



KOMINFO

Kebijakan Komunikasi Berdampak, Dorong Ekonomi Media

**POLICY BRIEF
SEPTEMBER 2024**

Oleh:

*Raden Sarjono, SE., MM. | Rika Damayanti, SE., M.Si. | Marroli Jeni Indarto S.Sos., M.Si |
Dodi Wahyugi, S.T., MMSI. | Jati Setyowahyu, ST., MAB. | Eflianty Analisa, SP., M.Si. |
Filmon Leonard Warouw, S.S., M.Comn. | Very Radian Wicaksono MM | Naafi' Arman, S.T., M.H. |
Mediodecci Lustrini S.H., S.K.M., M.C.MS. | TB. Mohamad Yusuf Hidayat, S.Sos., MM. |
Erwin Hendarwin, SE., M.Si. | Farida Dewi Maharani S.E., M.Si. | Adi Pratomo, Ak., CCSA*



Executive Summary

Digitalisasi telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses media dan berdampak terhadap keberlangsungan ekosistem media konvensional. Untuk bertahan hidup, sebagian media konvensional terpaksa melakukan diversifikasi atau mengubah haluan bisnisnya ke digital. Namun, tindakan korporasi tersebut, tidak serta merta meningkatkan pendapatan perusahaan, yang sebagian besar bersumber dari iklan. Shifting justru berkontribusi terhadap penurunan pendapatan perusahaan. Kondisi ini turut mendegradasi kualitas produk jurnalistik yang dihasilkan media. Padahal, produk jurnalistik yang berkualitas merupakan salah satu pilar yang menopang kehidupan demokrasi. Untuk menjaga peran strategis media nasional tersebut, perlu dukungan pemerintah melalui kebijakan afirmatif yang mendorong badan publik negara untuk memprioritaskan belanja barang/jasa komunikasi publik menggunakan produk media massa dalam negeri, termasuk kebijakan formulasi standar biaya khusus sebagai acuan bagi badan publik negara dalam belanja media.

Kata Kunci : Industri Media, Digitalisasi, Proteksi Ekonomi, Regulasi Afirmatif

Inovasi Digital yang Mendisrupsi

Sebagai industri yang strategis bagi kehidupan berdemokrasi, industri media massa sedang tidak baik-baik saja. Perkembangan teknologi digitalisasi yang awalnya memberi angin segar dalam kemudahan media memproduksi produk jurnalistiknya, sekarang justru memberikan tantangan keberlangsungan. Dampak digitalisasi terhadap ekosistem media telah mendorong pergeseran bisnis model media dari media konvensional menuju platform digital.



Perubahan Lanskap Media dalam 10 Tahun



(Sumber: Infografik 10 Tahun Lompatan Transformasi Digital, Kementerian Kominfo, 2024)



(Sumber: katadata 2022)

Namun, perubahan pola konsumsi iklan dari media massa ke platform media sosial telah memberikan ancaman keberlangsungan diversifikasi media akibat penurunan pendapatan.

Meskipun televisi dinyatakan masih menjadi media dengan pendapatan iklan terbesar, namun selisih pendapatan iklan dengan mesin pencari sangat sedikit, padahal disparitas harga beriklan di televisi dengan mesin pencari sangat besar. Televisi menerapkan harga iklan antara 15 juta rupiah sampai dengan 100 juta rupiah per kali tayang dengan durasi 30 detik. Sementara Google Ads hanya membutuhkan 100 rupiah sampai 800 rupiah sebagai biaya klik. Dampak penurunan pendapatan iklan ini tidak hanya mengganggu model bisnis media, namun juga terhadap kualitas produk jurnalistik yang dihasilkan media. Dalam perjuangan bertahan hidup, media massa terkadang harus mengabaikan idealisme jurnalistiknya untuk melawan disrupsi yang terus menggerogoti.

Media Massa sebagai Industri Strategis

Terlepas dari dampaknya terhadap opini publik secara luas, media massa masih belum dianggap sebagai suatu industri yang strategis. Padahal keberlangsungan media merupakan pilar keempat yang penting dalam mengawal kehidupan berdemokrasi sekaligus sumber masyarakat dalam menjernihkan informasi. Dengan berbekal fungsi strategis media nasional, sejatinya kehadiran negara dalam memberikan proteksi dan pemberdayaan terhadap keberlangsungan industri sangat dibutuhkan. Keberlanjutan industri media yang mengawal jurnalisme berkualitas perlu menjadi perhatian melalui adanya regulasi afirmasi yang berdampak. Meski sebelumnya keberpihakan telah diberikan Pemerintah melalui terbitnya Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas, yang pada prinsipnya mengatur hubungan bisnis antara perusahaan pers dan platform digital dengan semangat meningkatkan jurnalisme berkualitas, angin segar ekonomi masih belum menyapa industri media massa.

Kebijakan Afirmasi dan Prioritas Belanja Pemerintah

Dalam sambutan Hari Pers Nasional 2024, Presiden Joko Widodo menyampaikan arahannya terkait tantangan yang dihadapi pers di era digital, yaitu pers harus tetap menjadi salah satu pilar penjaga demokrasi sekaligus rumah bersama untuk sumber informasi dan meminta Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk memprioritaskan belanja iklan pemerintah melalui perusahaan pers nasional. Kebijakan afirmasi ini dapat menjadi alternatif untuk menjaga keberlangsungan media massa melalui penciptaan peluang ekonomi.

Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2018 tentang Pemberdayaan Industri mengamanatkan pentingnya penggunaan produk dalam negeri yang bertujuan untuk memberdayakan industri dalam negeri dan memperkuat struktur industri, salah satunya melalui upaya peningkatan produk dalam negeri oleh badan usaha swasta dan masyarakat (Pasal 55 dan Pasal 56).

Pemerintah dalam hal ini bisa saja mewajibkan lembaga negara, kementerian, lembaga pemerintah non kementerian, lembaga pemerintah lainnya dan satuan kerja perangkat daerah untuk memprioritaskan pengadaan barang/jasa komunikasi publik menggunakan produk media massa dalam negeri.

Kewajiban penggunaan media massa dalam negeri dalam pengadaan barang/jasa komunikasi, dilakukan sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan pengadaan barang/jasa. Dorongan peningkatan produk media massa dalam negeri juga dilakukan Pemerintah ke badan usaha swasta dan masyarakat melalui pembentukan perangkat kebijakan yang dapat mendorong penggunaan produk media massa dalam negeri, termasuk potensi pengembangan formulasi standar harga media sebagai standar biaya khusus yang dapat dijadikan acuan bagi lembaga negara, kementerian, lembaga pemerintah non kementerian, lembaga pemerintah lainnya dan satuan kerja perangkat daerah dalam melaksanakan pengadaan barang/jasa komunikasi publik melalui media. Perangkat kebijakan ini, diharapkan dapat menjadikan produk dan jasa jurnalistik media nasional sebagai bagian dari Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) sektor komunikasi publik.



Rekomendasi Kebijakan

Untuk memastikan keberlangsungan ekonomi industri media perlu dilakukan beberapa alternatif pendekatan kebijakan, antara lain:

Alternatif Keterangan

Kemungkinan dampak

Akseleratif Pembentukan SE yang memuat ketentuan untuk penyediaan anggaran belanja media melalui pengadaan langsung oleh seluruh instansi Pemerintah

Positif :

potensi pendapatan media sudah langsung dapat dihitung dengan pengadaan placement pemerintah

Negatif

- Pengadaan tanpa perencanaan kebutuhan yang jelas membuka potensi terjadinya penyelewengan
- Kebijakan tidak bisa dioptimalisasi karena belum memiliki rujukan nilai standar umum pengadaan
- Ketersediaan anggaran belum tentu dapat menjangkau seluruh media massa dalam negeri
- Kebijakan hanya bersifat pembelanjaan tanpa pemberdayaan untuk pertumbuhan ekonomi industri media berkelanjutan

Moderat Pembentukan perangkat kebijakan afirmatif berdasarkan ketentuan eksisting terkait pemberdayaan industri dan pengadaan barang/jasa Pemerintah

Positif :

- Perangkat hukum sudah tersedia, tinggal melakukan analisis dan evaluasi untuk menjangkau media sebagai bagian dari industri
- Memberikan peluang peningkatan cakupan lingkup TKDN khususnya di sektor komunikasi publik
- Acuan dasar untuk proses pengadaan sudah tersedia
- Berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi industri media serta ekosistem industri yang lebih sehat

Negatif :

Memerlukan kajian penentuan Preferensi Harga

Rasional Optimalisasi implementasi Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital

Positif :

- Lebih cepat diimplementasikan karena regulasi sudah tersedia
- Media mendapatkan hak ekonomi dari platform digital

Negatif :

- Implementasi tidak maksimal karena;
- Pengawasan implementasi Perpres dilakukan oleh Komite, bukan Pemerintah secara langsung. Sehingga menunggu rekomendasi Komite untuk tindak lanjut kebijakan afirmatif
 - Belum tersedianya standar formulasi harga sebagai dasar negosiasi
 - Potensi blockade konten oleh platform jika tidak menemukan kesepakatan B2B
 - Daya tawar media skala kecil sangat rendah sulit untuk mendapatkan hak mereka.

Dengan melakukan analisa grid analysis yang memperhatikan kriteria waktu, biaya, tingkat adaptasi, dan dampak pertumbuhan ekonomi industri media dan hasilnya ditetapkan “Alternatif Moderate” yang dirumuskan dalam kebijakan sebagai berikut;



Adanya intervensi pemerintah

melalui regulasi dengan keberpihakan kepada industri media massa dalam negeri sebagai industri kreatif dan Industri Kecil Menengah



Menetapkan belanja media massa nasional

sebagai bagian dari pemenuhan pengukuran Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) 40% belanja pemerintah melalui e-procurement;



Membentuk kebijakan teknis

yang memastikan prioritas belanja sektor komunikasi publik dilakukan terhadap media massa dalam negeri baik oleh pemerintah, BUMN maupun sektor swasta;



Mendorong diterbitkannya standar

formulasi harga produk media massa dalam negeri yang berlaku sebagai acuan belanja komunikasi publik pemerintah;



Bekerjasama dengan

asosiasi industri agar media massa mengakselerasi konten dan harga agar bisa selaras dengan kebutuhan pengguna media

Kesimpulan

Disrupsi telah mengubah lansekap bisnis media dari konvensional ke digital. Shifting yang diikuti perubahan pola konsumsi iklan dari media massa ke media sosial tersebut, justru mengancam keberlangsungan hidup media akibat penurunan pendapatan. Dalam kondisi bertahan hidup tersebut, media massa terkadang mengabaikan idealisme dan kualitas jurnalistik. Padahal keberadaan media dengan produk jurnalistik berkualitas merupakan pilar penting dalam kehidupan demokrasi.

Kebijakan afirmasi perlindungan ekosistem media dibutuhkan sebagai wujud atas kehadiran Negara dalam memastikan fungsi pilar keempat demokrasi tetap berjalan. Proteksi terhadap ketahanan ekonomi media massa merupakan prakondisi agar media massa dapat menjalankan fungsinya dalam memproduksi produk jurnalistik yang berkualitas dan independen. Lima hal yang berpotensi dapat dilakukan yaitu memasukan industri media sebagai industri kreatif atau industri kecil dan menengah, media massa bagian dari pemenuhan TKDN 40% melalui e-procurement, prioritasasi belanja media massa oleh lembaga pemerintah dan swasta, standarisasi formulasi harga produk media dan bekerjasama dengan asosiasi industri.

Referensi :

1. Liliweri. 2011. *Komunikasi : serba ada, serba makna*. Jakarta. Kencana;
2. Riyanto, Setyo. 2022. *Analisis Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta. Gramedia;
3. *Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2018 tentang Pemberdayaan Industri*;
4. *Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Platform Digital untuk Mendukung Jurnalistik Berkualitas*.