442).

Namun, Spatialization tidak hanya terkait dengan inovasi teknologi, tetapi juga strategi bisnis yang agresif seperti akuisisi dan integrasi vertikal. Viva Group, misalnya, tidak hanya mengelola stasiun televisi seperti TVOne dan ANTV, tetapi juga memiliki unit produksi konten dan jaringan distribusi iklan. Dengan integrasi vertikal ini, Viva Group dapat mengontrol seluruh rantai nilai, mulai dari produksi hingga konsumsi informasi. Strategi ini memungkinkan mereka untuk mengarahkan konten sesuai dengan kepentingan bisnis mereka, memperkuat dominasi pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional (Kusuma, 2021:50).

Proses Spatialization di Indonesia juga tidak lepas dari dampak deregulasi media pasca-Reformasi. Deregulasi ini membuka pintu bagi investasi swasta dalam skala besar, yang pada akhirnya mendorong pembentukan konglomerat media. Namun, seperti yang dikemukakan oleh McChesney (2004), deregulasi media sering kali menyebabkan konsentrasi kepemilikan, di mana sebagian besar pasar dikuasai oleh segelintir korporasi besar. Hal ini mengakibatkan homogenisasi konten, di mana informasi yang disajikan kepada masyarakat menjadi semakin seragam dan cenderung mencerminkan kepentingan pemilik media daripada kebutuhan publik. Di Indonesia, dominasi korporasi seperti MNC, Emtek, dan Viva mengurangi keragaman perspektif yang tersedia bagi masyarakat, mengancam keberlanjutan demokrasi melalui penguasaan narasi publik (McChesney, 2004: 112).

Dalam perspektif teori ekonomi politik media, Spatialization juga mencerminkan kekuatan kapitalisme dalam membangun struktur kekuasaan yang semakin terpusat. Mosco (1996) menekankan bahwa Spatialization sering kali melibatkan kontrol atas teknologi, infrastruktur komunikasi, dan distribusi informasi untuk memperluas pengaruh ekonomi dan politik. Di Indonesia, fenomena ini terlihat pada bagaimana perusahaan-perusahaan media besar menggunakan teknologi digital untuk menciptakan jaringan distribusi yang efisien, namun pada saat yang sama mempersempit ruang bagi media independen untuk bersaing. Media independen sering kali kekurangan sumber daya untuk mengadopsi teknologi baru, membuat mereka semakin terpinggirkan dalam lanskap media yang didominasi oleh korporasi besar (Mosco, 1996: 175).

Spatialization juga berdampak pada perubahan pola konsumsi informasi masyarakat Indonesia. Layanan streaming seperti Netflix, YouTube, dan Vidio.com telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan. Penelitian Winseck (2007) menunjukkan bahwa ketergantungan masyarakat pada platform digital meningkatkan kontrol korporasi besar atas konten yang dikonsumsi publik. Di sisi lain, media tradisional menghadapi tantangan untuk tetap relevan dalam era digital,

sementara media independen semakin sulit untuk menarik audiens yang signifikan (Winseck, 2007: 25).

Meski demikian, *Spatialization* juga membawa dampak positif. Teknologi digital memungkinkan akses informasi ke daerah-daerah terpencil yang sebelumnya tidak terjangkau oleh media konvensional. *Platform* seperti *YouTube* dan *Vidio.com* memberikan masyarakat akses ke konten pendidikan, hiburan, dan berita dengan biaya yang relatif rendah. Dalam konteks ini, *Spatialization* dapat berfungsi sebagai alat untuk memperluas inklusivitas informasi, meskipun manfaat ini sering kali dibatasi oleh tujuan komersial korporasi besar. Rachman (2019) menggarisbawahi bahwa meski digitalisasi media meningkatkan akses informasi, dominasi korporasi besar tetap menjadi tantangan utama bagi keberagaman perspektif (Rachman, 2019: 134).

Pada akhirnya, *Spatialization* di Indonesia menunjukkan bagaimana kapitalisme media tidak hanya mengatasi hambatan ruang dan waktu tetapi juga menciptakan struktur kekuasaan baru yang semakin terpusat. Melalui kontrol atas teknologi, regulasi, dan jalur distribusi, perusahaan-perusahaan media besar menciptakan ekosistem komunikasi yang memungkinkan mereka untuk mendominasi pasar sekaligus memengaruhi opini publik. Dengan demikian, *Spatialization* tidak hanya menjadi alat efisiensi bisnis tetapi juga mekanisme penguatan kekuasaan ekonomi dan politik di lanskap media Indonesia yang semakin terintegrasi secara global.

### ***Konsentrasi Korporasi Media di Indonesia***

Konsentrasi korporasi media di Indonesia adalah fenomena yang mencerminkan dinamika kekuatan ekonomi dan politik dalam ekosistem komunikasi. Dengan dominasi segelintir aktor besar, proses ini memengaruhi bagaimana konten diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Konsentrasi media sering kali terbagi menjadi dua bentuk utama: konsentrasi horizontal, yang merujuk pada penguasaan berbagai *platform* media oleh satu perusahaan, dan konsentrasi vertikal, yaitu kontrol terhadap seluruh rantai nilai media dari produksi hingga distribusi. Keduanya saling mendukung dalam memperkuat kendali korporasi besar terhadap ruang publik di Indonesia.

Konsentrasi horizontal terlihat dalam bagaimana korporasi besar mendominasi berbagai *platform* media secara bersamaan. Di Indonesia, MNC Group, Emtek Group, dan Viva Group adalah contoh konglomerasi yang telah mengintegrasikan televisi, media daring, dan *platform* digital. Sebagai ilustrasi, MNC Group memiliki empat stasiun televisi nasional utama – RCTI, GTV, MNCTV, dan iNews yang bersama-sama menguasai lebih dari 40% pangsa pasar televisi nasional (Nugroho et al., 2012:23). Penguasaan ini memungkinkan MNC untuk menjangkau audiens dalam skala besar dan menyatukan strategi distribusi lintas platform, misalnya melalui aplikasi RCTI+, yang menyinkronkan konten dari televisi tradisional ke *platform* digital. Proses ini menciptakan struktur yang meminimalkan persaingan, sekaligus memaksimalkan kontrol terhadap distribusi informasi.

Dari perspektif teori, McChesney (2004:91) menyatakan bahwa konsentrasi horizontal mempersempit pluralisme media, yang mengarah pada homogenisasi konten. Di Indonesia, fenomena ini tercermin pada program televisi yang didominasi oleh hiburan populer seperti sinetron, reality show, dan konten hiburan lainnya, sementara

program-program edukasi atau berita investigatif mendapatkan ruang yang lebih kecil. Homogenisasi ini memperlihatkan bagaimana kepentingan komersial cenderung mengesampingkan nilai-nilai sosial dan demokratis dalam media.

Sementara itu, konsentrasi vertikal memperkuat dominasi korporasi besar melalui integrasi antara produksi konten dan distribusinya. Emtex Group, misalnya, telah menciptakan ekosistem media yang terintegrasi, mulai dari produksi program di Indosiar dan SCTV, hingga distribusi melalui Vidio.com sebagai *platform over-the-top (OTT)*. Dengan model seperti ini, Emtex mampu mendistribusikan konten secara efisien tanpa perlu bergantung pada distributor eksternal (Harvey, 1989:242). Dominasi seperti ini memungkinkan perusahaan besar untuk mendikte preferensi pasar sekaligus memonopoli perhatian publik, terutama dalam konsumsi konten daring.

Dari sudut pandang teori ekonomi politik media, konsentrasi vertikal memperlihatkan bagaimana kapitalisme media bekerja untuk memusatkan kekuasaan melalui kontrol atas seluruh siklus media. Mosco (2009:115) berpendapat bahwa integrasi vertikal tidak hanya menciptakan efisiensi tetapi juga memperkuat monopoli pasar, yang dapat menyingkirkan aktor-aktor kecil dari persaingan. Di Indonesia, media lokal dan independen sering kali kesulitan bersaing dengan konglomerasi besar seperti MNC atau Emtex, baik dalam hal pendanaan maupun akses ke teknologi distribusi. Akibatnya, keberagaman suara dalam ruang publik menjadi terancam, sebagaimana dicatat oleh Bagdikian (2004:42), yang mengkritisi konsentrasi media sebagai ancaman bagi demokrasi.

Konsentrasi korporasi media juga memengaruhi pola konsumsi informasi masyarakat. Dalam konteks Indonesia, integrasi *platform* televisi dengan layanan *streaming* mempermudah distribusi konten secara nasional, tetapi juga memperkuat dominasi konglomerasi besar terhadap preferensi audiens. Contohnya, strategi MNC Group dalam memanfaatkan RCTI+ untuk mengintegrasikan konten dari televisi ke aplikasi digital telah menjadikan mereka pemain utama dalam ekosistem media daring. Namun, pendekatan ini tidak hanya menguntungkan secara komersial, tetapi juga memberikan mereka kemampuan untuk memengaruhi opini publik secara signifikan, karena audiens cenderung terpapar pada konten yang berasal dari sumber yang sama.

Efek dari konsentrasi media ini tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga berdampak pada dinamika sosial-politik. McChesney (2004:96) memperingatkan bahwa dominasi korporasi besar dalam media dapat mengurangi ruang bagi media independen, sehingga memengaruhi keberagaman perspektif dalam pemberitaan. Di Indonesia, hal ini terlihat dalam hubungan erat antara konglomerasi media dan kepentingan politik. Misalnya, Viva Group, melalui TVOne dan ANTV, sering kali dianggap mengarahkan narasi berita sesuai dengan agenda politik pemiliknya. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana konsentrasi media tidak hanya berkaitan dengan keuntungan ekonomi tetapi juga digunakan sebagai alat pengaruh politik.

Namun, penting untuk dicatat bahwa konsentrasi media di Indonesia tidak sepenuhnya bersifat negatif. Dalam beberapa kasus, integrasi vertikal dan horizontal memberikan manfaat efisiensi yang signifikan, terutama di negara kepulauan seperti Indonesia yang menghadapi tantangan geografis dalam distribusi konten. Kehadiran *platform* seperti Vidio.com dan RCTI+ memungkinkan masyarakat di daerah terpencil untuk mengakses konten dengan biaya rendah. Selain itu, penggunaan teknologi

digital memberikan peluang bagi audiens untuk menikmati konten sesuai preferensi mereka. Namun, manfaat ini sering kali *overshadowed* oleh dampak negatif konsentrasi terhadap pluralisme informasi.

Untuk mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh konsentrasi media, diperlukan intervensi regulasi yang lebih tegas. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah membatasi kepemilikan silang (*cross-ownership*) untuk mengurangi monopoli. Selain itu, dukungan kepada media lokal dan independen harus ditingkatkan, misalnya melalui insentif pajak atau subsidi. Pada saat yang sama, literasi digital masyarakat perlu diperkuat agar audiens dapat memilih informasi dari berbagai sumber secara kritis. Dengan langkah-langkah ini, konsentrasi media dapat dikelola sehingga tetap mendukung pertumbuhan ekonomi, tanpa mengorbankan keberagaman dan fungsi demokratis media.

### ***Dampak Sosial dan Politik***

Konsentrasi korporasi media di Indonesia memiliki dampak signifikan terhadap dinamika sosial dan politik, terutama dalam keberagaman konten dan demokrasi informasi. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana kekuatan media, yang seharusnya menjadi ruang publik yang inklusif, dapat dimonopoli oleh kepentingan ekonomi dan politik. Selain itu, lemahnya regulasi untuk membatasi kekuasaan korporasi besar menciptakan tantangan dalam menjaga keseimbangan antara efisiensi pasar dan keberagaman suara.

Konsentrasi korporasi media telah secara langsung memengaruhi keberagaman konten di ruang publik. Di Indonesia, dominasi beberapa konglomerasi besar, seperti MNC Group dan Emtek Group, telah menciptakan homogenisasi konten yang berorientasi pada komersialisasi. Menurut McChesney (2004:97), "*konsentrasi media mempersempit ruang diskusi publik, karena media yang dimonopoli cenderung memprioritaskan konten yang menguntungkan secara komersial.*" Dalam konteks Indonesia, hal ini terlihat pada dominasi program-program hiburan seperti sinetron, *reality show*, dan acara *talk show* ringan, sementara program edukasi, budaya lokal, dan investigasi sering kali diabaikan.

Homogenisasi konten ini mencerminkan prioritas korporasi dalam menarik iklan daripada menyediakan informasi yang beragam. Misalnya, program televisi yang menargetkan segmen anak muda cenderung menampilkan hiburan instan daripada pendidikan, karena dianggap lebih menarik bagi pasar iklan. Menurut Habermas (1989: 164), ruang publik yang didominasi oleh logika pasar kehilangan fungsinya sebagai arena diskusi rasional, di mana masyarakat dapat mengakses berbagai perspektif untuk membentuk opini yang kritis. Akibatnya, ruang publik di Indonesia lebih sering diarahkan untuk melayani kepentingan ekonomi pemilik media daripada kepentingan kolektif masyarakat.

Selain homogenisasi konten, konsentrasi media juga memengaruhi demokrasi informasi. Demokrasi informasi, yang idealnya memberikan akses setara terhadap berbagai sumber informasi, terancam oleh dominasi konglomerasi besar. Menurut Napoli (2001: 92), konsentrasi media menciptakan ketimpangan dalam distribusi informasi, di mana narasi dari media dominan cenderung mendominasi wacana publik. Di Indonesia, media independen dan lokal sering kali tidak memiliki daya saing yang cukup untuk menyaingi dominasi konglomerasi besar seperti MNC atau

Viva Group, baik dari segi pendanaan maupun distribusi. Hal ini menyebabkan audiens hanya terpapar pada sudut pandang yang terbatas, yang sering kali selaras dengan kepentingan politik atau ekonomi pemilik media.

Contoh konkret adalah bagaimana media dapat digunakan untuk memperkuat agenda politik pemiliknya. Viva Group, misalnya, yang memiliki hubungan dengan partai politik tertentu, sering kali dikritik karena bias dalam pemberitaan yang mendukung kepentingan politik pemiliknya. Fenomena ini menguatkan pernyataan Herman dan Chomsky (1988:28) dalam *Manufacturing Consent*, bahwa media sering kali menjadi alat untuk menciptakan konsensus atas nama kekuasaan ekonomi dan politik.

Untuk mencegah monopoli media, regulasi yang efektif menjadi kunci. Namun, Indonesia menghadapi tantangan besar dalam menerapkan kebijakan yang mampu membatasi kekuasaan korporasi media tanpa menghambat pertumbuhan industri. Salah satu tantangan utama adalah lemahnya implementasi pembatasan kepemilikan silang (*cross-ownership*). Regulasi seperti ini bertujuan untuk mencegah satu entitas menguasai berbagai jenis media dalam satu wilayah, yang dapat mengarah pada dominasi pasar. Namun, praktik di lapangan menunjukkan bahwa regulasi ini sering kali tidak dijalankan secara konsisten.

Sementara itu, Napoli (2001:89) menekankan bahwa regulasi yang lemah memungkinkan konglomerasi media untuk terus mengkonsolidasikan kekuasaan mereka, bahkan melampaui batas yang seharusnya ditetapkan oleh pemerintah. Di Indonesia, fenomena ini terlihat pada bagaimana konglomerasi besar seperti MNC dan Emtel terus memperluas jaringan mereka ke berbagai *platform* digital, tanpa hambatan yang berarti dari otoritas regulasi. Lemahnya pengawasan ini memperlihatkan kesenjangan antara perumusan kebijakan dan implementasi di lapangan.

Tantangan lain adalah kurangnya dukungan terhadap media lokal dan independen. Dalam banyak kasus, media kecil sering kali tidak dapat bersaing dengan pemain besar yang memiliki akses ke modal besar dan teknologi canggih. Sebagai solusi, McQuail (2010: 215) menyarankan pemberian insentif kepada media lokal melalui subsidi atau pengurangan pajak untuk mendorong keberlanjutan mereka. Di Indonesia, dukungan semacam ini sangat dibutuhkan untuk memastikan keberagaman suara dalam ruang publik, terutama di daerah-daerah yang sering kali diabaikan oleh media nasional.

Selain itu, literasi digital masyarakat juga menjadi tantangan penting. Literasi digital yang rendah membuat audiens cenderung bergantung pada sumber informasi dari korporasi besar tanpa mempertanyakan bias yang mungkin terkandung di dalamnya. Livingstone dan Helsper (2007:687) menekankan pentingnya literasi digital sebagai cara untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengevaluasi sumber informasi secara kritis. Dengan meningkatkan literasi digital, masyarakat Indonesia dapat menjadi lebih selektif dalam mengonsumsi informasi, sehingga tidak sepenuhnya terpapar pada narasi dominan yang dikendalikan oleh konglomerasi media.

### *Perbandingan Global dan Lokal*

Fenomena konsentrasi media merupakan masalah yang terjadi di berbagai negara, mencerminkan dinamika global di mana kendali terhadap informasi sering kali terkonsentrasi pada segelintir perusahaan besar. Namun, setiap negara memiliki konteks sosial, politik, dan regulasi yang berbeda, sehingga menghasilkan solusi yang beragam dalam menghadapi tantangan ini. Perbandingan antara Indonesia dengan negara lain, seperti Amerika Serikat, Jerman, dan India, menawarkan pelajaran berharga yang relevan untuk memahami dampak konsentrasi media serta upaya untuk mengelolanya.

Di Amerika Serikat, deregulasi media yang dimulai pada 1980-an menjadi katalisator utama konsentrasi media. Penghapusan *Fairness Doctrine* pada 1987, diikuti dengan *Telecommunications Act of 1996*, memberikan peluang kepada korporasi besar untuk memperluas kendali mereka atas berbagai jenis media (McChesney, 2004:102). Akibatnya, perusahaan seperti *Comcast*, *Disney*, dan *News Corp* mendominasi pasar media nasional, mengendalikan tidak hanya televisi dan radio, tetapi juga surat kabar, film, dan *platform* digital.

Deregulasi ini memungkinkan inovasi teknologi dan efisiensi bisnis, tetapi juga menyebabkan homogenisasi konten dan mengurangi pluralitas suara. Herman dan Chomsky (1988:28) menyoroti bagaimana korporasi media di Amerika Serikat sering kali menggunakan kekuasaannya untuk mengontrol agenda berita, menciptakan narasi yang sesuai dengan kepentingan pemiliknya. Contoh yang sering dikritik adalah *Fox News*, yang memiliki bias editorial yang kuat untuk mendukung agenda politik tertentu. Homogenisasi konten ini mengancam demokrasi informasi, di mana masyarakat hanya terpapar pada sudut pandang yang terbatas.

Namun, deregulasi juga memunculkan media alternatif dan independen, terutama melalui *platform* digital. Media independen seperti *ProPublica* dan *Democracy Now!* mencoba mengisi celah yang ditinggalkan oleh media arus utama dengan menyediakan jurnalisme investigasi yang mendalam. Ini menunjukkan bahwa meskipun konsentrasi media menimbulkan tantangan, ruang untuk inovasi dan resistensi tetap ada jika didukung oleh kebijakan yang mendukung keberlanjutan media alternatif.

Berbeda dengan Amerika Serikat, Jerman menempuh pendekatan regulasi yang lebih ketat untuk mencegah monopoli media dan menjaga pluralitas. Lembaga independen seperti *Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich* (KEK) memantau kepemilikan media untuk memastikan bahwa tidak ada entitas yang menguasai lebih dari 30% pasar. Selain itu, Jerman juga memiliki lembaga penyiaran publik seperti ARD dan ZDF, yang didanai melalui kontribusi publik dan dirancang untuk menyediakan konten yang berorientasi pada kepentingan sosial, budaya, dan pendidikan (Napoli, 2001:112).

Pendekatan ini berhasil menjaga keseimbangan antara efisiensi pasar dan pluralitas informasi. Media publik memainkan peran sentral dalam menyediakan alternatif bagi media komersial, menciptakan ruang bagi konten yang beragam dan mendalam. Sebagai contoh, liputan ARD tentang perubahan iklim dan isu-isu sosial sering kali menjadi rujukan utama dalam diskusi publik. Regulasi ini menunjukkan bahwa kebijakan yang tegas dan sistematis dapat menjadi alat yang efektif untuk membatasi dominasi korporasi besar sekaligus mendorong keberagaman informasi.

Dalam studi kasus lain, di India misalnya, menawarkan kasus yang menarik karena perannya sebagai salah satu pasar media terbesar di dunia. Meskipun negara ini memiliki beberapa konglomerasi besar seperti *Times Group* dan *Star India*, media lokal tetap memainkan peran penting dalam menyediakan informasi kepada masyarakat. Media cetak, radio komunitas, dan stasiun televisi regional di India sering kali memiliki audiens yang loyal karena konten mereka yang relevan secara lokal (Thussu, 2007:215).

Namun, seperti di Indonesia, India juga menghadapi tantangan konsentrasi media, terutama di sektor televisi dan digital. Deregulasi parsial telah memungkinkan konglomerasi besar untuk memperluas pengaruh mereka, menciptakan situasi di mana narasi nasional sering kali mendominasi diskusi publik, sementara isu-isu lokal terpinggirkan. Salah satu contoh adalah dominasi *Reliance Industries* melalui *Network18*, yang menguasai berbagai saluran berita dan hiburan di tingkat nasional.

Pelajaran dari India menunjukkan bahwa keberadaan media lokal yang kuat dapat menjadi penyeimbang penting bagi dominasi media nasional. Dukungan pemerintah terhadap media regional, seperti subsidi untuk surat kabar lokal dan pengembangan radio komunitas, menjadi salah satu alasan mengapa media lokal masih dapat bersaing meskipun menghadapi tekanan dari konglomerasi besar.

Perbandingan global ini menawarkan pelajaran penting yang dapat diterapkan dalam konteks Indonesia. Dari Amerika Serikat, Indonesia dapat belajar tentang risiko deregulasi yang berlebihan. Seperti yang terlihat di AS, penghapusan regulasi tanpa pengawasan yang memadai dapat mempercepat konsentrasi media, mengancam pluralitas konten, dan membatasi demokrasi informasi. Regulasi yang lebih tegas diperlukan untuk memastikan bahwa konglomerasi seperti *MNC Group* dan *Emtek Group* tidak terus memperluas dominasi mereka tanpa batas.

Pendekatan Jerman memberikan model untuk menjaga keseimbangan antara pasar media yang kompetitif dan keberagaman suara. Indonesia dapat mempertimbangkan pembentukan badan pengawas independen yang mirip dengan KEK untuk memantau konsentrasi media dan mengatur batas kepemilikan silang (*cross-ownership*). Selain itu, memperkuat peran media publik seperti TVRI dan RRI dapat membantu menyediakan alternatif konten yang berfokus pada isu-isu pendidikan, budaya, dan sosial.

Pelajaran dari India menunjukkan pentingnya dukungan bagi media lokal. Dalam konteks Indonesia, di mana media lokal sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya, subsidi pemerintah dan insentif pajak dapat membantu mereka tetap kompetitif. Selain itu, pengembangan media komunitas, seperti radio desa atau portal berita lokal berbasis digital, dapat menjadi sarana untuk meningkatkan keberagaman konten dan memperkuat keterlibatan masyarakat.

Terakhir, peningkatan literasi digital masyarakat menjadi faktor yang krusial. Seperti yang terlihat di Amerika Serikat dan Jerman, masyarakat yang melek digital lebih mampu mengidentifikasi bias media dan mencari informasi dari berbagai sumber. Di Indonesia, program literasi digital yang inklusif, terutama di daerah pedesaan, dapat membantu menciptakan audiens yang lebih kritis dan mandiri dalam konsumsi informasi.

## KESIMPULAN

Fenomena *Spatialization* dalam industri media Indonesia mencerminkan dinamika kapitalisme global dengan dominasi teknologi komunikasi dan integrasi bisnis. Hal ini memungkinkan perusahaan besar seperti MNC Group, Emtek Group, dan Viva Group memperluas kontrol atas informasi, tetapi juga menimbulkan tantangan bagi keberagaman informasi dan demokrasi. Lemahnya regulasi dan literasi digital memperparah dominasi konglomerasi media, mengancam ruang media independen dan pluralitas suara. Meskipun teknologi digital memperluas akses informasi, manfaat ini sering tersisihkan oleh prioritas komersial. Belajar dari pengalaman negara seperti Jerman dan India, regulasi tegas, dukungan untuk media lokal, dan program literasi digital diperlukan untuk menjaga pluralitas informasi. Kajian ini merekomendasikan pembentukan lembaga pengawas independen, penguatan media publik, subsidi untuk media lokal, dan literasi digital inklusif. Langkah-langkah ini penting untuk menciptakan ekosistem media yang adil, pluralistik, dan demokratis guna mendukung keberlanjutan demokrasi di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Castells, M. (2002). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2014). *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Djalante, R., Lassa, J., & Setiamarga, D. (2020). Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science*, 6, 100091.
- Doyle, G. (2002). *Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media*. London: SAGE Publications.
- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Haryanto, I. (2018). Dominasi konglomerat media di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Politik*, 6(3), 29–40.
- Haryanto, I. (2018). *Konglomerasi Media di Indonesia: Dampaknya terhadap Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Sains dan Demokrasi.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.

- Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries*. London: SAGE Publications.
- Kusuma, H. (2021). Konsentrasi media dan tantangan demokrasi di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(1), 45–55.
- Lim, M. (2011). Clicks, curation, and control: New media and social movements in Indonesia. *Journal of Asian Studies*, 70(4), 15–25.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social-media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427.
- Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–696.
- McChesney, R. W. (2004). *The Problem of the Media: U.S. Communication Politics in the 21st Century*. New York: Monthly Review Press.
- McChesney, R. W. (2008). *The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas*. New York: Monthly Review Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications.
- Napoli, P. M. (2001). *Foundations of Communication Policy: Principles and Process in the Regulation of Electronic Media*. New York: Hampton Press.
- Nugroho, Y. (2012). Media dan kapitalisme: Analisis ekonomi politik media Indonesia. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 10(2), 11–21.
- Nugroho, Y., Siregar, M., & Laksmi, S. (2012). *Mapping Media Policy in Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Saraswati, M. S. (2018). Social media and the political campaign industry in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(2), 115–130.
- Suwana, F. (2017). Empowering Indonesian women through building digital media literacy. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), 257–265.
- Thussu, D. K. (2007). *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow*. London: Routledge.
- Wijaya, M., Erlanitasari, Y., & Rahmanto, A. (2020). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 35(2), 150–165.
- Winseck, D. (2007). *Communication and Empire: Media, Markets, and Globalization, 1860–1930*. Durham: Duke University Press.