

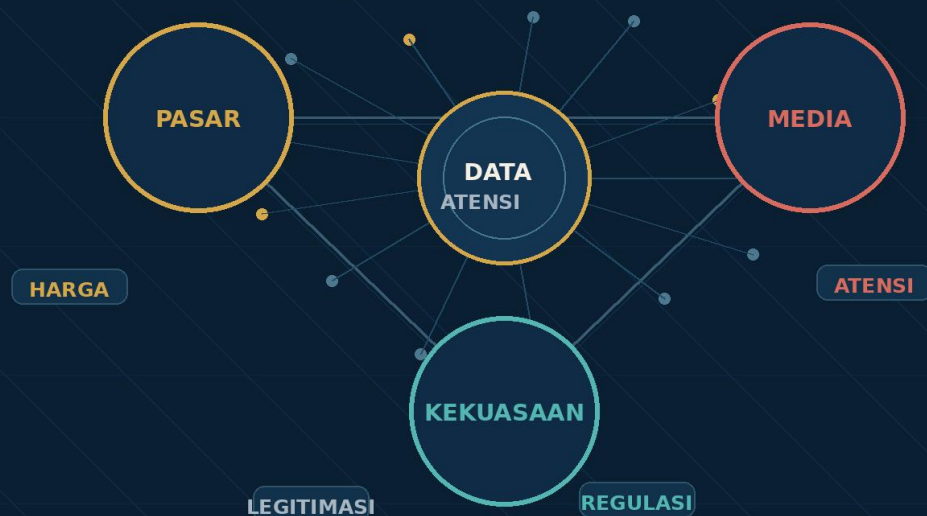
Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

● IBM-ASMI | ACADEMIC SERIES 2026

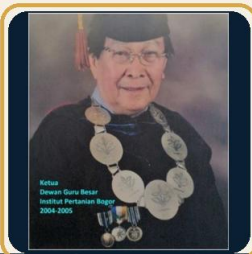
EKONOMI POLITIK

PASAR, MEDIA, DAN KEKUASAAN: SEGITIGA DOMINASI ZAMAN KINI

Membaca hubungan ekonomi, informasi, dan politik dalam era digital



PERSPEKTIF AKADEMIK



**Prof Ir Rudy C
Tarumingkeng, PhD**

AI - Data Analyst

IBM-ASMI

www.ruduct.com/cv.pdf

PASAR MEDIA KEKUASAAN

ARTIKEL ANALITIS • EKONOMI POLITIK • 2026

IBM-ASMI

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini

Oleh: Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD

www.rudyct.com/cv.pdf

AI - Data Analyst, IBM-ASMI

Abstrak

Artikel ini menganalisis hubungan antara pasar, media, dan kekuasaan sebagai segitiga institusional yang membentuk distribusi informasi, kesempatan ekonomi, dan legitimasi politik pada zaman kini. Pasar dipahami bukan hanya sebagai mekanisme harga, melainkan sebagai tatanan yang ditopang aturan kepemilikan, infrastruktur, data, dan kekuasaan tawar. Media dibahas sebagai pengatur perhatian, pembentuk agenda, dan institusi ekonomi yang menghadapi tekanan model bisnis digital. Kekuasaan dianalisis sebagai kemampuan mengatur pilihan, akses, visibilitas, dan definisi tentang kepentingan publik. Dengan menggabungkan perspektif ekonomi politik, studi media, teori platform, dan konteks Indonesia, artikel ini menunjukkan bahwa dominasi kontemporer sering muncul melalui konsentrasi kepemilikan, personalisasi algoritmik, ketergantungan kerja, pembiayaan politik, serta pengaturan arus informasi. Artikel menyimpulkan bahwa demokrasi substantif memerlukan transparansi kepemilikan, kompetisi digital yang dapat diperebutkan, perlindungan data, pluralisme media, literasi terpadu, dan lembaga publik yang memiliki kapasitas teknis maupun etis.

Kata Kunci

ekonomi politik; pasar digital; media; kekuasaan; platformisasi; datafikasi; demokrasi; Indonesia

1. Pendahuluan: Mengapa Segitiga Ini Penting

Pasar, media, dan kekuasaan sering dipelajari sebagai wilayah yang terpisah. Pasar ditempatkan dalam analisis ekonomi, media dalam studi komunikasi, sedangkan kekuasaan menjadi wilayah ilmu politik dan sosiologi. Pemisahan tersebut membantu membangun spesialisasi, tetapi dapat menutupi hubungan nyata di antara ketiganya. Harga, berita, dan keputusan politik tidak lahir di ruang yang sepenuhnya berbeda. Ketiganya bertemu dalam institusi, jaringan pemilik modal, teknologi informasi, serta kebiasaan sosial yang menentukan siapa yang dapat berbicara, siapa yang didengar, dan siapa yang memperoleh keuntungan. Artikel ini memandang ketiga bidang tersebut sebagai satu segitiga institusional yang saling menguatkan dan sekaligus dapat saling mengoreksi.

Judul segitiga dominasi tidak dimaksudkan untuk menyatakan bahwa seluruh pasar, media, dan lembaga politik selalu bekerja sebagai satu komplotan. Dominasi lebih sering terbentuk melalui

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

ketergantungan yang berulang. Perusahaan memerlukan legitimasi, regulasi, perhatian publik, dan akses terhadap data. Media memerlukan pendapatan, sumber berita, infrastruktur distribusi, serta kepercayaan audiens. Penguasa memerlukan narasi, dukungan finansial, kapasitas komunikasi, dan mekanisme untuk mengelola konflik. Ketika kebutuhan tersebut bertemu tanpa pengawasan yang memadai, pertukaran yang tampak biasa dapat menggeser batas antara kepentingan publik dan kepentingan privat.

Perubahan digital mempercepat pertemuan itu. Platform menghubungkan transaksi dengan komunikasi, iklan dengan politik, dan data perilaku dengan keputusan bisnis. Seorang pengguna dapat menjadi konsumen, sumber data, sasaran kampanye, sekaligus produsen informasi dalam satu sesi. Perusahaan teknologi bukan hanya menjual ruang iklan; mereka mengatur arus perhatian melalui desain antarmuka dan sistem rekomendasi. Pemerintah tidak hanya mengeluarkan kebijakan; ia juga berusaha membentuk ekosistem data, identitas digital, dan tata kelola konten. Akibatnya, pertanyaan tentang ekonomi dan politik semakin sulit dipisahkan dari pertanyaan tentang arsitektur komunikasi.

Di Indonesia, persoalan tersebut memiliki lapisan sejarah yang khas. Konsentrasi kepemilikan media, hubungan antara pemilik usaha dan partai politik, pembiayaan pemilu, serta ekspansi platform digital bertemu dengan masyarakat yang sangat beragam secara geografis dan sosial. Demokratisasi setelah 1998 membuka ruang partisipasi, namun juga menciptakan kompetisi baru untuk menguasai saluran informasi dan sumber daya. Pemilu memperluas permintaan terhadap narasi politik, sedangkan pasar iklan dan data menyediakan sarana untuk menargetkan pemilih. Tantangan utamanya adalah memastikan bahwa kompetisi tidak berubah menjadi penguasaan atas agenda publik.

Argumen utama tulisan ini adalah bahwa dominasi kontemporer tidak semata-mata bekerja melalui perintah langsung. Ia berjalan lewat seleksi akses, pengaturan visibilitas, penentuan harga, kepemilikan infrastruktur, pengumpulan data, dan pembentukan kategori tentang apa yang dianggap penting. Karena itu, demokrasi tidak cukup diukur dari keberadaan pemilu atau kebebasan formal berbicara. Demokrasi juga perlu dinilai dari distribusi kapasitas untuk memproduksi pengetahuan, mengakses pasar, memengaruhi kebijakan, dan meminta pertanggungjawaban pemegang kekuasaan.

Pembahasan disusun secara bertahap. Bagian berikutnya menjelaskan pasar, media, dan kekuasaan sebagai institusi yang menghasilkan aturan dan insentif. Bagian-bagian selanjutnya menelaah kepemilikan, mediasi perhatian, datafikasi, platformisasi, politik Indonesia, serta implikasi bagi warga. Uraian terakhir menawarkan agenda kebijakan yang menggabungkan transparansi, kompetisi, literasi, perlindungan data, dan penguatan lembaga publik. Tujuannya bukan memberikan vonis tunggal, melainkan menyediakan cara membaca hubungan kekuasaan secara tajam dan dapat ditindaklanjuti.

2. Pasar sebagai Institusi Sosial dan Politik

Pasar biasanya didefinisikan sebagai mekanisme pertukaran yang mempertemukan penawaran dan permintaan. Definisi tersebut benar, tetapi belum lengkap. Pasar selalu bergantung pada aturan kepemilikan, penegakan kontrak, standar mutu, mata uang, sistem pembayaran, dan lembaga yang menyelesaikan sengketa. Dengan kata lain, pasar bukan ruang alamiah yang berdiri di luar politik. Ia dibentuk oleh keputusan tentang siapa yang boleh memiliki, bagaimana kompetisi diselenggarakan, dan risiko apa yang ditanggung oleh negara, perusahaan, atau rumah tangga. Stiglitz menunjukkan bahwa kegagalan pasar sering mencerminkan desain kelembagaan dan distribusi informasi yang tidak seimbang.

Dalam ekonomi digital, batas pasar semakin melebar. Perusahaan dapat menawarkan layanan gratis kepada pengguna karena pendapatan diperoleh dari iklan, komisi transaksi, lisensi data, atau layanan komputasi. Harga yang tampak nol tidak berarti tidak ada pertukaran. Pengguna membayar dengan

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

perhatian, data, reputasi, dan waktu. Model ini mengubah cara kita memahami konsumen. Konsumen tidak hanya memilih barang, melainkan juga menghasilkan jejak yang membantu perusahaan mengoptimalkan harga, rekomendasi, dan strategi ekspansi. Di balik kenyamanan aplikasi terdapat struktur nilai yang menentukan siapa yang mengumpulkan surplus dan siapa yang memikul biaya sosialnya.

Pasar juga menghasilkan hierarki melalui skala. Perusahaan yang menguasai jaringan pengguna dapat menurunkan biaya per transaksi, menarik lebih banyak penjual, dan memperkuat posisi tawarnya. Efek jaringan sering membuat pasar cenderung terkonsentrasi, walaupun pada tahap awal terlihat terbuka bagi banyak pelaku. Ketika satu platform menjadi pintu utama bagi informasi, perdagangan, atau pembayaran, keputusan teknisnya memiliki konsekuensi menyerupai kebijakan publik. Perubahan algoritma dapat menaikkan atau menurunkan visibilitas usaha kecil; perubahan komisi dapat mengubah pendapatan pekerja; perubahan syarat layanan dapat memengaruhi kebebasan berekspresi.

Perekonomian Indonesia memperlihatkan paradoks yang sama. Digitalisasi membuka akses bagi usaha mikro, pengemudi, kreator, dan penjual dari daerah yang sebelumnya sulit menjangkau konsumen nasional. Namun akses itu biasanya diberikan melalui perantara yang memiliki aturan sendiri. Pelaku kecil memperoleh pasar, tetapi tidak selalu memperoleh data pelanggan, ruang negosiasi, atau perlindungan pendapatan yang memadai. Karena itu, ukuran keberhasilan transformasi digital tidak boleh hanya berupa jumlah pengguna dan nilai transaksi. Kita juga perlu melihat pembagian nilai, stabilitas kerja, biaya kepatuhan, serta kemampuan pelaku lokal untuk membangun kapasitas mandiri.

Pasar yang sehat membutuhkan pluralitas pelaku dan informasi yang dapat dipercaya. Jika hanya sedikit perusahaan menguasai distribusi, periklanan, dan data, maka kompetisi dapat berubah menjadi ketergantungan. Jika informasi harga tidak transparan, konsumen tidak mampu menilai pilihan secara rasional. Jika biaya sosial seperti polusi, manipulasi informasi, dan tekanan kerja dialihkan kepada masyarakat, maka harga pasar tidak menggambarkan biaya yang sebenarnya. Tugas kebijakan publik bukan mematikan pasar, melainkan memastikan bahwa pasar bekerja dalam batas yang melindungi kepentingan bersama.

Pertanyaan politik muncul ketika aktor ekonomi mampu memengaruhi aturan yang mengatur mereka. Lobi, pendanaan kampanye, hubungan personal, keahlian teknis, dan ancaman relokasi investasi dapat membentuk keputusan regulator. Tidak semua komunikasi bisnis dengan pemerintah merupakan korupsi; negara memang membutuhkan masukan dari dunia usaha. Masalah timbul apabila akses tersebut asimetris dan tidak transparan, sehingga kelompok yang paling mampu membayar konsultan atau membuka pintu politik memperoleh bobot lebih besar daripada warga yang menanggung dampaknya. Di titik inilah pasar mulai berperan sebagai sumber kekuasaan langsung.

3. Media sebagai Pengatur Perhatian Publik

Media bukan sekadar saluran yang memindahkan fakta dari sumber kepada penerima. Media memilih topik, menentukan urutan, memberi konteks, menampilkan wajah, dan menyediakan bahasa untuk menafsirkan peristiwa. Pilihan editorial tersebut membentuk agenda publik. Dalam teori agenda-setting, isu yang berulang dan terlihat menonjol cenderung dianggap penting oleh khalayak, walaupun keberulangan tidak selalu berarti kebenaran. Media memperluas pengalaman warga melampaui lingkungan terdekat, tetapi kekuatan itu sekaligus membuat keputusan redaksional memiliki dampak politik yang besar.

Ekonomi media memengaruhi bentuk pemberitaan. Media membutuhkan pendapatan untuk membayar jurnalis, infrastruktur, distribusi, dan verifikasi. Ketika pendapatan iklan berpindah ke platform global, organisasi berita menghadapi tekanan untuk mengejar klik, kecepatan, dan konten yang mudah dibagikan.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Model ini dapat mengurangi waktu untuk liputan investigatif dan memperbesar ketergantungan pada siaran pers, sumber resmi, atau materi yang sudah dikemas oleh aktor berkepentingan. Masalah kualitas berita tidak dapat dijelaskan hanya oleh etika individu; ia juga berhubungan dengan struktur pembiayaan.

Media politik bekerja melalui dua arah. Di satu sisi, media dapat menjadi pengawas yang mengungkap penyalahgunaan wewenang, konflik kepentingan, dan dampak kebijakan. Di sisi lain, media dapat digunakan untuk membingkai lawan, menciptakan kepanikan, atau mengalihkan perhatian dari isu material. Perbedaan antara kritik, propaganda, dan iklan politik sering menjadi kabur ketika konten disebarkan melalui jaringan influencer dan akun anonim. Warga menghadapi lingkungan informasi yang menggabungkan berita, opini, hiburan, promosi, dan mobilisasi dalam satu aliran.

Media sosial mengubah distribusi suara tanpa menghapus ketimpangan. Setiap orang memang dapat memproduksi konten, tetapi tidak setiap konten memperoleh jangkauan yang sama. Visibilitas dipengaruhi oleh jaringan, kemampuan membuat materi menarik, anggaran promosi, serta logika algoritmik platform. Sebuah isu lokal dapat menjadi perhatian nasional jika memperoleh momentum; isu lain yang sama pentingnya dapat hilang karena tidak cocok dengan format yang disukai sistem. Demokratisasi produksi tidak otomatis menghasilkan demokratisasi perhatian.

Di Indonesia, media menjadi arena penting bagi perdebatan identitas, pembangunan, korupsi, kebijakan ekonomi, dan konflik agraria. Media lokal dapat mengangkat kepentingan komunitas yang jarang terlihat di media nasional, tetapi sering berhadapan dengan keterbatasan dana dan tekanan dari pemilik kepentingan setempat. Media nasional mempunyai sumber daya lebih besar, namun cakupan dan perspektifnya dapat dipengaruhi oleh struktur kepemilikan. Pluralisme media perlu dipahami bukan hanya sebagai banyaknya merek, melainkan juga keragaman pemilik, ruang redaksi, sumber pendapatan, dan perspektif sosial.

Kualitas media berkaitan langsung dengan kualitas pasar dan demokrasi. Pasar memerlukan informasi untuk membandingkan produk, risiko, dan reputasi. Demokrasi memerlukan informasi untuk menilai janji, kinerja, dan konsekuensi kebijakan. Jika media kehilangan kapasitas verifikasi, kedua proses tersebut rentan terhadap manipulasi. Sebaliknya, media yang independen dan berkelanjutan dapat memperkecil ketimpangan informasi. Hubungan ini menjelaskan mengapa kebijakan media tidak boleh dipandang sebagai urusan budaya semata; ia merupakan bagian dari infrastruktur ekonomi dan politik.

4. Kekuasaan: Dari Komando ke Pengaturan Pilihan

Kekuasaan sering dibayangkan sebagai kemampuan memerintah atau memaksa. Pemahaman tersebut penting, tetapi kekuasaan modern juga bekerja melalui pembentukan pilihan. Seseorang mungkin merasa bebas memilih aplikasi, berita, pekerjaan, atau produk, padahal pilihan itu disusun oleh kategori, peringkat, harga, dan desain yang dibuat oleh pihak lain. Kekuasaan bekerja ketika satu aktor dapat menentukan kondisi yang harus diikuti aktor lain, bahkan tanpa mengeluarkan perintah eksplisit. Kekuasaan simbolik bekerja ketika aturan sosial diterima sebagai kewajiban.

Ada beberapa sumber kekuasaan yang relevan bagi segitiga ini. Kekuasaan material berasal dari aset, modal, dan kontrol atas infrastruktur. Kekuasaan institusional berasal dari kemampuan menetapkan atau menafsirkan aturan. Kekuasaan informasional berasal dari penguasaan data, pengetahuan, dan saluran komunikasi. Kekuasaan simbolik berasal dari kemampuan mendefinisikan identitas, legitimasi, dan reputasi. Dalam praktiknya, sumber-sumber tersebut saling menguatkan. Pemilik modal dapat membangun media; media dapat membentuk reputasi; reputasi dapat memengaruhi kebijakan; kebijakan dapat melindungi posisi pasar.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Kekuasaan juga memiliki dimensi temporal. Aktor yang dapat menentukan kapan informasi muncul, kapan transaksi tersedia, atau kapan keputusan harus diambil memperoleh keunggulan. Pemberitaan menjelang pemilu, promosi terbatas, pembaruan kebijakan yang mendadak, dan perubahan algoritma dapat menciptakan tekanan waktu. Warga atau pelaku usaha mungkin tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa, membandingkan, atau menegosiasikan. Kecepatan menjadi sumber dominasi apabila pihak yang mengendalikan ritme memiliki kapasitas analitik dan sumber daya lebih besar.

Kekuasaan tidak selalu berpusat pada satu aktor. Ia dapat tersebar dalam jaringan perusahaan, birokrasi, konsultan, lembaga survei, penyedia teknologi, dan organisasi masyarakat. Jaringan tersebut memungkinkan tanggung jawab menjadi kabur. Keputusan dibuat melalui kontrak, komite, sistem otomatis, atau rekomendasi teknis sehingga sulit diketahui siapa yang harus dimintai pertanggungjawaban. Transparansi formal tidak cukup jika warga tidak memiliki kapasitas untuk memahami hubungan antaraktor dan dampak keputusan.

Analisis kekuasaan perlu menghindari dua kekeliruan. Kekeliruan pertama adalah menganggap semua hasil sebagai konspirasi terencana. Banyak dominasi terbentuk dari insentif yang tidak dikoordinasikan, tetapi bergerak ke arah sama. Kekeliruan kedua adalah menganggap mekanisme pasar atau teknologi netral. Setiap desain memuat pilihan tentang tujuan, risiko, dan pihak yang diprioritaskan. Pendekatan yang lebih tepat adalah menelusuri siapa yang menetapkan aturan, siapa yang memperoleh manfaat, siapa yang menanggung biaya, dan apakah tersedia mekanisme koreksi.

Kekuasaan demokratis bukan berarti tidak adanya pengaruh. Demokrasi selalu membutuhkan koordinasi dan kepemimpinan. Yang menentukan adalah apakah pengaruh tersebut dapat diuji, dibatasi, dan dipertanggungjawabkan. Kekuasaan publik harus tunduk pada hukum dan alasan yang dapat diperdebatkan. Kekuasaan korporasi harus dibatasi oleh kompetisi, hak warga, dan kewajiban transparansi. Kekuasaan media perlu ditopang independensi editorial dan koreksi terbuka. Segitiga yang sehat bukan segitiga tanpa kekuasaan, melainkan segitiga dengan distribusi dan pengawasan yang seimbang.

5. Kerangka Segitiga Dominasi

Segitiga dominasi dapat dibaca melalui tiga hubungan utama. Hubungan pertama adalah pasar-media: perusahaan membeli perhatian melalui iklan, sponsor, kerja sama konten, dan data audiens. Hubungan kedua adalah media-kekuasaan: aktor politik menggunakan media untuk membangun agenda, legitimasi, dan mobilisasi. Hubungan ketiga adalah kekuasaan-pasar: negara menetapkan aturan, mengalokasikan sumber daya, dan menciptakan peluang bagi pelaku ekonomi. Ketiga hubungan tersebut tidak berdiri sendiri. Ketika satu sisi berubah, dua sisi lainnya ikut menyesuaikan.

Pada sisi pasar-media, perhatian menjadi komoditas utama. Media berusaha memperpanjang waktu kunjungan dan meningkatkan kemungkinan pengguna merespons iklan. Platform menyusun peringkat konten berdasarkan prediksi keterlibatan, bukan semata-mata nilai informasinya. Konten yang menimbulkan kemarahan atau rasa takut sering memperoleh keuntungan karena mendorong komentar dan pembagian. Masalahnya bukan bahwa semua konten emosional buruk, melainkan bahwa sistem dapat mengabaikan kualitas demi metrik yang mudah dihitung.

Pada sisi media-kekuasaan, pengaruh diwujudkan melalui agenda-setting, framing, akses, dan pengulangan. Pemimpin yang memiliki akses rutin ke ruang media memperoleh kesempatan menjelaskan tindakan sebelum kritik berkembang. Kelompok yang tidak memiliki jaringan komunikasi harus bekerja lebih keras agar isu terlihat. Perbedaan ini memengaruhi persepsi tentang kompetensi, moralitas, dan urgensi.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Kekuatan media juga tampak ketika isu tertentu dibuat personal, sementara struktur penyebabnya disembunyikan dari pembahasan.

Pada sisi kekuasaan-pasar, regulasi dapat menjadi alat perlindungan publik atau sumber keistimewaan. Perizinan, pengadaan, subsidi, konsesi, standar teknis, dan akses data menentukan posisi pelaku usaha. Jika prosesnya transparan, kebijakan dapat membangun kompetisi sehat. Jika prosesnya tertutup, kebijakan dapat menciptakan rente dan mengunci pasar bagi kelompok tertentu. Hubungan negara dan bisnis tidak boleh dinilai hanya dari keberadaan investasi; perlu dilihat juga kualitas persyaratan, distribusi manfaat, dan mekanisme pengawasan.

Segitiga tersebut menghasilkan dominasi melalui beberapa mekanisme. Pertama, konsentrasi kepemilikan menggabungkan sumber daya ekonomi dan saluran narasi. Kedua, integrasi vertikal membuat perusahaan mengendalikan produksi, distribusi, pembayaran, dan data sekaligus. Ketiga, ketergantungan birokrasi pada keahlian swasta dapat memindahkan kapasitas kebijakan keluar dari lembaga publik. Keempat, personalisasi algoritmik membuat setiap warga menerima lingkungan informasi berbeda sehingga sulit membangun gambaran bersama. Kelima, pembiayaan politik menghubungkan modal dengan keputusan yang menentukan masa depan pasar.

Kerangka ini juga membuka ruang resistensi. Konsumen dapat berpindah, pekerja dapat berorganisasi, jurnalis dapat melakukan investigasi, dan regulator dapat memaksa keterbukaan. Masyarakat sipil dapat membangun kanal informasi alternatif. Lembaga pendidikan dapat meningkatkan literasi data dan politik. Namun resistensi tidak boleh dibebankan sepenuhnya kepada individu. Jika struktur pasarnya terlalu terkonsentrasi dan arsitektur informasinya terlalu tertutup, pilihan personal memiliki dampak terbatas. Perubahan memerlukan kombinasi tindakan warga, kebijakan, dan pembaruan institusi.

6. Kepemilikan, Konsentrasi, dan Infrastruktur

Kepemilikan merupakan pintu masuk penting untuk memahami hubungan pasar dan media. Pemilik tidak selalu menentukan setiap berita, tetapi ia menentukan arah investasi, struktur organisasi, strategi ekspansi, dan batas risiko yang dapat ditanggung ruang redaksi. Ketika satu kelompok memiliki banyak saluran, ia memperoleh kemampuan mengintegrasikan narasi dan promosi. Integrasi dapat meningkatkan efisiensi, namun juga mempersempit keragaman perspektif. Ukuran perusahaan dan jumlah merek tidak selalu menunjukkan jumlah pusat keputusan yang sesungguhnya.

Konsentrasi tidak hanya berbentuk kepemilikan langsung. Ia dapat muncul melalui kepemilikan saham, hubungan keluarga, utang, kontrak eksklusif, kesamaan pemasok, atau ketergantungan pada satu platform. Perusahaan media yang tampak independen mungkin sangat bergantung pada distribusi mesin pencari atau media sosial. Penerbit lokal mungkin bergantung pada iklan dari pemerintah daerah atau perusahaan besar. Ketergantungan seperti ini memengaruhi pilihan topik tanpa perlu instruksi tertulis. Transparansi beneficial ownership dan hubungan bisnis menjadi syarat penting bagi akuntabilitas.

Infrastruktur digital memperluas persoalan kepemilikan ke pusat data, jaringan telekomunikasi, sistem pembayaran, layanan komputasi awan, dan toko aplikasi. Pihak yang menguasai infrastruktur dapat memengaruhi biaya masuk, kecepatan akses, dan kemungkinan layanan menjangkau publik. Gangguan pada satu komponen dapat merambat ke sektor lain karena ekonomi digital saling terhubung. Ketahanan nasional tidak cukup dengan membangun aplikasi; ia membutuhkan diversifikasi infrastruktur dan kemampuan publik memahami ketergantungan strategis.

Bagi usaha kecil, konsentrasi platform menciptakan dilema. Mereka perlu hadir di platform agar ditemukan pelanggan, tetapi kehadiran itu menyebabkan ketergantungan pada kebijakan perusahaan.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Komisi, aturan promosi, dan penilaian pelanggan dapat berubah tanpa konsultasi berarti. Data penjualan sering berada di tangan platform sehingga pelaku usaha sulit membangun hubungan langsung. Perusahaan besar dapat membeli analitik dan promosi, sedangkan usaha kecil harus menerima posisi sebagai penyedia pasokan. Kebijakan persaingan perlu memperhitungkan ketimpangan ini.

Konsentrasi juga memengaruhi tenaga kerja. Pekerja platform biasanya berstatus kontraktor atau mitra, sehingga perusahaan dapat membatasi kewajiban sosial sambil tetap mengendalikan proses kerja melalui aplikasi. Penilaian otomatis, insentif dinamis, dan pemutusan akses membentuk disiplin tanpa pengawas manusia. Fleksibilitas dapat menjadi manfaat bagi sebagian orang, tetapi menjadi ketidakpastian bagi mereka yang tidak memiliki alternatif pendapatan. Perlindungan kerja harus menilai kontrol faktual, bukan hanya label kontrak.

Kebijakan kepemilikan harus berangkat dari tujuan pluralisme, bukan semata-mata ukuran perusahaan. Beberapa sektor membutuhkan skala agar layanan terjangkau. Namun skala perlu dibatasi oleh interoperabilitas, portabilitas data, transparansi algoritma, dan akses yang adil bagi pesaing. Regulator juga perlu memperkuat kapasitas investigasi, sebab dominasi modern sering tersembunyi dalam kontrak teknis dan jaringan korporasi lintas yurisdiksi. Tanpa pengetahuan dan kewenangan memadai, aturan anti-monopoli menjadi deklarasi.

7. Datafikasi dan Kekuasaan Algoritmik

Datafikasi adalah proses mengubah aktivitas, relasi, dan perilaku menjadi data yang dapat disimpan, dibandingkan, dan dianalisis. Banyak manfaatnya nyata. Data membantu pemerintah mengenali kebutuhan layanan, rumah sakit mengelola sumber daya, dan perusahaan memperbaiki produk. Namun data tidak sekadar cermin realitas. Apa yang diukur, kategori yang digunakan, dan cara data disimpan merupakan keputusan sosial. Kelompok yang tidak tercatat atau salah dikategorikan dapat kehilangan akses, sementara kesalahan sistem terlihat objektif karena disajikan dalam angka.

Kekuasaan algoritmik muncul ketika model komputasi digunakan untuk mengurutkan, memprediksi, menilai, atau mengalokasikan. Algoritma tidak harus memiliki niat politik untuk menghasilkan akibat politik. Jika data historis memuat diskriminasi, model dapat mereproduksinya. Jika tujuan optimasi hanya meningkatkan keterlibatan, model dapat memperbesar konten yang memecah belah. Jika indikator layanan publik hanya efisiensi, kebutuhan kelompok rentan dapat tersisih. Evaluasi algoritma harus mencakup dampak distribusional, bukan hanya akurasi teknis.

Surveillance capitalism menggambarkan bagaimana pengalaman manusia diubah menjadi bahan baku prediksi perilaku. Perusahaan memperoleh nilai bukan hanya dari produk yang digunakan, melainkan dari kemampuan meramalkan tindakan berikutnya. Privasi tidak cukup dipahami sebagai kerahasiaan. Persoalannya juga menyangkut ketimpangan pengetahuan: perusahaan mengetahui pola perilaku secara agregat, sedangkan pengguna tidak mengetahui bagaimana data diproses dan memengaruhi keputusan. Ketimpangan itu mengurangi kemampuan warga menolak atau menegosiasikan.

Data politik memperkuat personalisasi komunikasi. Kampanye dapat menyesuaikan pesan berdasarkan lokasi, usia, minat, perilaku daring, atau perkiraan kerentanan. Personalisasi membuat komunikasi relevan, tetapi juga dapat mengurangi ruang publik bersama. Dua warga dapat menerima gambaran berbeda tentang kandidat dan masalah yang sama. Jika iklan politik tidak diberi label dan arsip, publik sulit mengetahui klaim yang ditawarkan kepada kelompok lain. Transparansi harus mencakup sumber pendanaan, sasaran audiens, dan alasan pesan ditampilkan.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Penggunaan data untuk layanan publik memiliki risiko serius. Sistem bantuan sosial, kredit, rekrutmen, dan penegakan hukum dapat menggunakan skor yang sulit dipahami. Keputusan otomatis mempercepat pelayanan, namun kesalahan lebih berat jika tidak tersedia prosedur banding. Warga harus mengetahui bahwa keputusan dipengaruhi sistem otomatis dan memperoleh kesempatan meminta peninjauan manusia. Prinsip ini penting agar efisiensi administratif tidak berubah menjadi pengurangan hak.

Tata kelola data memerlukan pembagian tanggung jawab. Pengembang harus mendokumentasikan tujuan, sumber data, pengujian, dan batas model. Organisasi pengguna harus menilai dampak sebelum menerapkan sistem. Regulator harus memiliki akses audit yang independen. Masyarakat sipil dan peneliti perlu memperoleh data yang cukup untuk menguji klaim, dengan tetap menjaga privasi. Pendidikan publik diperlukan agar warga memahami bahwa hasil model adalah estimasi, bukan kebenaran mutlak.

8. Platformisasi Ekonomi dan Media

Platformisasi mengubah cara kegiatan ekonomi dan komunikasi diorganisasikan. Platform menyediakan ruang interaksi, tetapi juga menetapkan aturan masuk, format data, metode pembayaran, sistem reputasi, dan mekanisme penegakan. Produksi budaya semakin bergantung pada infrastruktur platform yang mengubah karya menjadi komoditas yang terus disesuaikan dengan data pengguna. Kreator tidak hanya memproduksi karya; mereka juga memproduksi metrik, mengelola komunitas, dan menyesuaikan diri dengan perubahan algoritma.

Perusahaan platform memperoleh kekuatan karena berperan sebagai pasar sekaligus pembuat aturan. Ia menetapkan komisi sebagai pelaku ekonomi dan mengubah peringkat sebagai pengelola ruang publik. Dualitas ini menyulitkan penggunaan konsep lama tentang perusahaan. Jika hanya dianggap penyedia jasa privat, kewajiban transparansinya terlalu rendah. Jika langsung dianggap lembaga publik, persoalan kepemilikan dan inovasi dapat diabaikan. Kategori yang lebih produktif adalah mengakui fungsi publik yang muncul dari posisi privat dan menyesuaikan kewajiban dengan dampaknya.

Dalam media, platformisasi memindahkan sebagian besar hubungan antara penerbit dan pembaca kepada perantara teknologi. Penerbit tidak lagi sepenuhnya mengendalikan distribusi, sedangkan pembaca tidak selalu mengetahui sumber awal informasi. Sistem rekomendasi memilih apa yang muncul di layar berdasarkan sinyal yang tidak terlihat. Ketika pendapatan iklan dipusatkan, kualitas jurnalisme dapat tertekan. Upaya membangun langganan digital, donasi, dan dukungan publik penting, tetapi tidak semua komunitas memiliki daya beli yang sama.

Ekonomi kreator memperlihatkan peluang sekaligus kerentanan. Individu dapat membangun audiens tanpa harus memiliki stasiun televisi atau penerbit besar. Mereka memperoleh pendapatan dari iklan, langganan, afiliasi, dan perdagangan. Namun pendapatan bergantung pada kebijakan platform dan perubahan selera audiens. Konten sensasional dapat lebih menguntungkan daripada penjelasan cermat. Kreator menghadapi kerja emosional, tuntutan produksi konstan, dan ketidakjelasan hak atas data pengikut.

Platformisasi memerlukan interoperabilitas dan portabilitas. Pengguna seharusnya dapat membawa data, jaringan, dan reputasi ketika berpindah layanan, sejauh sesuai dengan hukum dan privasi. Pedagang perlu memperoleh akses wajar terhadap data penjualan. Jurnalis perlu mengetahui bagaimana distribusi berita dipengaruhi sistem rekomendasi. Peneliti memerlukan jalur audit yang melindungi rahasia dagang tanpa menghilangkan akuntabilitas. Prinsip-prinsip tersebut mengurangi efek terkunci dan meningkatkan kompetisi substantif.

Respons kebijakan tidak cukup dengan melarang konten tertentu. Pengaturan platform harus memperhatikan struktur insentif, kekuasaan kurasi, proses banding, iklan tertarget, dan hubungan dengan

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

penyedia infrastruktur. Moderasi konten penting untuk keselamatan, tetapi perlu prosedur konsisten, pemberitahuan alasan, dan mekanisme keberatan. Perusahaan tidak dapat diminta menghapus seluruh risiko sosial, namun juga tidak dapat mengklaim netral ketika desainnya membentuk perilaku. Tanggung jawab perlu dibagi dengan standar jelas.

9. Indonesia: Demokratisasi, Oligarki, dan Ekonomi Perhatian

Perubahan politik Indonesia sejak Reformasi membuka ruang kompetisi elektoral dan kebebasan pers lebih luas. Desentralisasi memperbanyak pusat keputusan, sedangkan pemilu langsung meningkatkan kebutuhan kampanye dan komunikasi publik. Demokratisasi tidak menghapus jaringan kekayaan dan pengaruh lama. Studi ekonomi politik Indonesia menunjukkan bahwa kekuasaan ekonomi dapat beradaptasi dengan institusi demokratis, memasuki partai, media, pemerintahan daerah, dan proyek pembangunan. Demokrasi menjadi arena tempat kepentingan lama dan baru bernegosiasi.

Kepemilikan media yang terhubung dengan kelompok bisnis dan politik memperlihatkan hubungan pasar-media-kekuasaan. Keterhubungan tidak otomatis menjadikan seluruh pemberitaan partisan, tetapi menciptakan insentif dan batas yang perlu diketahui publik. Ketika media berperan dalam kompetisi elektoral, warga harus dapat membedakan berita, komentar, iklan politik, dan konten yang dipromosikan aktor berkepentingan. Transparansi pemilik dan sumber pendapatan menjadi bagian dari hak publik menilai kredibilitas.

Pemilu digital menambah kompleksitas. Kampanye menggunakan video pendek, grup pesan, influencer, iklan tertarget, dan analitik perilaku. Saluran tersebut membantu kandidat menjangkau kelompok muda dan daerah yang tidak terlayani media konvensional. Namun komunikasi cepat mempersingkat ruang klarifikasi. Informasi salah dapat beredar sebelum penyelenggara memeriksa. Serangan terhadap reputasi pribadi menggantikan debat kebijakan. Karena pesan disesuaikan dengan segmen tertentu, publik kesulitan memperoleh gambaran lengkap program kandidat.

Konteks lokal sangat penting. Di banyak daerah, media lokal dan jaringan sosial berperan besar membentuk persepsi tentang calon, proyek, dan konflik sumber daya. Pemilik media lokal dapat memiliki hubungan dengan elite bisnis atau pemerintahan. Jurnalis mengalami tekanan karena pasar iklan terbatas. Warga memperoleh berita dari grup komunitas yang menggabungkan informasi resmi dan percakapan informal. Kebijakan nasional perlu memberi ruang bagi variasi ini, karena solusi untuk platform besar belum tentu menjawab kebutuhan ekosistem daerah.

Ekonomi perhatian memengaruhi kebijakan publik di luar pemilu. Isu yang memperoleh momentum digital sering mendorong respons cepat, sedangkan persoalan struktural yang kurang menarik dapat diabaikan. Pemerintah berusaha menjaga citra melalui komunikasi langsung, tetapi komunikasi langsung berisiko melewati mekanisme jurnalistik. Masyarakat sipil menggunakan media sosial untuk pengawasan, namun kampanye emosional dapat menciptakan polarisasi. Negara demokratis membutuhkan komunikasi responsif sekaligus prosedur yang memungkinkan verifikasi dan dialog.

Indonesia memiliki modal sosial untuk mengimbangi dominasi. Organisasi masyarakat, komunitas keagamaan, kampus, media alternatif, dan kelompok profesional dapat menyediakan pengetahuan dan pengawasan. Tantangannya adalah membangun kapasitas berkelanjutan, bukan mobilisasi sesaat. Literasi media perlu dikaitkan dengan literasi ekonomi dan data. Warga harus memahami siapa yang membiayai pesan, bagaimana platform memperoleh pendapatan, dan bagaimana kebijakan memengaruhi pembagian manfaat.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

10. Studi Kasus Analitis

Studi kasus pertama adalah kampanye pemilu di lingkungan platform. Kandidat membeli iklan untuk menjangkau kelompok tertentu, sementara relawan menyebarkan konten melalui jaringan pertemanan. Strategi ini memungkinkan pesan lebih tersegmentasi daripada rapat umum. Akan tetapi, segmentasi dapat menyembunyikan kontradiksi. Kandidat menjanjikan kebijakan berbeda kepada kelompok berbeda tanpa mudah dibandingkan. Penyelesaian tidak terletak pada pelarangan semua iklan digital, melainkan pada arsip iklan, label sponsor, informasi sasaran, dan pengungkapan sumber dana.

Kasus kedua adalah marketplace yang menjadi pintu utama bagi usaha mikro. Platform menyediakan pembayaran, logistik, promosi, dan perlindungan transaksi. Banyak penjual memperoleh akses nasional yang sebelumnya tidak tersedia. Pada saat sama, platform menentukan biaya, aturan promosi, dan visibilitas toko. Penjual terdorong mengikuti diskon yang mengurangi margin karena takut kehilangan peringkat. Jika data transaksi dipakai untuk menjual produk serupa secara langsung, platform berpotensi menjadi pesaing sekaligus pengelola pasar. Persoalan ini memerlukan aturan konflik kepentingan dan akses data adil.

Kasus ketiga adalah krisis informasi ketika bencana atau gejolak harga terjadi. Warga membutuhkan informasi cepat tentang lokasi bantuan, kondisi jalan, harga kebutuhan, dan kebijakan pemerintah. Media sosial mempercepat distribusi, tetapi juga menyebarkan rumor. Pemerintah dapat mengeluarkan klarifikasi, namun kredibilitasnya bergantung pada sejarah transparansi. Media profesional dapat memeriksa klaim, tetapi mungkin kalah cepat. Solusi efektif menggabungkan pusat informasi resmi, jurnalisme verifikasi, pelaporan warga, dan protokol platform yang mengutamakan sumber dapat dipercaya tanpa mematikan kritik.

Ketiga kasus menunjukkan bahwa masalah utama bukan teknologi secara abstrak, melainkan distribusi kapasitas. Siapa memiliki dana membeli jangkauan? Siapa memahami data? Siapa dapat memulihkan reputasi setelah informasi salah? Siapa memiliki akses kepada pembuat kebijakan? Jika jawaban terkonsentrasi, teknologi memperkuat ketimpangan. Jika kapasitas dibagi lebih luas dan mekanisme koreksi tersedia, teknologi dapat memperluas partisipasi.

Setiap kasus menunjukkan peran penting desain. Arsip iklan membuat komunikasi politik terlihat. Aturan marketplace tentang komisi dan peringkat memberi pelaku usaha ruang negosiasi. Protokol krisis membedakan kecepatan dari kepanikan. Desain transparan membantu publik mengawasi; desain tertutup memindahkan kekuasaan ke perusahaan atau birokrasi. Kebijakan digital perlu disusun bersama ahli teknologi, ekonom, jurnalis, organisasi konsumen, pekerja, dan komunitas terdampak.

Analisis kasus harus menghindari kesimpulan bahwa semua persoalan dapat diselesaikan dengan literasi pengguna. Pengguna tidak bisa membaca syarat layanan yang berubah setiap hari atau mengaudit sistem rekomendasi kompleks seorang diri. Literasi penting karena memperkuat kemampuan menilai, tetapi harus dilengkapi kewajiban penyedia, pengawasan regulator, dan akses terhadap pemulihan. Tanggung jawab sosial tidak boleh diturunkan kepada individu yang memiliki daya tawar paling kecil.

11. Warga sebagai Konsumen, Pengguna, dan Subjek Politik

Dalam segitiga dominasi, warga memegang beberapa peran sekaligus. Sebagai konsumen, ia membeli barang dan memilih layanan. Sebagai pengguna, ia menghasilkan data dan mengikuti aturan platform. Sebagai pekerja, ia menyediakan waktu, kreativitas, dan layanan. Sebagai warga negara, ia menilai kebijakan dan berpartisipasi dalam keputusan kolektif. Kebijakan yang hanya melihat satu peran menghasilkan

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

perlindungan timpang. Seseorang dapat dilindungi sebagai konsumen tetapi tidak sebagai pekerja platform, atau diberi kebebasan berpendapat tetapi tidak memiliki kendali atas profil datanya.

Perubahan peran membuat konsep persetujuan menjadi rumit. Klik tombol menerima tidak selalu menunjukkan pemahaman atau pilihan bebas. Layanan penting dapat membuat pengguna sulit menolak pengumpulan data. Pedagang kecil mungkin menyetujui kontrak platform karena tidak memiliki alternatif. Pekerja menerima penilaian otomatis karena kontrak bersifat sepihak. Persetujuan harus dilengkapi batas penggunaan, larangan diskriminasi, akses koreksi, dan pilihan yang benar-benar dapat digunakan.

Konsumerisme digital sering dipahami sebagai kebebasan memilih. Namun pilihan dapat diarahkan melalui personalisasi harga, notifikasi, desain antarmuka, dan kelangkaan buatan. Praktik tersebut tidak selalu ilegal, tetapi dapat mengurangi otonomi apabila pengguna tidak memahami mekanismenya. Perlindungan konsumen modern perlu mencakup desain adil, informasi mudah dibaca, dan larangan pola gelap yang mendorong keputusan bertentangan dengan kepentingan pengguna.

Warga juga dapat menjadi aktor kolektif. Serikat pekerja platform, asosiasi pedagang, koalisi jurnalis, kelompok hak digital, dan organisasi konsumen menyeimbangkan hubungan dengan perusahaan dan negara. Aksi kolektif memungkinkan pengumpulan bukti, negosiasi standar, serta litigasi strategis. Negara dapat memperkuat posisi tersebut melalui hak berserikat, akses informasi, perlindungan pelapor, dan dukungan bagi media publik independen. Partisipasi bukan sekadar memberi komentar; partisipasi berarti memiliki kapasitas memengaruhi aturan.

Hubungan warga dengan media perlu dipulihkan. Kepercayaan tidak dapat dibangun melalui tuntutan bahwa publik harus menerima berita begitu saja. Media perlu menjelaskan metode verifikasi, memperbaiki kesalahan secara terbuka, dan memberi ruang perspektif berbeda tanpa menciptakan keseimbangan palsu. Publik perlu membedakan ketidaksetujuan dengan pemalsuan bukti. Hubungan sehat dibangun melalui transparansi dua arah dan tanggung jawab profesional.

Kewargaan digital membutuhkan kemampuan menghubungkan pengalaman personal dengan struktur. Ketika harga berubah, warga perlu menanyakan apakah penyebabnya pasokan, konsentrasi, atau spekulasi. Ketika berita viral, ia perlu menilai sumber, insentif, dan bukti. Ketika aplikasi memberi rekomendasi, ia perlu menyadari bahwa rekomendasi dibentuk oleh tujuan komersial. Kesadaran tidak membuat warga menolak pasar atau teknologi; kesadaran membantu menempatkan keduanya dalam kerangka kepentingan publik.

12. Regulasi dan Tata Kelola

Regulasi efektif harus memulai dari dampak, bukan label industri. Perusahaan media, platform perdagangan, bank digital, dan penyedia komputasi memiliki bentuk hukum berbeda tetapi menjalankan fungsi penting bagi masyarakat. Kewajiban harus proporsional terhadap ukuran, jangkauan, risiko, dan kekuatan pasar. Perusahaan kecil tidak boleh dibebani persyaratan yang menghentikan inovasi, sedangkan perusahaan dominan tidak boleh menggunakan kompleksitas hukum untuk menghindari tanggung jawab.

Kebijakan persaingan perlu memperluas perhatian dari harga kepada data, interoperabilitas, dan akses. Layanan gratis dapat tetap mengurangi kompetisi jika pengguna terkunci dan data tidak dapat dipindahkan. Akuisisi perusahaan rintisan oleh pemain dominan perlu dinilai berdasarkan potensi menghilangkan inovasi dan pilihan masa depan, bukan hanya omzet saat ini. Regulator memerlukan kemampuan teknis memahami ekosistem digital dan bekerja sama lintas negara, sebab banyak platform beroperasi melalui struktur global.

Transparansi politik harus mencakup pembiayaan kampanye, iklan digital, kepemilikan media, dan hubungan lobi. Publik perlu mengetahui siapa membayar pesan dan siapa memperoleh manfaat keputusan.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Transparansi tidak berarti membuka data pribadi pemilih. Yang dibutuhkan adalah informasi agregat tentang sasaran, metode, anggaran, dan sponsor. Arsip publik yang dapat dicari membantu peneliti, jurnalis, dan masyarakat sipil melakukan pengawasan.

Perlindungan data harus menyeimbangkan inovasi dengan otonomi manusia. Prinsip minimalisasi, pembatasan tujuan, keamanan, dan hak akses perlu diterapkan nyata. Penggunaan data sensitif untuk keputusan penting memerlukan pengujian dampak dan jalur banding. Penegakan tidak boleh mengandalkan denda administratif yang dianggap biaya bisnis. Pelanggaran serius perlu diikuti pemulihan, audit, dan perintah perbaikan yang dapat diverifikasi.

Media publik dan jurnalisme berkualitas memerlukan pembiayaan berkelanjutan serta independensi dari pemerintah berkuasa. Dukungan publik harus didasarkan pada mandat layanan, standar editorial, dan pengawasan yang melibatkan masyarakat. Dana untuk jurnalisme lokal dan investigatif dapat memperbaiki ketimpangan informasi, tetapi proses alokasinya harus transparan agar tidak menjadi alat patronase. Kebijakan pajak dan hibah perlu memperluas pluralisme, bukan mengendalikan isi.

Tata kelola algoritma membutuhkan kombinasi audit internal, audit independen, dan pengawasan publik. Tidak semua kode harus dibuka kepada semua orang, terutama jika membuka celah keamanan atau rahasia dagang. Namun alasan keputusan, kategori data, indikator kinerja, dan prosedur koreksi harus dapat diperiksa. Sistem berisiko tinggi harus memiliki penanggung jawab manusia yang jelas. Pengawasan yang baik memeriksa kelayakan penggunaan, bukan sekadar apakah model berjalan.

13. Etika Kepemimpinan dan Tanggung Jawab Korporasi

Kebijakan formal akan lemah apabila tidak didukung etika organisasi. Pemimpin perusahaan, redaksi, birokrasi, dan partai politik harus menilai konsekuensi yang tidak terlihat dalam indikator jangka pendek. Pertumbuhan pengguna, nilai transaksi, dan jumlah tayangan penting, tetapi tidak boleh menutupi kerugian privasi, ketidakamanan kerja, polarisasi, atau kerusakan kepercayaan. Tanggung jawab etis berarti memasukkan dampak sosial ke dalam keputusan inti, bukan hanya menyelenggarakan program sosial setelah masalah muncul.

Korporasi perlu membangun tata kelola yang memisahkan fungsi komersial dari fungsi perlindungan publik. Tim yang mengawasi keamanan, privasi, dan integritas informasi harus memiliki akses kepada dewan dan tidak tunduk sepenuhnya pada target pertumbuhan. Indikator risiko harus dilaporkan bersama indikator pendapatan. Keputusan tentang perubahan algoritma atau penggunaan data sensitif memerlukan dokumentasi dan penilaian dampak. Langkah tersebut membuat tanggung jawab lebih mudah ditelusuri ketika terjadi kegagalan.

Di ruang redaksi, etika menuntut verifikasi, independensi sumber, dan pemisahan berita dari promosi. Tekanan bisnis tidak dapat dijadikan alasan mengabaikan koreksi. Tuntutan etika juga perlu mempertimbangkan kondisi kerja jurnalis. Jurnalis dengan kontrak tidak aman dan beban produksi tinggi lebih rentan terhadap kesalahan. Investasi pada pelatihan, keselamatan, dan kesejahteraan pekerja media merupakan bagian dari kualitas informasi.

Di pemerintahan, etika berarti menolak konflik kepentingan dan menjelaskan dasar keputusan. Pengadaan teknologi perlu melalui evaluasi kebutuhan, bukan mengikuti tren. Pejabat harus menjawab siapa mengakses data, berapa lama disimpan, dan bagaimana warga mengajukan keberatan. Konsultasi publik tidak boleh menjadi formalitas setelah keputusan selesai. Keterlibatan sejak awal meningkatkan kualitas kebijakan dan mengurangi risiko sistem dirancang hanya berdasarkan perspektif vendor atau birokrasi.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Kepemimpinan politik perlu menahan godaan ekonomi perhatian. Serangan personal mungkin menghasilkan jangkauan cepat, tetapi merusak kemampuan berunding setelah pemilu. Manipulasi informasi memperkuat basis pendukung, namun melemahkan kepercayaan terhadap institusi. Pemimpin bertanggung jawab harus berani menyampaikan ketidakpastian dan mengoreksi klaim. Kualitas demokrasi tidak hanya bergantung pada aturan pemilu, tetapi juga pada norma yang dihargai aktor yang bersaing.

Etika tidak boleh digunakan untuk menggantikan hukum. Mengandalkan niat baik perusahaan atau pemimpin tidak cukup ketika insentif ekonomi mendorong perilaku merugikan publik. Sebaliknya, hukum tanpa etika menghasilkan kepatuhan minimal dan kreativitas untuk menghindari. Hubungan sehat membutuhkan keduanya: standar mengikat yang dapat ditegakkan dan budaya organisasi yang memandang kepercayaan publik sebagai aset jangka panjang.

14. Agenda Reformasi untuk Indonesia

Agenda pertama adalah membangun transparansi kepemilikan dan pembiayaan. Publik perlu menelusuri siapa memiliki media, platform, perusahaan infrastruktur, dan jaringan konsultasi politik. Informasi tersebut harus disajikan dalam format mudah dipahami serta diperbarui rutin. Transparansi beneficial ownership perlu dihubungkan dengan pengadaan, konsesi, dan pembiayaan kampanye agar konflik kepentingan dapat dideteksi. Data terbuka berguna apabila lembaga pengawas dan masyarakat sipil mampu menggunakannya.

Agenda kedua adalah memperkuat pluralisme media. Pemerintah dapat mendukung jurnalisme lokal melalui skema independen, sedangkan universitas dan organisasi profesi menyediakan pelatihan investigasi data. Media komunitas membutuhkan akses frekuensi, dukungan teknologi, dan perlindungan hukum. Perusahaan besar tetap dapat beroperasi, tetapi dominasi lintas kanal perlu diawasi. Pluralisme berarti memperbanyak pusat produksi pengetahuan, bukan sekadar menambah akun yang mengulang materi dari sumber sama.

Agenda ketiga adalah menciptakan pasar digital yang dapat diperebutkan. Pelaku usaha perlu akses adil terhadap platform, data agregat, dan mekanisme banding. Perubahan komisi, aturan peringkat, dan penutupan akun harus diberi pemberitahuan serta alasan. Platform dominan perlu menyediakan interoperabilitas dan portabilitas jika secara teknis memungkinkan. Usaha mikro juga membutuhkan pendampingan agar tidak bergantung pada satu kanal penjualan. Kompetisi sehat harus menciptakan kemampuan, bukan pilihan sementara.

Agenda keempat adalah reformasi literasi. Literasi media mengajarkan cara membaca framing, memeriksa sumber, dan mengenali iklan politik. Literasi data menjelaskan jejak digital, prediksi, bias, dan hak privasi. Literasi ekonomi menerangkan bagaimana biaya, komisi, konsentrasi, dan kontrak memengaruhi pendapatan. Ketiganya diterapkan melalui kasus nyata dalam sekolah, perguruan tinggi, pelatihan pekerja, dan program komunitas. Warga siap menghadapi teknologi jika pengetahuan dikaitkan dengan pengalaman.

Agenda kelima adalah memperkuat lembaga publik. Regulator memerlukan anggaran, tenaga ahli, akses data, dan kewenangan investigasi. Penyelenggara pemilu perlu memantau iklan digital dan jaringan disinformasi tanpa mengendalikan kritik. Komisi informasi dan perlindungan data perlu memiliki prosedur mudah digunakan warga. Pengadilan perlu memahami bukti digital dan hubungan korporasi kompleks. Kapasitas tersebut penting agar hukum tidak tertinggal jauh dari teknologi.

Agenda keenam adalah memperluas partisipasi dalam desain kebijakan. Kelompok paling terdampak - pekerja platform, pedagang kecil, jurnalis lokal, penyandang disabilitas, komunitas adat, dan pengguna

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

wilayah terpencil - harus hadir dalam konsultasi. Partisipasi memerlukan informasi cukup dan waktu menilai pilihan. Proses inklusif mengungkap risiko yang tidak terlihat perancang teknis. Ia juga meningkatkan legitimasi karena warga melihat bahwa aturan bukan hanya hasil negosiasi negara dan korporasi besar.

Agenda terakhir adalah mengembangkan indikator demokrasi yang lebih luas. Selain partisipasi pemilu, kita perlu mengukur konsentrasi media, keterbukaan iklan politik, akses data, kualitas koreksi berita, keamanan kerja digital, serta kemampuan warga mengajukan keberatan. Indikator dapat menjadi dasar evaluasi tahunan dan perbandingan antarwilayah. Tanpa pengukuran, dominasi sering baru terlihat setelah kerusakan terjadi. Pengukuran yang baik memungkinkan koreksi dini.

15. Ekonomi Politik Sektor Strategis

Hubungan pasar, media, dan kekuasaan dapat dilihat dengan jelas pada sektor keuangan digital. Dompot elektronik, pinjaman daring, dan sistem pembayaran menyederhanakan transaksi serta memperluas akses bagi masyarakat yang tidak sepenuhnya terlayani bank. Pada saat yang sama, perusahaan memperoleh data rinci tentang kebiasaan konsumsi, lokasi, dan kemampuan membayar. Data tersebut dapat memperbaiki penilaian risiko, tetapi juga dapat menghasilkan diskriminasi apabila model menganggap pola historis sebagai ukuran objektif kelayakan. Regulasi harus menjamin transparansi biaya, keamanan data, dan hak warga untuk meminta penjelasan ketika akses finansial ditolak.

Sektor kesehatan memperlihatkan nilai publik yang sangat tinggi dari data. Rekam medis digital dapat membantu koordinasi layanan dan penelitian, tetapi sifatnya sensitif karena berhubungan dengan tubuh, keluarga, dan masa depan seseorang. Ketika perusahaan teknologi menjadi penyedia infrastruktur, hubungan antara pasien, dokter, rumah sakit, dan pemilik data perlu ditata secara hati-hati. Tidak semua data kesehatan pantas dimonetisasi, dan persetujuan pasien harus dibedakan dari persetujuan umum yang sulit dipahami. Kepercayaan akan runtuh apabila efisiensi dibangun melalui pengawasan tanpa batas.

Pendidikan juga menjadi arena platformisasi. Sistem pembelajaran digital menyediakan materi, penilaian, dan analitik yang membantu guru mengenali kesulitan siswa. Namun skor dan jejak aktivitas tidak boleh menggantikan penilaian pedagogis. Siswa yang koneksinya buruk dapat terlihat kurang aktif padahal menghadapi keterbatasan infrastruktur. Sekolah yang memakai sistem komersial perlu mengetahui bagaimana data anak disimpan dan apakah dapat digunakan untuk iklan. Kebijakan pendidikan harus menempatkan perkembangan manusia sebagai tujuan, bukan sekadar meningkatkan waktu layar dan jumlah interaksi.

Dalam pertanian dan pangan, data cuaca, harga, citra satelit, dan logistik dapat meningkatkan produktivitas serta mengurangi pemborosan. Akan tetapi, petani kecil mungkin menjadi pemasok data sekaligus pihak yang paling sedikit menikmati nilai tambah. Platform perdagangan dapat mengetahui pola produksi dan menentukan posisi tawar sebelum petani memperoleh informasi yang sama. Kedaulatan pangan pada era digital mencakup kemampuan mengelola data produksi, membangun koperasi pemasaran, dan menjaga agar pengetahuan lokal tidak diserap tanpa pengakuan atau pembagian manfaat.

Energi dan infrastruktur kota memiliki dinamika serupa. Sensor dan sistem manajemen jaringan membantu pemerintah mengatur konsumsi, transportasi, dan pelayanan. Data kota dapat dipakai untuk perencanaan yang lebih baik, tetapi juga dapat memperluas pengawasan terhadap mobilitas warga. Pengadaan teknologi perlu menghindari ketergantungan jangka panjang pada satu vendor. Standar terbuka, audit keamanan, dan hak publik atas indikator kinerja akan mencegah kota cerdas berubah menjadi kota yang hanya cerdas bagi penyedia sistem.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Sektor-sektor tersebut menunjukkan bahwa segitiga dominasi tidak berada di internet saja. Ia hadir ketika data, modal, dan keputusan publik bersinggungan dalam layanan yang menentukan hidup sehari-hari. Setiap sektor membutuhkan desain perlindungan yang berbeda, tetapi prinsip umumnya sama: tujuan penggunaan harus jelas, manfaat harus terbagi, keputusan berisiko tinggi harus dapat ditinjau, dan warga harus memiliki jalur keberatan yang benar-benar berfungsi. Pendekatan lintas sektor membantu mencegah kekosongan aturan ketika model bisnis baru muncul.

16. Pengukuran, Penelitian, dan Kapasitas Pengetahuan

Dominasi sulit dikendalikan jika tidak dapat diukur. Ukuran yang hanya mencatat jumlah pengguna atau nilai perusahaan tidak cukup untuk menggambarkan distribusi kekuasaan. Peneliti perlu mengembangkan indikator yang menghubungkan konsentrasi kepemilikan, pangsa perhatian, akses data, tingkat interoperabilitas, kualitas kerja, dan kemampuan banding. Indikator sebaiknya disusun dalam rentang waktu agar perubahan struktural dapat dibedakan dari gejolak berita harian. Pemerintah dan universitas dapat membangun observatorium independen yang menerbitkan laporan berkala.

Penelitian tentang media perlu memperhatikan data yang tidak terlihat. Jumlah berita yang terbit belum menunjukkan keragaman sumber atau kualitas verifikasi. Analisis dapat memetakan kepemilikan, hubungan antarorganisasi, pola iklan, distribusi geografis, dan koreksi yang dilakukan. Peneliti juga perlu memeriksa siapa yang tidak muncul dalam pemberitaan. Ketidadaan suara masyarakat adat, pekerja informal, perempuan, atau daerah terpencil dapat menjadi temuan penting, bukan sekadar kekurangan sampel.

Penelitian pasar digital harus menggabungkan analisis ekonomi dengan studi pengalaman pengguna. Angka transaksi dapat meningkat sementara margin penjual menurun. Waktu kerja dapat bertambah sementara pendapatan bersih tetap. Jumlah pilihan dapat bertambah sementara konsumen semakin terkunci oleh reputasi dan data. Survei, wawancara, audit platform, dan analisis dokumen kontrak perlu digunakan bersama. Metode campuran membuat peneliti dapat melihat hubungan antara indikator agregat dan pengalaman konkret.

Pengawasan algoritma menuntut keterampilan lintas disiplin. Ilmuwan data memahami model, ahli hukum memahami hak dan prosedur, ekonom menilai insentif, sedangkan ilmuwan sosial membaca dampak pada kelompok. Tidak satu disiplin pun dapat mengklaim jawaban lengkap. Perguruan tinggi perlu membangun laboratorium kebijakan digital yang mempertemukan mahasiswa dan dosen dari manajemen, teknik, komunikasi, hukum, ekonomi, serta ilmu politik. Hasil riset sebaiknya disajikan dalam bahasa yang dapat digunakan regulator dan komunitas.

Kualitas pengetahuan juga dipengaruhi akses terhadap data. Perusahaan memiliki data besar, sedangkan peneliti publik sering hanya memperoleh potongan atau data yang sudah diagregasi. Kerja sama diperlukan, tetapi kerja sama tidak boleh berubah menjadi hak perusahaan mengendalikan kesimpulan. Perjanjian penelitian harus menjamin independensi analisis, perlindungan partisipan, serta kemungkinan mempublikasikan temuan yang tidak menguntungkan penyedia. Data publik harus dibuka secara aman dan terukur agar inovasi sosial tidak bergantung sepenuhnya pada belas kasihan pemilik platform.

Agenda penelitian Indonesia perlu menghindari peniruan mentah terhadap pengalaman negara maju. Struktur kepemilikan, kualitas konektivitas, keragaman bahasa, ketergantungan tenaga kerja informal, dan kapasitas pemerintah daerah menciptakan persoalan tersendiri. Studi di kota besar perlu dilengkapi penelitian di wilayah kepulauan, desa, dan kawasan perbatasan. Penelitian juga harus menilai teknologi

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

yang digunakan secara informal oleh komunitas, bukan hanya aplikasi yang memperoleh pendanaan besar. Pengetahuan yang berakar pada pengalaman lokal akan memperkuat kebijakan yang relevan.

17. Skenario Masa Depan dan Pilihan Institusional

Skenario pertama adalah konsolidasi platform. Dalam skenario ini, sedikit perusahaan menguasai data, pembayaran, distribusi berita, komputasi, dan layanan publik. Konsumen memperoleh kenyamanan karena satu akun menghubungkan banyak aktivitas, tetapi biaya pindah menjadi tinggi. Pemerintah mungkin mengandalkan penyedia tersebut untuk mengejar efisiensi, sementara kapasitas publik semakin melemah. Skenario ini dapat mendorong inovasi cepat, namun risiko kegagalan sistem dan penyalahgunaan kekuasaan menjadi besar. Pilihan institusionalnya adalah memperkuat regulasi sejak awal, bukan menunggu konsentrasi menjadi sulit dibalikkan.

Skenario kedua adalah fragmentasi dan proteksionisme digital. Negara-negara membatasi aliran data, menetapkan standar berbeda, dan membangun infrastruktur nasional yang tidak selalu kompatibel. Fragmentasi dapat melindungi kepentingan strategis dan mendorong perusahaan lokal, tetapi juga meningkatkan biaya dan mempersempit akses pengetahuan. Indonesia perlu menghindari pilihan biner antara keterbukaan tanpa perlindungan dan isolasi tanpa inovasi. Kerja sama regional, standar yang dapat dipertukarkan, dan perlindungan hak lintas batas menjadi jalan tengah yang penting.

Skenario ketiga adalah demokratisasi infrastruktur. Data publik, identitas digital, pembayaran, dan layanan dasar dibangun dengan standar terbuka serta diawasi masyarakat. Perusahaan swasta tetap dapat berinovasi, tetapi tidak menguasai pintu masuk tunggal. Pemerintah memperkuat kapasitas teknologi internal dan mengontrak vendor berdasarkan hasil yang dapat diperiksa. Warga memiliki hak atas penjelasan dan pemulihan. Skenario ini membutuhkan investasi besar dalam keahlian, namun manfaatnya adalah ketahanan dan kemandirian yang lebih tinggi.

Skenario keempat adalah normalisasi pengawasan. Masyarakat menerima pengumpulan data karena layanan menjadi lebih personal dan aman. Batas antara pelayanan, iklan, penegakan hukum, dan pemantauan politik semakin kabur. Pengawasan tidak selalu tampak represif; ia dapat hadir sebagai skor risiko, rekomendasi, atau pengecualian otomatis. Jika tidak ada batas tujuan dan masa simpan, data lama dapat digunakan untuk keputusan baru yang tidak pernah disetujui warga. Perlindungan hak perlu dirancang sebelum keadaan darurat menjadi alasan permanen.

Skenario bukan ramalan yang pasti. Ia alat untuk menguji pilihan dan melihat konsekuensi. Pengambil kebijakan dapat menanyakan indikator apa yang menunjukkan sebuah skenario sedang terbentuk, aktor mana yang perlu diajak berdialog, dan intervensi apa yang masih murah dilakukan. Pendidikan kebijakan perlu membiasakan analisis semacam ini agar keputusan tidak hanya bereaksi terhadap krisis. Manajemen publik dan bisnis juga dapat menggunakan skenario untuk menilai risiko reputasi, keamanan, dan legitimasi.

Pilihan masa depan pada akhirnya bergantung pada konsep nilai yang digunakan. Jika keberhasilan hanya diukur oleh pertumbuhan, kecepatan, dan efisiensi, maka kepentingan yang sulit dihitung akan tersisih. Jika nilai mencakup keadilan, otonomi, keberagaman, ketahanan, dan kepercayaan, maka desain institusi akan berbeda. Pasar dan teknologi tidak memiliki arah moral otomatis. Arah ditentukan oleh aturan, kebiasaan, dan keputusan manusia yang memakainya.

18. Implikasi bagi Manajemen dan Pendidikan

Manajemen organisasi pada era segitiga dominasi tidak dapat hanya berfokus pada efisiensi internal. Keputusan tentang data, komunikasi, pemasok, dan hubungan pemerintah memengaruhi legitimasi

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

organisasi di mata masyarakat. Manajer perlu memetakan pemangku kepentingan yang memperoleh manfaat dan pihak yang menanggung risiko. Pemetaan tersebut membantu organisasi membedakan kepatuhan minimal dari tanggung jawab substantif. Perusahaan yang mengabaikan dampak sosial mungkin memperoleh keuntungan sesaat, tetapi menghadapi biaya reputasi, litigasi, dan kehilangan kepercayaan.

Dalam tata kelola perusahaan, dewan perlu meminta laporan tentang konsentrasi pelanggan, ketergantungan platform, keamanan data, dan dampak algoritma. Indikator tersebut harus dibaca bersama laporan keuangan. Ketergantungan pada satu penyedia komputasi atau satu kanal distribusi merupakan risiko strategis, bukan sekadar persoalan teknis. Diversifikasi dan rencana pemulihan perlu dimasukkan ke dalam manajemen risiko. Perusahaan juga perlu membentuk prosedur yang memungkinkan karyawan melaporkan masalah tanpa takut kehilangan pekerjaan.

Manajemen sumber daya manusia menghadapi perubahan ketika pekerjaan dinilai oleh sistem otomatis. Organisasi perlu menjelaskan indikator kinerja, memberi kesempatan memperbaiki data, dan mencegah skor menjadi satu-satunya dasar keputusan promosi atau pemutusan hubungan kerja. Pekerja harus memperoleh pelatihan agar dapat memahami alat digital yang mengendalikan proses kerja. Dialog dengan perwakilan pekerja penting untuk memastikan bahwa teknologi meningkatkan produktivitas tanpa menghilangkan martabat dan keselamatan.

Pendidikan tinggi mempunyai tanggung jawab ganda. Universitas harus menyiapkan mahasiswa menjadi pengguna teknologi yang cakap sekaligus warga yang mampu mengkritisi struktur kekuasaan. Kurikulum manajemen, ekonomi, komunikasi, hukum, dan teknik perlu mempertemukan analisis data dengan etika publik. Mahasiswa dapat mempelajari kasus platform, mengaudit iklan politik, dan merancang protokol perlindungan data. Pembelajaran berbasis proyek membuat teori tidak berhenti sebagai definisi, melainkan menjadi kemampuan menilai pilihan.

Dosen dan peneliti juga perlu menjelaskan ketidakpastian. Model analitik tidak menghasilkan kepastian mutlak, dan data yang besar tidak otomatis bebas bias. Pendidikan yang baik mengajarkan cara membaca batas metode, memeriksa asumsi, dan menguji dampak pada kelompok berbeda. Kemampuan tersebut sangat penting bagi generasi yang akan bekerja dalam organisasi yang semakin bergantung pada sistem prediktif. Kecakapan teknis tanpa penilaian etis dapat menghasilkan manajer yang efisien tetapi tidak bertanggung jawab.

Organisasi publik dapat menggunakan kerangka segitiga untuk mengevaluasi program digital. Sebelum membeli sistem, mereka dapat menanyakan siapa penyedia, bagaimana kontrak membagi risiko, siapa memiliki data, dan bagaimana warga mengajukan keberatan. Setelah sistem berjalan, evaluasi perlu mengukur akses, kualitas layanan, kesalahan, dan dampak pada kelompok rentan. Kerangka ini membantu mencegah proyek teknologi dinilai hanya dari keberhasilan peluncuran atau jumlah akun yang dibuat.

Kolaborasi antara kampus, pemerintah, industri, dan masyarakat sipil dapat memperkuat kapasitas nasional. Namun kerja sama harus disertai aturan mengenai konflik kepentingan, kepemilikan hasil riset, dan perlindungan data. Kampus tidak boleh menjadi sekadar penyedia legitimasi bagi proyek yang sudah diputuskan. Industri tidak boleh menjadi satu-satunya sumber pengetahuan tentang dampak teknologinya. Dialog yang setara menghasilkan inovasi yang lebih dapat dipercaya dan lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

19. Prinsip Operasional untuk Pengambilan Keputusan

Prinsip pertama adalah keterlacakan. Setiap keputusan penting tentang data, iklan, moderasi, dan akses pasar harus memiliki catatan yang dapat diperiksa. Keterlacakan membuat organisasi mampu

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

menjelaskan alasan, menemukan kesalahan, dan memperbaiki proses. Tanpa catatan, pertanggungjawaban mudah dialihkan kepada sistem atau pihak ketiga.

Prinsip kedua adalah proporsionalitas. Semakin besar dampak suatu keputusan terhadap hak, pendapatan, atau reputasi seseorang, semakin kuat penjelasan, pengawasan, dan hak banding yang dibutuhkan. Sistem yang memberi rekomendasi musik tidak dapat disamakan dengan sistem yang menentukan bantuan sosial atau peluang kerja. Pembedaan risiko mencegah regulasi menjadi terlalu longgar maupun terlalu membebani.

Prinsip ketiga adalah reversibilitas. Keputusan digital sebaiknya tidak dirancang seolah-olah tidak dapat diubah. Warga memerlukan jalan untuk memperbaiki data, mengembalikan akses, dan meminta peninjauan. Organisasi memerlukan kemampuan menghentikan model yang terbukti merugikan. Reversibilitas menumbuhkan kehati-hatian dan mengurangi dampak kesalahan yang menyebar cepat.

Prinsip keempat adalah keberagaman. Sistem yang hanya bergantung pada satu penyedia, satu sumber informasi, atau satu model analitik rentan terhadap kegagalan bersama. Keberagaman teknologi, media, pemasok, dan perspektif memperkuat ketahanan. Kompetisi tidak hanya berarti banyaknya perusahaan, tetapi juga adanya kemampuan nyata untuk berpindah dan membangun alternatif.

Prinsip kelima adalah orientasi kepentingan publik. Keputusan ekonomi dan teknologi harus diuji terhadap dampaknya pada keadilan, otonomi, keamanan, dan kemampuan warga berpartisipasi. Prinsip ini tidak menolak keuntungan atau inovasi. Ia memastikan bahwa keuntungan dipahami sebagai bagian dari ekosistem sosial yang lebih luas, bukan alasan untuk mengabaikan hak dan masa depan masyarakat.

Keberhasilan prinsip-prinsip tersebut memerlukan kepemimpinan yang mampu menghubungkan kepentingan jangka pendek dengan keberlanjutan. Manajer perlu menjelaskan mengapa keputusan tertentu dibuat dan apa yang akan dilakukan jika dampaknya menyimpang. Penjelasan yang jujur sering lebih kuat daripada komunikasi yang hanya menampilkan keberhasilan. Kepercayaan tumbuh ketika organisasi berani mengakui batas dan menyediakan jalan perbaikan.

Prinsip operasional juga membantu membangun bahasa bersama antara sektor publik dan privat. Istilah teknis seperti model, API, data lake, atau moderasi perlu diterjemahkan ke dalam pertanyaan tentang hak, risiko, dan manfaat. Sebaliknya, tuntutan etis perlu diterjemahkan menjadi proses, indikator, dan anggaran. Penerjemahan dua arah mencegah perdebatan berhenti pada jargon dan membuat kebijakan dapat diterapkan.

Pada akhirnya, kualitas institusi diukur dari kemampuan memperbaiki diri. Tidak ada aturan yang sempurna dan tidak ada model teknologi yang bebas kesalahan. Yang penting adalah apakah kesalahan dapat ditemukan, apakah pihak terdampak dapat didengar, dan apakah pembelajaran mengubah prosedur. Segitiga pasar, media, dan kekuasaan menjadi lebih demokratis ketika setiap sisi memiliki saluran koreksi yang nyata.

20. Kesimpulan

Pasar, media, dan kekuasaan membentuk segitiga yang menjelaskan banyak perubahan sosial kontemporer. Pasar menyediakan sumber daya dan insentif, media mengatur perhatian dan makna, sedangkan kekuasaan menentukan aturan, akses, dan distribusi risiko. Hubungan itu tidak selalu menghasilkan dominasi; ia juga dapat memperluas inovasi, partisipasi, dan kesejahteraan. Dominasi muncul ketika konsentrasi kepemilikan, kontrol informasi, dan pengaruh politik bertemu tanpa transparansi dan mekanisme koreksi.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Era digital membuat segitiga tersebut semakin rapat. Platform menggabungkan fungsi pasar dan media. Data menghubungkan perilaku individual dengan keputusan komersial dan politik. Algoritma mengatur visibilitas tanpa selalu dapat dipahami pengguna. Perubahan ini menuntut cara berpikir melampaui batas disiplin. Kebijakan persaingan harus memahami komunikasi; kebijakan media harus memahami model bisnis; kebijakan data harus memahami demokrasi. Pemisahan administratif tidak boleh menghalangi pembacaan dampak yang saling berhubungan.

Dalam konteks Indonesia, demokratisasi telah memperluas kompetisi tetapi belum menghapus ketimpangan kapasitas. Pemilik modal, jaringan politik, dan pengendali infrastruktur memiliki kemampuan lebih besar menentukan agenda. Namun ruang koreksi tersedia melalui jurnalisme, masyarakat sipil, organisasi pekerja, pendidikan, regulasi, dan tindakan warga. Kekuatan tersebut perlu diperkuat secara institusional agar tidak bergantung pada keberanian individu atau ledakan perhatian sesaat.

Pertanyaan yang perlu dijaga bukan apakah pasar, media, atau kekuasaan harus dihapus. Ketiganya merupakan bagian dari masyarakat modern. Pertanyaan yang lebih penting adalah bagaimana mengatur hubungan di antara ketiganya agar tidak mengorbankan otonomi manusia, keadilan ekonomi, dan kualitas demokrasi. Jawabannya mencakup transparansi kepemilikan, kompetisi yang dapat diperebutkan, perlindungan data, media independen, audit algoritma, literasi publik, dan lembaga yang mampu menegakkan aturan.

Segitiga yang sehat adalah segitiga dengan keseimbangan dinamis. Pasar tidak boleh membeli seluruh ruang publik. Media tidak boleh menjadi alat eksklusif pemilik modal. Kekuasaan politik tidak boleh menguasai informasi dan regulasi untuk melindungi dirinya. Warga harus memiliki kemampuan mengetahui, memilih, menolak, dan mengorganisasi. Dengan prinsip tersebut, teknologi digital dapat diarahkan untuk memperkuat kesejahteraan dan partisipasi, bukan sekadar memperhalus bentuk dominasi lama.

Keseimbangan tersebut harus dipelihara sebagai proses kelembagaan, bukan slogan yang hanya muncul ketika terjadi krisis. Setiap generasi perlu menilai kembali apakah aturan yang ada masih sesuai dengan cara baru modal bergerak, informasi beredar, dan pekerjaan diorganisasikan. Evaluasi berkala memungkinkan masyarakat memperbaiki kelemahan tanpa menunggu kerusakan menjadi permanen. Tugas akademisi, pejabat, manajer, jurnalis, dan warga adalah menjaga agar pertanyaan tentang kekuasaan tetap hadir di balik bahasa efisiensi dan inovasi.

Karena itu, masa depan segitiga ini terbuka. Ia dapat bergerak menuju konsentrasi yang semakin kuat, atau menuju tatanan yang lebih plural dan bertanggung jawab. Arah tersebut ditentukan oleh keputusan konkret tentang kepemilikan, data, desain platform, pendidikan, pembiayaan media, dan kualitas pengawasan. Demokrasi akan lebih tahan apabila warga tidak hanya menjadi sasaran informasi dan pasar, tetapi juga menjadi pihak yang ikut membentuk aturan. Pada titik itulah pasar, media, dan kekuasaan dapat bekerja sebagai instrumen kemajuan bersama.

Ukuran kemajuan itu sederhana tetapi menuntut keberanian: apakah lebih banyak orang dapat memahami keputusan yang memengaruhi hidupnya, memperoleh kesempatan yang adil, dan mengoreksi kesalahan institusi. Jika jawabannya meningkat, teknologi dan pasar sedang melayani demokrasi. Jika jawabannya menurun, masyarakat perlu mengubah aturan sebelum dominasi menjadi kebiasaan yang dianggap normal.

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Glossarium

Istilah	Pengertian
Algoritma	Serangkaian aturan komputasional untuk mengolah data, mengurutkan pilihan, membuat prediksi, atau menghasilkan keputusan.
Datafikasi	Proses mengubah aktivitas, relasi, dan pengalaman menjadi data yang dapat disimpan, dianalisis, dan diperdagangkan.
Ekonomi perhatian	Tatanan ekonomi yang menjadikan waktu, fokus, dan respons pengguna sebagai sumber nilai.
Efek jaringan	Keadaan ketika nilai suatu layanan meningkat seiring bertambahnya jumlah pengguna atau koneksi.
Interoperabilitas	Kemampuan sistem atau layanan berbeda untuk saling berfungsi dan bertukar data menurut standar yang disepakati.
Kekuasaan simbolik	Kemampuan membentuk kategori, reputasi, dan makna sehingga suatu pandangan diterima sebagai kewajaran.
Konsentrasi media	Pemusatan kepemilikan, distribusi, atau produksi informasi pada sedikit aktor.
Oligarki	Struktur kekuasaan ketika sumber daya politik dan ekonomi terkonsentrasi pada kelompok terbatas.
Platformisasi	Perubahan kegiatan ekonomi dan komunikasi yang semakin bergantung pada infrastruktur serta aturan platform digital.
Portabilitas data	Hak atau kemampuan membawa data dan riwayat penggunaan dari satu layanan ke layanan lain.
Surveillance capitalism	Model bisnis yang mengekstraksi data perilaku untuk menghasilkan prediksi dan nilai komersial.
Pluralisme media	Keberagaman pemilik, sumber pendapatan, perspektif, dan saluran produksi informasi.
Rente	Keuntungan berlebih yang diperoleh karena keistimewaan akses, perlindungan, atau posisi yang tidak sepenuhnya berasal dari produktivitas.
Tata kelola algoritma	Aturan, proses audit, tanggung jawab, dan mekanisme koreksi untuk sistem berbasis algoritma.
Transparansi politik	Keterbukaan mengenai sumber dana, aktor, sasaran, dan proses yang membentuk komunikasi atau keputusan politik.

Daftar Pustaka

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Castells, M. (2007). Communication power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1, 238-266.
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). The mediated construction of reality. *Polity*.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). Data colonialism: Rethinking big data's relation to the contemporary subject. *Television & New Media*, 20(4), 336-349. <https://doi.org/10.1177/1527476418796632>

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

- Gillespie, T. (2010). The politics of platforms. *New Media & Society*, 12(3), 347-364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Gorwa, R. (2019). What is platform governance? *Information, Communication & Society*, 22(6), 854-871. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914>
- Hadiz, V. R., & Robison, R. (2013). The political economy of oligarchy and the reorganization of power in Indonesia. *Indonesia*, 96, 35-57. <https://doi.org/10.5728/indonesia.96.0035>
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.
- Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media + Society*, 1(2), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication. *New Media & Society*, 17(8), 1241-1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814532448>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzler, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Mazzucato, M. (2013). *The entrepreneurial state: Debunking public vs. private sector myths*. Anthem Press.
- Mietzner, M. (2015). Reinventing Asian populism: Jokowi's rise and his democratic contradictions. *Journal of Democracy*, 26(4), 69-84. <https://doi.org/10.1353/jod.2015.0065>
- Napoli, P. M. (2019). Social media and the public interest: Governance of news platforms in the realm of individual user accounts. *Telecommunications Policy*, 43(4), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2018.10.004>
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275-4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Power, T. P. (2018). Jokowi's authoritarian turn and Indonesia's democratic decline. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 54(3), 307-338. <https://doi.org/10.1080/00074918.2018.1549913>
- Robison, R., & Hadiz, V. R. (2004). *Reorganising power in Indonesia: The politics of oligarchy in an age of markets*. Routledge.
- Stiglitz, J. E. (2012). *The price of inequality*. W. W. Norton.
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Tufekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. *Colorado Technology Law Journal*, 13, 203-218.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75-89. <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD	Pasar, Media, dan Kekuasaan: Segitiga Dominasi Zaman Kini	IBM-ASMI 2026

Catatan: *Daftar pustaka disusun dengan gaya APA 7. DOI dicantumkan pada sumber jurnal yang tersedia; buku dan monograf dicantumkan dengan penerbitnya.*