

PENGARUH INDUSTRI MEDIA NASIONAL TERHADAP *MEDIA WARFARE*
THE INFLUENCE OF NATIONAL MEDIA INDUSTRY TOWARD MEDIA WARFARE

Bima Septiantoro¹, Rudy Agus Gemilang Gultom², Amarulla Octavian³

^{1,2,3}Universitas Pertahanan

Universitas Pertahanan, Komplek *Indonesia Peace and Security Center (IPSC)*, Bogor, Indonesia

¹bima.septiantoro@idu.ac.id; ²rudygultom@idu.ac.id; ³amarulla.octavian@idu.ac.id

Diterima tgl. 21/05/2018; Direvisi tgl. 01/10/2018; Disetujui tgl. 15/10/2018

ABSTRACT

The difficulty of obtaining valid information that supported by high number of fake news cases impact on the potential threats of media warfare. Currently, the form of media warfare has been evident by Indonesian society and government. The research aims to analyze perspective about the influence of national media industry in media warfare. This research used qualitative phenomenology that used to see perspective about media warfare or resource experience which is stakeholders of media industry. Then, framework analysis that called hierarchy of influences used to analyse the data. The results of this study show the perspective of stakeholders which view that social system is being influenced by the arrival of new media industry and foreign media industry, while the lateness of extramedia to structure the regulation will affect negatively on the environment. This environment causes internal media organizations, the needs of media routines, and individual media quality to be affected as well. In media warfare phenomenon, the national media industry must be aware of the interests of internal and external stakeholders and meanwhile the internal and external stakeholders must also be able to coordinate to develop regulations so that the media business can be stable and improve public knowledge.

Keywords: *Media Industry, Media Warfare, Hierarchy of Influences*

ABSTRAK

Kesulitan mendapat informasi valid yang terdukung dengan banyaknya kasus *fake news* (berita bohong) berdampak pada meningkatnya potensi ancaman *media warfare*. Bentuk *media warfare* di Indonesia saat ini sudah nyata dirasakan oleh masyarakat maupun pemerintah. Penelitian bertujuan untuk menganalisis sudut pandang *stakeholder* tentang pengaruh industri media nasional dalam ancaman *media warfare*. Penelitian ini menggunakan kualitatif fenomenologi yang digunakan untuk melihat sudut pandang tentang *media warfare* atau pengalaman narasumber yang merupakan *stakeholder* industri media. Kemudian proses analisis pada penelitian ini menggunakan *framework analysis* yang disebut *hierarchy of influences*. Hasil penelitian ini didapatkan sudut pandang *stakeholder* bahwa *social system* terpengaruh akibat kehadiran industri *new media* dan industri media asing, sementara keterlambatan *extramedia* menyusun regulasi berdampak negatif pada lingkungan. Lingkungan ini menyebabkan *organization* internal media, kebutuhan *media routines*, dan kualitas *individuals media* ikut terpengaruh. Pada fenomena *media warfare* ini, Industri media nasional yang harus menyadari kepentingan *stakeholder* internal maupun eksternal sementara para *stakeholders* internal dan eksternal juga harus mampu berkoordinasi untuk menyusun regulasi sehingga bisnis dapat stabil dan meningkatkan kecerdasan masyarakat.

Kata Kunci: *Industri Media, Media Warfare, Hierarchy of Influences*

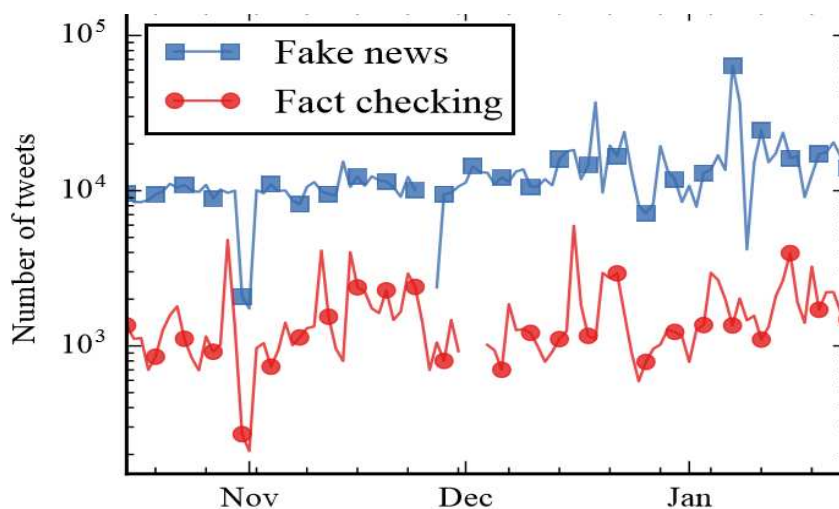
1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini komunikasi informasi sangat mudah didapat. Namun, kemudahan bertukar informasi menyebabkan sulitnya mendapat informasi yang valid. Kasus *information*

*warfare*¹ terdapat pada tingkat nasional maupun internasional. Puspitasari (2016) mengatakan Perdana Menteri (PM) Malaysia, Najib Razak, hampir diturunkan akibat isu korupsi yang menimpanya. Bahkan pada kampanye *global war on terror*², Weimann (2014) mengatakan teroris telah menggunakan media internet untuk melawan kampanye tersebut.

Kesulitan masyarakat dalam mendapat informasi yang valid semakin terdukung dengan banyaknya kasus *fake news* (berita bohong). Shao, Ciampaglia, Flammini, & Menczer (2016) dalam penelitiannya menunjukkan jumlah *fake news* hampir 10 kali lipat berbanding dengan berita yang telah diklarifikasi dari Oktober 2015 hingga Januari 2016 seperti terlihat pada Gambar 1 di bawah ini. Dengan begitu *media warfare* semakin terdukung dengan tingginya *fake news* yang dijadikan alat propaganda untuk merusak opini masyarakat. Hal ini menyebabkan ancaman *media warfare* tentu berpengaruh terhadap pertahanan negara terlebih Indonesia yang memiliki jumlah pengguna internet tinggi. Menurut Miniwatts Marketing Group (2016) yang ditampilkan dalam *Internet World Stat*, Indonesia berada pada peringkat 5 dari 20 negara pengguna internet teratas di dunia. Pada tingkat Asia, Miniwatts Marketing Group (2017) menampilkan Indonesia peringkat 3 dari 10 negara pengguna internet teratas di Asia.



Sumber : Shao, et al. (2016)

Gambar 1. Data Perbandingan *Fake News* dan *Fact Checking*

Kementerian Pertahanan (2015) memaparkan bahwa hakikat ancaman pertahanan nyata maupun belum nyata yang berbentuk militer, nonmiliter, dan bahkan gabungan atau disebut hibrida sehingga disusunlah sistem pertahanan negara yang melibatkan berbagai komponen bangsa seperti terlihat pada Gambar 2 di bawah ini. Program Bela Negara³ juga disusun dengan tujuan memperkuat sistem pertahanan negara melalui penanaman nilai cinta tanah air, sadar berbangsa dan bernegara, yakin Pancasila sebagai ideologi negara, rela berkorban untuk bangsa dan negara, dan memiliki kemampuan awal bela negara. Kesadaran masyarakat terhadap hak dan kewajiban

¹ *Information warfare* merupakan peperangan dalam ranah informasi dan/atau menggunakan senjata berupa teknologi informasi.

² *Global war on terror* adalah peristiwa bom di Amerika Serikat yang terjadi pada tanggal 11 September 2001 yang dikenal tragedi 9/11.

³ Program Bela Negara merupakan program yang dicanangkan dan menjadi program prioritas Kementerian Pertahanan dengan salah satu sasaran dan tujuannya untuk membentuk identitas dan kepribadian bangsa Indonesia.

dalam bela negara akan meningkatkan peran masyarakat dalam pertahanan negara pada bidang kemampuannya masing-masing.



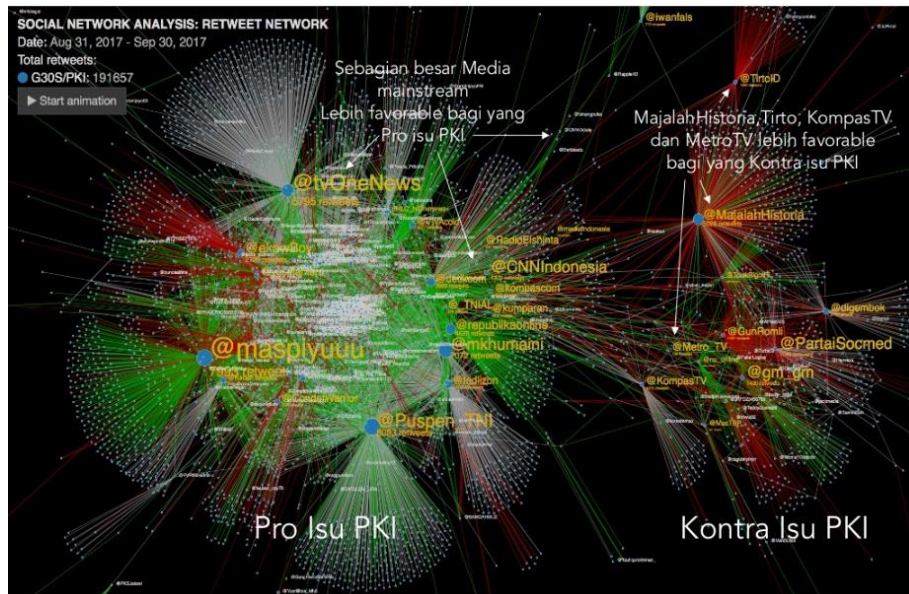
Sumber : Kementerian Pertahanan (2015)

Gambar 2. Sistem Pertahanan Negara

Sebuah hal yang menarik apabila media informasi dipandang menjadi salah satu dari industri. Dalam hal industri media, industri ini memiliki produk informasi yang dipasarkan memiliki pengaruh dalam membentuk opini masyarakat atau mampu membuat pasarnya sendiri. Namun, perhatian terhadap industri media ini cenderung masih kurang dianggap relevan dengan pertahanan negara. Padahal Yavuz & Koç, (2016) memaparkan ketika usaha kudeta Turki pada 15 Juli 2016, perwira militer pemberontak berusaha melumpuhkan akses transportasi, markas besar polisi, dan stasiun televisi. Bahkan Hamad (2004) menceritakan sejarah Indonesia mengenai industri media pun tidak bisa dilepaskan dengan negara maupun rezim penguasa sejak perjuangan kemerdekaan hingga reformasi. Setelah tahun 1999 di era reformasi, media memainkan peran supremasi rakyat yang dikenal dengan kemerdekaan pers.

Bentuk *media warfare* di Indonesia saat ini sudah nyata dirasakan oleh masyarakat maupun pemerintah. Pemerintah Indonesia sudah mulai fokus menanggapi industri media dalam kaitannya dengan ancaman *media warfare*. Terlihat pada kasus pemblokiran akses aplikasi *chatting* oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pada 14 Juli 2017. Menurut Siaran Pers No. 86/HM/KEMENKOMINFO/07/2017 yang diterbitkan Kementerian Komunikasi dan Informatika (2016), telah ditemukan konten-konten yang digunakan untuk propaganda terorisme dan radikalisme pada salah satu media informasi *chatting* itu. Kemenkominfo memberi laporan kepada pihak industri media tersebut sejumlah 6 kali sejak Maret 2016 hingga Juli 2017, namun tidak ada respon. Seorang pakar *Social Network Analysis* (SNA)⁴, Fahmi (2017a) juga memaparkan bentuk polarisasi opini pada isu Partai Komunis Indonesia (PKI) seperti terlihat pada Gambar 3 di bawah ini. Pada gambaran polarisasi SNA, terlihat kelompok kiri mendukung diangkatnya isu PKI sedangkan kelompok kanan cenderung tidak menyukai isu PKI dibahas ulang di Indonesia. Pada setiap kelompok terdapat industri media nasional maupun industri media asing yang disukai oleh masing-masing kelompok.

⁴ *Social Network Analysis* (SNA) merupakan sebuah metodologi untuk melakukan pemetaan dan pengukuran alur interaksi yang dilengkapi dengan analisis pola alur interaksi.



Sumber: Fahmi (2017a)

Gambar 3. Peta Polarisasi Opini terhadap Isu PKI

Namun model penanganan kasus *fake news* masih banyak berfokus mengejar pelaku dan pemberantasan *account* palsu yang dinilai masih kurang efektif. Fahmi (2017b) mengatakan masyarakat tentu sulit melakukan pencarian fakta dari sebuah berita sehingga pentingnya peran industri media dalam memerangi *fake news*, melakukan *cross-checking*, dan memberikan pemberitaan yang jujur dan berimbang. Pada *information warfare* yang salah satunya adalah *media warfare*, Penelitian ini bertujuan menganalisis sudut pandang *stakeholder* tentang pengaruh industri media nasional terhadap ancaman *media warfare*.

1.2. Landasan Teori

a) Konsep Pertahanan

Pertahanan merupakan bagian cakupan dari lingkup yang lebih luas yaitu keamanan nasional. Konflik tidak hanya bersifat fisik (militer) namun juga bersifat tujuan nonfisik (nirmiliter) atau yang dulu dikenal sebagai *Gold, Glory, and Gospel*. Menurut Suryohadiprojo (2005), konsep pertahanan harus mampu melindungi negara dari serangan fisik maupun non fisik. Pada keamanan non tradisional, Praditya (2016) memaparkan ancaman nirmiliter harus ditanggapi dengan pendekatan nirmiliter melalui hukum, ekonomi, sosial, dan diplomasi. Kementerian Pertahanan (2017) juga menyusun kewenangan terhadap kementerian/lembaga di luar bidang pertahanan untuk menyusun doktrin pertahanan nirmiliter yang dipaparkan dalam buku pedoman strategis pertahanan nirmiliter.

b) Media Warfare

Salah satu peperangan yang saat ini cenderung tinggi adalah *information warfare*. Terdapat 7 bentuk *information warfare* yang dipaparkan Libicki (1995), salah satunya adalah *Psychological Warfare* yang merupakan peperangan dengan mengarahkan penyerangan untuk mempengaruhi lawan dan sekaligus kawan agar berpihak kepada pelaku biasa disebut sebagai *Psychological Operations* (PSYOPS). Macdonald (2007) mengatakan PSYOPS pada abad 21 ini menggunakan ilmu komunikasi media untuk melakukan tipuan atau propaganda dalam perang atau disebut *media warfare*. Konsep senjata memang telah berkembang seperti yang dijelaskan Suryokusumo (2016)

bahwa saat ini terdapat serangan seperti invasi virus komputer dan isu skandal pimpinan negara yang disebut konsep senjata nonmiliter.

Dalam kasus informasi, UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada pasal 28 ayat menyatakan larangan bahwa “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA)”. Pada kebijakan terbaru UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan pasal 27 ayat 1 dengan menambahkan istilah “mendistribusikan, mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik”. Peran pemerintah juga diperkuat dalam memberikan perlindungan dari segala jenis gangguan akibat penyalahgunaan informasi dan transaksi elektronik melalui perubahan UU ini.

c) *Industri Media*

Industri secara umum dijelaskan oleh Gaspersz (2011) yaitu produk dapat berupa *tangible* (dapat disentuh) dan *intangible* (tidak dapat disentuh) dan perkembangannya produk bisa berupa barang, perangkat lunak, maupun jasa. Media sebagai sebuah industri dijelaskan Croteau dan Hoynes (2013), bahwa media memiliki *input* berupa informasi yang diproses menjadi informasi yang lebih bernilai bagi konsumen. Doyle (2002) juga menyatakan proses produksi media yaitu kegiatan memproduksi konten, mengemas konten, hingga mendistribusikan konten pada konsumen. Secara perkembangan, Industri media terbagi menjadi 2 yaitu media massa konvensional dan *new media*. McQuail (2010) menjelaskan bahwa *new media* tidak hanya berhubungan dengan produksi dan distribusi pesan seperti media massa konvensional, melainkan fokus pada proses, pertukaran, dan penyimpanan pesan informasi.

Industri penyiaran dianggap penting dalam urusan kenegaraan sehingga berbagai hukum mengaturnya. Pada UU Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran pada pasal 13 menyebutkan “jasa penyiaran terdiri atas: jasa penyiaran radio dan jasa penyiaran televisi”. Pemerintah Indonesia telah mengatur peraturan perundang-undangan mengenai media dalam negeri maupun asing yang telah dijelaskan dalam UU Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers. dalam pasal 4 ayat 2 dijelaskan “Setiap perusahaan pers harus berbentuk badan hukum Indonesia” dan mengenai pers asing dijelaskan pada 16 yaitu “Peredaran pers asing dan pendirian perwakilan perusahaan pers asing di Indonesia disesuaikan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku”.

d) *Teori Stakeholders*

Manajemen dan strategi sebuah organisasi dalam berkomunikasi dengan *stakeholder* merupakan kajian yang penting. Freeman (2010) juga menjelaskan bahwa perubahan pada industri disebabkan oleh berbagai entitas *internal* maupun *eksternal* yang berkaitan dengan perusahaan atau disebut sebagai *stakeholder*. Lund (2016) menjelaskan bahwa industri media di negara-negara Eropa harus mempertimbangkan sudut pandang *stakeholder* dari sudut publik dan pemerintah.

Pada industri media, produk yang dipasarkan harus mampu memenuhi kebutuhan informasi dan menambah pengetahuan mengenai informasi yang dipasarkan. Bahkan menurut Aitken (2007) suatu industri media internasional berkembang dengan kepercayaan publik atas kualitasnya, kemampuan pekerjanya, distribusi pesannya, dan kepentingan geopolitik sehingga media tersebut dapat mempengaruhi kebijakan luar negeri, peperangan, hukum dan keteraturan, pendidikan, politik, agama, dan ideologi. Penelitian ini menggunakan *framework analysis* yang dipaparkan oleh Reese dan Shoemaker (2013) yaitu *Hierarchy of Influences* seperti terlihat pada Gambar 4 di bawah ini.. Pada *hierarchy of influences* terdapat 5 level yang akan menjadi pokok pembahasan terhadap pengaruh industri media nasional pada *media warfare*, antara lain:

- *Individuals Media Level*

Pada tahap individu ini, pengaruh dari SDM jurnalis memiliki peran yang penting dalam memproduksi setiap isi konten yang dihasilkan media. Latar belakang dari jurnalis dianggap mampu mempengaruhi media melalui perbedaan kepentingan dan sikap. Tiga hal mendasar yang berpengaruh terhadap isi media yaitu, karakteristik dan latar belakang, kebiasaan serta nilai atau kepercayaan (agama), dan orientasi atau profesionalisme para pekerja media.

- *Media Routines Level*

Pengaruh dari tahap rutinitas yang dimaksud adalah berkaitan dengan rutinitas proses produksi, seperti kemudahan dipahami oleh pembaca, kapabilitas bidang produksi dalam membuat konten, serta variasi jenis konten yang tersedia. Rutinitas media berkaitan dengan naskah, pemilihan narasumber, gambar, analisa, dan lain-lain sehingga berkaitan dengan kualitas pesan yang mengedepankan fakta atau hanya berorientasi pada keuntungan.

- *Organizations Level*

Organisasi media yang termasuk di dalamnya manajemen tingkat atas, pemilik, hingga pemegang saham memiliki pengaruh yang besar terhadap kebijakan dan pengambilan keputusan. Pada tahap organisasi ini tentu berpengaruh melalui identitas yang biasanya identik dengan kepentingan pemilik dari industri media. Semakin banyak pemegang saham tentu kepentingan tersebut akan semakin banyak yang akan menghasilkan konten untuk memenuhi kebutuhan kepentingan tersebut.

- *Extramedia Level (Social Institutions)*

Keberadaan institusi di luar dari industri media tentu juga mempengaruhi isi media melalui kekuatan dan kebijakan seperti mengenai pers, penyiaran, dan lain-lain. Terdapat tanggung jawab institusi pemerintah seperti kementerian maupun instansi yang mempengaruhi kontrol terhadap isi konten media. Pengaruh seperti kepentingan politik, pemerintah, negara, hingga internasional dipercaya mampu mempengaruhi media.

- *Ideological Level (Social Systems)*

Pada tahap Ideologi ini menyatakan bahwa nilai, kepercayaan, maupun agama dari lingkungan sosial sebagai landasan dalam mempengaruhi isi konten dari media. Media massa merupakan wujud dari realitas sosial yang berdasarkan ideologi dan cara pandang masyarakat yang terbentuk menjadi suatu sistem sosial.



Sumber: Reese dan Shoemaker, 2013

Gambar 4. *Media Hierarchy of Influences*

1.3. Penelitian Terdahulu

Dampak perkembangan teknologi informasi yang kemungkinan digunakan sebagai alat propaganda dalam kaitannya dengan telah ditanggapi lewat beberapa penelitian. Salah satu penelitian yang disusun Alguliev, Aliguliyev, & Alekperova (2014) menawarkan sebuah model dengan pendekatan *cluster* untuk produk informasi pada wikimedia yang merupakan industri

multimedia resources. Penelitian tersebut menggunakan algoritma *Particle Swarm Optimization* (PSO) untuk optimasi proses penyaringan *input* yang akan ditampilkan menjadi *output* produk.

Penelitian mengenai media informasi sebagai industri pertahanan memang masih belum ada. Namun, Zingarelli (2010) memaparkan efek dari media yang pengaruhnya meningkat hingga mempengaruhi geopolitik dalam ranah sosial, aksi militer, hingga pernyataan pemimpin negara tentang krisis kemanusiaan. Penelitian tersebut membandingkan antara efek dua media yang disebut sebagai “*The CNN Effect*” dan “*The Al Jazeera Effect*” mampu berpengaruh di dunia dari segi kemampuan ekonomi yang berpengaruh pada teknologi hingga kemampuan SDM dalam pengemasan yang berbeda satu dengan lainnya dengan sudut pandang barat dan sudut pandang timur tengah. Dengan dua sudut pandang ini menyebabkan pandangan yang saling berimbang yang pada akhir kesimpulan bahwa media informasi itu bisa memberi kontribusi untuk menciptakan dunia menjadi tempat yang lebih baik dan lebih aman.

Lund (2016) melakukan penelitian dengan mengeksplorasi model pengelolaan media di Eropa dalam pengaruh *stakeholder*. Media dianggap berpengaruh dan terpengaruh dengan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi kepentingan nasional, transnasional, hingga internasional sehingga mempertimbangkan aspek kebebasan pers dan pembatasan untuk kepentingan keamanan nasional. Penelitian tersebut mengusulkan untuk mewujudkan dua sistem sebagai industri media komersial dan lembaga penyiaran publik yang termasuk industri media konvensional maupun modern.

Pada Industri media pengaruh *stakeholder* internal terdiri dari berbagai level tingkatan dan begitu juga dengan *stakeholder* eksternalnya. Green (2017) menyusun penelitian yang mengambil studi kasus agenda dan pembentukan *framing* pada saat isu Inggris ingin melakukan referendum terhadap Uni Eropa. Penelitian itu dibangun dengan melakukan pengujian analisa *Hierarchy of Influences* terhadap isi konten media dalam ancaman *media warfare*. Penelitian tersebut dibangun dalam 2 hipotesa, hipotesa 1 yaitu menguji bahwa isi konten media terpengaruh oleh kepentingan dari organisasi internal media yang menjadi variabel dependen sedangkan hipotesa kedua yaitu variabel dependen ditambahkan dengan variabel independen yaitu pengaruh dari institusi eksternal terhadap isi konten media. Hasilnya menunjukkan bahwa pembentukan agenda konten media memang terpengaruh oleh organisasi internal media namun dengan perkembangan teknologi yang memudahkan masyarakat berkomunikasi serta keadaan *media warfare* menyebabkan konten media lebih banyak dipengaruhi oleh institusi eksternal.

Dalam ancaman *media warfare* ini, hal yang perlu diperhatikan adalah pengaruh dari industri media nasional. Penelitian ini bertujuan melanjutkan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini menjelaskan sudut pandang *stakeholder* terkait *media warfare* berdasarkan 5 *hierarchy of influences*.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini dibangun dengan menggunakan kualitatif agar dapat mengeksplorasi secara luas sudut pandang *stakeholder* industri terhadap ancaman *media warfare*. Strategi kualitatif fenomenologi digunakan untuk melihat sudut pandang atau pengalaman narasumber seperti yang telah dipaparkan Creswell (2013). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi seperti yang dijelaskan oleh Sugiono (2008).

Proses analisis pada penelitian ini menggunakan *framework analysis* yang disebut *hierarchy of influences* yang dipaparkan oleh Reese dan Shoemaker (2013). 5 level *stakeholder* yang dijelaskan pada *hierarchy of influences* dijadikan subjek penelitian yang akan menjelaskan sudut pandangnya tentang *media warfare* sehingga akan memperlihatkan pengaruh industri media nasional. Dalam penelitian ini subjek penelitian yang mewakili *stakeholder* industri media, antara lain:

a. *Masyarakat (Ahli Media Informasi)*

Pada penelitian ini, masyarakat yang mewakili konsumen industri media merupakan ahli di bidang media ataupun bidang yang berkaitan dengan komunikasi dan informatika. Dengan begitu pendapat konsumen dapat memiliki informasi yang mendukung penelitian.

Narasumber yang merupakan ahli bidang teknologi Informasi adalah Ismail Fahmi. Ismail memiliki latar belakang pendidikan S1 Teknik Elektro di Institut Teknologi Bandung (ITB) dan mendapatkan gelar Magister dan Doktor pada bidang Teknologi Informasi di Universitas Groningen Belanda. Ismail merupakan seorang tokoh pengembang perpustakaan digital dan seorang pakar *Social Network Analysis* (SNA). Ismail juga beberapa kali bekerja sama dengan jurnalis, kepolisian, serta menulis artikel mengenai konflik-konflik sosial dengan menganalisis polarisasi opini masyarakat serta pengaruh antara media *online* dan media sosial.

Narasumber Puspitasari merupakan pakar pada bidang komunikasi yang pada penelitian ini mewakili masyarakat. Latar belakang pendidikan Puspitasari S1 pada bidang sosiologi dan S2 hingga S3 pada bidang komunikasi di Universitas Indonesia (UI). Saat ini Puspitasari berprofesi sebagai dosen pengajar pascasarjana Ilmu komunikasi dan pascasarjana Ketahanan Nasional di UI, Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian (STIK-PTIK), hingga Universitas Pertahanan (Unhan). Puspitasari aktif menjadi narasumber dan mengajar dalam topik komunikasi krisis dalam sudut pandang perusahaan, pemerintah, maupun negara yang telah beliau susun menjadi buku dengan judul *Komunikasi Krisis: Strategi Mengelola dan Memenangkan Citra di Mata Publik*.

b. *Kementerian Komunikasi dan Informatika*

Setelah perubahan departemen penerangan hingga saat ini menjadi Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), lingkup kemerdekaan pers bukan menjadi tanggung jawab pemerintah. Namun Kemenkominfo merupakan *stakeholder* pemerintah yang berhubungan dengan ancaman *media warfare*. Pada penelitian ini narasumber dari Kemenkominfo merupakan Staf Ahli Komunikasi dan Media Massa dan unsur dan unit kerja pada Direktorat Keamanan Informasi.

Narasumber dari Direktorat Keamanan Informasi memberikan sudut pandang ancaman *media warfare* dari aspek keamanan. Pada Direktorat Keamanan Informasi mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, pembinaan, serta pemantauan, evaluasi dan laporan di bidang penata kelolaan keamanan informasi. Narasumber bernama Helmi Yudhasetia yang menjabat sebagai Penyidik Pegawai Negeri Sipil UU ITE. Latar belakang pendidikan Helmi adalah S1 dan S2 Hukum di Universitas Trisakti.

Staf ahli komunikasi dan media massa Kemenkominfo dijabat oleh Gun Gun Siswadi. Sudut pandang Kemenkominfo dapat diwakili oleh pejabat staf ahli yang membidangi komunikasi dan media massa. Gun juga pernah menjabat sebagai Direktur Diseminasi Informasi di Badan Narkotika Nasional (BNN). Latar belakang pendidikan Gun adalah komunikasi yang Gun selesaikan S1 di Universitas Padjajaran dan S2 di UI.

c. *Kementerian Pertahanan*

Penelitian ini berkaitan dengan ancaman *media warfare* yang merupakan salah satu dari ancaman nonmiliter. Dalam hal ancaman nonmiliter, Kementerian Pertahanan (Kemhan) menempatkan fungsi dan tugas pada Direktorat Jenderal Potensi Pertahanan (Ditjen Potan).

Narasumber dari Direktur Komponen Pendukung (Dirkomduk) adalah Tristan Soemardjono. Direktorat Komponen Pendukung sebagai salah satu dari 5 direktorat yang berada di bawah Ditjen Potan juga menganalisis kebijakan potensi dari sumber daya manusia melalui Subdirektorat Sumber Daya Manusia. Latar belakang pendidikan S2 Manajemen membuat Tristan memiliki kapabilitas dalam analisis potensi dari sumber daya pertahanan.

d. *Dewan Pers*

Fungsi Dewan Pers adalah sebagai lembaga negara independen yang pada masa reformasi diamanatkan dalam UU Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, bahwa Dewan Pers yang independen dibentuk untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional.

Narasumber yang mewakili Dewan Pers pada penelitian ini bernama Yosep Adi Prasetyo. Narasumber Dewan Pers ini saat ini menjabat sebagai Ketua Dewan Pers pada periode 2016 hingga 2019.

Pada periode sebelumnya 2013 hingga 2016, Yosep juga merupakan Dewan Pers yang menjabat sebagai Ketua Komisi Hukum dan Perundang-undangan Dewan Pers. Yosep juga pernah menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM) pada periode 2007 hingga 2012. Yosep juga adalah salah satu pendiri Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dan pernah menjabat sebagai Anggota Majelis Etik di AJI pada tahun 2003 hingga 2005.

e. Persatuan Wartawan Indonesia

Pada tanggal 9 Februari 1946 dengan dibentuknya organisasi Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Wartawan dan pers Indonesia mendapatkan wadah skala nasional untuk menyalurkan aspirasi perjuangannya dalam mempertahankan kemerdekaan Republik Indonesia dari ancaman kembalinya kolonialisme. Pada UU Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers mengatur bahwa Dewan Pers sebagai lembaga negara independen memiliki anggota dewan yang salah satunya diangkat dari organisasi pers.

Narasumber yang merupakan perwakilan dari PWI ini adalah Agus Sudibyo yang saat ini menjabat sebagai Direktur Riset dan Komunikasi Publik di PWI. Agus memiliki latar belakang pendidikan S1 pada jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Gadjah Mada (UGM) dan S2 pada Magister Filsafat pada Sekolah Tinggi Filsafat (STF) Driyakarya Jakarta. Agus juga pernah menjabat sebagai Ketua Komisi Pengaduan Masyarakat dan Penegakan Etika di Dewan Pers pada tahun 2013 hingga 2016.

f. Industri Media Nasional

PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNC) merupakan bisnis yang terkait dengan perdagangan umum, perindustrian, agrikultur, jasa, investasi, pengangkutan, percetakan, multimedia melalui perangkat satelit dan perangkat lainnya. MNC saat ini memiliki bisnis utama 4 stasiun televisi *free-to-air* (TV FTA) dari 11 stasiun televisi yang ada di Indonesia. MNC juga memiliki bisnis utama dalam memproduksi dan mendistribusikan konten-konten televisi. Konten media yang diproduksi oleh MNC adalah *MNC Picture*, *MNC Animation*, *Pustaka Konten* yang didistribusikan melalui stasiun TV FTA maupun 22 *MNC channels* yang disiarkan pada TV berbayar.

MNC juga memiliki bisnis pendukung seperti radio, media cetak, *talent management* yang mendukung penuh fokus inti bisnis dari MNC. Pada media cetak, MNC memiliki koran *Sindo*, majalah *Sindo Weekly*, majalah *Just For Kids*, majalah *Highend*, majalah *Highend Teen*, majalah *Network*. Terdapat 4 media elektronik radio yang dimiliki MNC antara lain, MNC Trijaya FM, Global Radio, Radio Dangdut Indonesia, dan V-Radio. MNC saat ini sudah memiliki bisnis media *online* seperti *Sindonews.com* dan *Okezone.com*. Unit Bisnis dengan berbasis internet atau *new media* juga dimiliki MNC seperti *e-commerce MNC Shop* dan masuknya WeChat ke Indonesia melalui kerja sama dengan Tencent (Perusahaan asal Cina).

Narasumber Fetra Malona Hariandja merupakan narasumber yang kompeten dalam bidang jurnalistik. Fetra memulai karier sebagai jurnalis di MNC media dan saat ini menjabat sebagai wakil pemimpin redaksi pada *okezone.com*. Latar belakang pendidikan Fetra adalah S1 Jurnalistik yang ditempuh pada Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) di Jakarta.

Narasumber Rizal memulai karier di dunia jurnalistik sejak media masih menggunakan teknologi analog hingga saat ini media digital. Rizal saat ini menjabat sebagai pemimpin redaksi di MNC TV. Rizal memiliki latar belakang pendidikan S2 Komunikasi di UI. Berdasarkan latar belakang pendidikan maupun pekerjaan Rizal memiliki kompetensi dalam bidang jurnalistik.

Narasumber Lia Marlina merupakan seorang Direktur *Sales and Marketing* pada Koran *Sindo*. Lia memiliki pengalaman kerja 15 tahun di MNC menjadikannya memiliki kompetensi dalam mewakili sudut pandang bisnis media di Indonesia. Lia memiliki latar belakang pendidikan S1 Ekonomi.

2.2. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari berbagai *stakeholder*, analisis data dilakukan dengan menganalisis dan merefleksikan informasi yang diperoleh secara keseluruhan. triangulasi data seperti dipaparkan oleh Creswell (2013) pada sudut pandang *stakeholder* industri media. Kemudian data dikodifikasi dan dijelaskan secara induktif pada setiap level *hierarchy of influences* yang merupakan *framework analysis*. dengan *hierarchy of influences* seperti yang dijelaskan oleh Reese dan Shoemaker (2013). *Hierarchy of influences* menganalisis data berdasar pada 5 level yang berpengaruh terhadap media, yaitu *individuals media level*, *media routines level*, *organizations level*, *extramedia level*, dan *ideological (social system) level*. *Framework analysis* tersebut mempermudah dalam pengambilan kesimpulan mengenai *media warfare* dengan melakukan perbandingan data dengan informasi yang didapat dari literatur teori yang ada. Hasil data yang fokus dapat menghasilkan data simpulan dampak dari kegiatan praktik industri media dan solusi yang diharapkan dari setiap level.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kondisi saat ini media berhadapan dengan berbagai berbagai kepentingan internal maupun eksternal dalam menjalankan proses bisnisnya. Pengaruh pada konteks ancaman *media warfare* merujuk pada penelitian Zingarelli (2010), media juga terpengaruh dari kondisi internal seperti kualitas jurnalis, proses produksi yang memiliki kepentingan keuntungan, hingga kebijakan organisasi dan pemilik media. Berdasarkan pengaruh dari berbagai level *stakeholder* seperti pada penelitian Green (2017) dan pengaruh ancaman *media warfare* seperti pada penelitian Alguliev, Aliguliyev, & Alekperova (2014), maka pada penelitian menganalisis pengaruh kepentingan *stakeholders* internal maupun eksternal terhadap industri media dikembangkan dengan adanya ancaman *media warfare* kemudian dijelaskan berdasarkan *framework analysis* yang dipaparkan oleh Reese dan Shoemaker (2013) yaitu 5 level *hierarchy of influences*, sebagai berikut:

3.1. Pengaruh pada Individuals Media Level

Pada kondisi saat ini, jurnalis cenderung lebih mementingkan kecepatan daripada akurasi. Sudut pandang Agus menyatakan bahwa kondisi kehadiran *new media* membuat masyarakat mampu mendapatkan informasi tanpa melalui peran jurnalis. Menurut Ismail dan Helmi, kecenderungan kebutuhan judul bombastis yang disukai oleh suatu kelompok kemudian digunakan untuk menghina kelompok lainnya menyebabkan demokratisasi menjadi buruk. Namun pandangan Yosep dan Gun justru menyatakan bahwa masih terdapat media massa yang memiliki kredibilitas dan menjaga kaidah jurnalistik, sementara Puspitasari juga menyatakan ancaman *media warfare* meningkat akibat kehadiran *new media* yang terdapat propaganda, *fake news*, dan *hoax*. Dalam kondisi *media warfare*, Konten informasi berita yang dihasilkan industri media nasional harus diusahakan untuk mencakup berbagai sudut pandang sehingga mampu mengklarifikasi isu-isu konflik.

Ancaman *media warfare* juga terdukung akibat banyaknya jurnalis yang cenderung tidak memiliki kompetensi yang baik. Menurut Yosep, kualitas jurnalis secara umum di Indonesia banyak yang tidak memiliki kompetensi sebagai jurnalis profesional sehingga Dewan Pers mendorong bahwa jurnalis terdaftar pada organisasi wartawan yang diakui oleh Dewan Pers seperti PWI, AJI, dan Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI). Organisasi-organisasi ini akan melakukan uji kompetensi terhadap anggotanya sehingga kompetensi jurnalis di Indonesia dapat memenuhi standar profesional. Namun Fetra menyatakan tidak terdapat syarat kompetensi wartawan dalam peliputan pada lokasi penting seperti istana negara. Dalam upaya pencegahan ancaman *media warfare*, jurnalis yang meliput informasi terkait dengan isu sensitif diharapkan memiliki kompetensi di atas jurnalis pada umumnya.

Kontra ancaman *media warfare* terhadap Negara terlihat melalui pernyataan Tristan, bahwa pada ancaman opini mendukung teroris melalui media sosial, media nasional memiliki peran dalam kontra narasi. Pada sisi lain menurut Puspitasari dan Lia, saat ini kemampuan mempengaruhi opini masyarakat juga dimiliki oleh *Key Opinion Leader* (KOL) individu melalui media sosial. Menurut Agus kontra narasi menggunakan media massa memang kurang efektif, namun peran media massa tidak dapat tergantikan oleh media sosial. Industri media nasional sendiri juga menyadari bahwa peran jurnalis dalam kontra ancaman *media warfare* memang dibutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa jurnalis dibutuhkan dalam kontra narasi pada ancaman *media warfare*.

Teori industri yang dipaparkan Croteau dan Hoynes (2013) menyatakan kegiatan media berkaitan dengan *input* informasi yang diproses menjadi informasi yang lebih bernilai. Secara sederhana peran sangat penting dari jurnalis berkaitan langsung dengan pemasok *input* informasi. Rizal menyatakan industri media nasional pada era demokrasi harus menjaga kemerdekaan pers, namun jurnalis juga harus memiliki kesadaran terhadap ancaman terhadap negara. Kesadaran jurnalis dalam peran dan pengaruhnya pada negara dalam menjaga demokratisasi yang baik sangat dibutuhkan. Dengan begitu dalam menjalankan fungsi jurnalistiknya sesuai amanat UU Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, Jurnalis dapat berkontribusi pada kontrol sosial dengan ikut menjaga etika, moral, dan hukum yang ada di Indonesia.

Kondisi kualitas dari jurnalis di Indonesia saat ini justru meningkatkan potensi ancaman *media warfare*. Kecenderungan jurnalis dalam memprioritaskan kecepatan dari pada akurasi dan rendahnya kompetensi jurnalistik menghasilkan produk konten yang menimbulkan perpecahan pada masyarakat. Berdasarkan sudut pandang *stakeholder*, *individual media level* yaitu jurnalis diharapkan memiliki dua sisi peran. Selain jurnalis harus mampu menyadari peran dalam menjaga kemerdekaan pers, jurnalis juga harus memiliki kesadaran bela negara. Jurnalis memiliki kemampuan dalam mencari sumber dan mengklarifikasi isu-isu yang belum jelas kebenarannya. Ketika jurnalis memiliki kesadaran bela negara, maka kegiatan kontra narasi yang dibutuhkan dalam *media warfare* dapat dijalankan dengan baik.

3.2. Pengaruh pada Media Routines Level

Teori industri media yang dipaparkan oleh Doyle (2002) bahwa kegiatan rutinitas media berkaitan dengan kegiatan produksi konten, pengemasan konten, hingga pendistribusian konten. Rutinitas media dalam proses produksi konten informasi saat ini semakin efisien dengan kemajuan teknologi. Rizal menyatakan bahwa saat ini liputan siaran langsung mampu dilakukan oleh 1 orang yang pada era analog membutuhkan 15 orang. Menurut Lia, Pemanfaatan media sosial juga saat ini dibutuhkan oleh media untuk mendistribusikan konten karena saat ini media sosial telah menjadi *lifestyle* untuk masyarakat Indonesia.

Kehadiran *new media* ikut mempengaruhi kegiatan rutinitas produksi konten pada media massa. Perbedaan antara *new media* dan media massa menurut pandangan Agus yaitu, informasi pada *new media* disebarkan tanpa melalui mekanisme produksi informasi sedangkan informasi pada media massa telah melalui proses mekanisme produksi informasi menjadi berita. Kecepatan arus informasi menurut Puspitasari menyebabkan, produksi konten cenderung hanya berkepentingan profit. Bahkan Ismail menyatakan industri media massa seakan mendahulukan distribusi konten dan ketika terdapat keluhan atau aduan baru selanjutnya melakukan klarifikasi yang berdampak buruk pada masyarakat dan pemerintah. Media seharusnya tetap memainkan perannya dengan memberikan informasi yang akurat atau seperti yang dikatakan Lia bahwa media harus mempertahankan identitas melalui analisa dan validitas konten. Industri media pada ancaman kesulitan validasi informasi ini memiliki kelebihan pada konten yang telah melalui proses validasi.

Proses mekanisme produksi melalui *gatekeeper* seharusnya adalah proses standar yang dilakukan pada rutinitas media. Yosep menyatakan bahwa pada proses kontrol *gatekeeper*, Dewan Pers memberikan syarat bagi pemimpin redaksi agar memiliki kompetensi jurnalistik tingkat atas

atau tingkat utama. Puspitasari menyatakan bahwa industri media massa perlu menyadari bahwa selain membutuhkan pendapatan, media harus menyadari kehadiran kepentingan *stakeholder* seperti Dewan Pers yang melakukan kontrol pada etika jurnalistik dan keberadaan hukum yang juga berpengaruh pada keberlangsungan bisnis. Lia dan Rizal juga menambahkan bahwa kredibilitas media akan meningkat karena pengiklan tidak hanya memperhatikan *rating* dan *share* akan tetapi juga kualitas konten. Industri media harus menyadari bahwa kontennya berpengaruh pada perpecahan masyarakat. Yosep dan Helmi menyatakan media harus menjaga netralitas dengan memperhatikan kode etik jurnalistik dan berupaya memberikan konten dengan berbagai sudut pandang.

Pada konflik yang menjadi isu perdebatan, Yosep menyatakan bahwa media perlu melihat polarisasi opini pada masyarakat. Senada dengan itu Ismail menyatakan bahwa industri media saat ini membutuhkan kerja sama dengan peneliti *big data* atau kedepannya butuh memiliki *software* SNA dan *fact checking*. Menurut Rizal, industri media tentu memiliki tim analis untuk memahami kondisi kecenderungan arus informasi yang ada pada masyarakat. Namun Lia berpendapat keberagaman sudut pandang justru menciptakan demokrasi yang mencerdaskan masyarakat selama media berupaya *cover all side*⁵. Teori industri media dari Doyle (2002) juga menekankan bahwa produk konten akan bernilai ketika mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan memahami polarisasi opini masyarakat, media dapat menjalankan fungsi menjaga demokratisasi sekaligus mendapatkan bahan isu baru sebagai sumber dalam memproduksi konten informasi.

Industri media harus menyadari bahwa konten yang dihasilkan akan mempengaruhi opini masyarakat. Pada kondisi ancaman *media warfare*, industri media perlu memahami polarisasi opini sehingga media dapat menjaga demokratisasi dengan baik sekaligus mendapatkan isu pada masyarakat untuk menjadi bahan produksi. Pada *media routines level*, penyaringan informasi melalui *gate keeper* merupakan mekanisme produksi konten informasi untuk mengontrol kualitas dari hasil produk konten informasi industri media. Mekanisme proses produksi pada industri media massa ini tidak dimiliki oleh industri media sosial sehingga merupakan kelebihan industri media massa yang harus dipertahankan dan ditingkatkan. Industri media harus mampu berkontribusi untuk mengurangi perpecahan pada masyarakat akibat dari banyaknya informasi yang tidak valid di internet.

3.3. Pengaruh pada Organizations Level

Organisasi di dalam media walaupun tidak terkait langsung dengan proses produksi tentu tetap berpengaruh melalui identitas. Menurut Lia, pengaruh internal tentu identik dengan kepentingan pemilik dari industri media dan proses mendukung berjalannya bisnis industri media. Helmi bahkan menyatakan keterlibatan pemilik media dengan partai politik tentu mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap netralitas media. Sedangkan Yosep menyatakan SDM media tidak boleh terikat dengan partai politik untuk menjaga independensi media. Namun menurut Rizal, media tetap harus menjalankan kemerdekaan pers yang berupaya *cover all side* walaupun terdapat pengaruh internal dan pemilik industri media.

Kehadiran *new media* menurut Agus dan Puspitasari menyebabkan lingkungan bisnis yang tidak berimbang, industri media massa harus fokus dalam kepentingan pendapatan dan *sustainable*. Jika merujuk pada definisi produk yang dijelaskan oleh Gaspersz (2011), produk konten informasi pada industri media konvensional maupun industri *new media* merupakan produk *intangible*. Teori industri media dari Doyle (2002) juga menyatakan proses distribusi konten merupakan bagian dari kegiatan industri media. Menurut Agus dan Ismail kesamaan pada kegiatan industri media dan *new*

⁵ *Cover all side* merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan produk konten yang dihasilkan industri media telah mampu memberi kepuasan kepada setiap sudut pandang konsumen.

media menyebabkan terjadinya persaingan dalam mendapatkan iklan, sementara industri *new media* tidak terkena pajak seperti industri media massa. Rizal menyatakan bahwa media sudah memberi masukan kepada pemerintah mengenai tidak seimbang lingkungan bisnis media. Namun media sendiri menurut Lia saat ini juga menjalankan bisnis pendukung dengan membuat *event*, pengelolaan konten media sosial, dan lain-lain karena media harus terus melakukan inovasi untuk bertahan.

Menurut Tristan, bisnis media di Indonesia juga terdapat media asing ataupun keberadaan Wikileaks yang menyebarkan informasi tidak valid yang berpotensi berhadapan dengan kepentingan nasional. UU Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers sebenarnya sudah mengatur peredaran maupun pendirian kantor perwakilan media asing yang akan terikat dengan hukum yang berlaku di Indonesia. Helmi menambahkan bahwa media nasional diharapkan mendukung sudut pandang kepentingan nasional pada isu nasional yang menjadi perhatian internasional walaupun tetap harus tetap menjaga kemerdekaan pers. Lia dan Rizal menjelaskan bahwa justru keberadaan media asing akan menambahkan sudut pandang yang akan mencerdaskan masyarakat, namun media nasional tetap berupaya memberikan analisis yang berdasarkan latar belakang pengetahuan kondisi Indonesia.

Permasalahan lain terjadi ketika pelanggaran atau kesalahan yang dilakukan pada konten informasi. Menurut Ismail, kesulitan dalam berhubungan langsung dengan media menyebabkan masyarakat melakukan kontra narasi melalui media sosial. Lia memandang media tidak boleh ikut membalas keluhan masyarakat melalui narasi negatif, justru media harus memandang kontra narasi masyarakat tersebut merupakan kontrol kualitas media. Dalam kasus keluhan masyarakat, Yosep menyatakan Dewan Pers selalu menganjurkan agar setiap keluhan langsung ditujukan kepada media dengan menyertakan pemberitahuan kepada Dewan Pers. Industri media massa harus memiliki kesadaran untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat serta menyadari kesalahan dan melakukan klarifikasi apabila terbukti melakukan kesalahan.

Ismail mengatakan teknologi informasi saat ini mempermudah berhubungan dengan antar SDM internal media. Lia menambahkan telepon genggam dan internet sangat membantu dalam berkomunikasi internal media, melakukan *monitoring* terhadap inovasi dari pesaing, serta menjalin relasi dengan berbagai *stakeholder* media. Tristan menjelaskan bahwa media nasional diharapkan mampu mengembangkan bisnis dan pengaruhnya kepada masyarakat internasional dengan membuka siarannya di luar negeri. Namun hingga saat ini Rizal dan Lia menyatakan industri media nasional mendistribusikan konten melalui *new media* untuk memenuhi kebutuhan konsumen di luar negeri.

Indonesia sebagai negara demokrasi tentu menyebabkan pemerintah tidak boleh menghalangi hak masyarakat dalam mendapatkan informasi. Namun, Industri media harus menyadari bahwa konten yang kebijakan internal industri sendiri juga tidak boleh mengganggu kemerdekaan pers. Industri media harus menyadari bahwa industri media bukan merupakan media humus untuk suatu partai politik atau suatu kelompok tertentu. Industri media harus berperan sebagai perantara opini pro dan kontra yang mencakup berbagai sudut pandang pada masyarakat sehingga harus bersikap netral dan objektif.

3.4. Pengaruh pada *Extramedia Level*

Keberadaan institusi di luar dari industri media tentu juga mempengaruhi isi media melalui kekuatan dan kebijakan seperti mengenai pers, penyiaran, dan lain-lain. Puspitasari menyatakan bahwa sudut pandang *stakeholder* memiliki ekspektasi yang beragam sehingga menjadi tantangan untuk media dalam menjalankan bisnisnya, sedangkan pemerintah cenderung terlambat dalam mengantisipasi kebijakan terhadap industri *new media*. Namun Yosep dan Helmi menjelaskan kebijakan ketika berhubungan UU Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran maka berhubungan dengan KPI yang menangani program penyiaran di televisi dan radio, ketika berkaitan dengan

produk jurnalistik maka berhubungan dengan UU Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers yang menjadi tanggung jawab Dewan Pers, dan apabila berhubungan dengan informasi di internet maka Kemenkominfo mampu memblokir berdasarkan UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik terbaru yang sudah mengamanatkan wewenang kontrol kepada penyelenggara sistem elektronik. Pemerintah saat ini sudah memiliki perhatian terhadap ancaman *media warfare* sehingga pengontrolan dan penindakan terdapat UU yang cukup menjadi dasar.

Menurut Tristan, saat ini banyak media yang mengutip berita dari media luar negeri dan terdapat ancaman perekrutan teroris melalui internet. Bahkan menurut Helmi, BSSN yang merupakan lembaga baru, perlu untuk terlibat dalam koordinasi penanganan ancaman isi konten informasi pada ruang siber. Tristan juga menambahkan bahwa Kemhan menyadari ancaman telah timbul akibat teknologi informasi sehingga Kemhan terus berkoordinasi dengan Kementerian dan Lembaga yang terkait dan mendorong disahkannya RUU SDN untuk mendukung sistem pertahanan negara.

Konsep pertahanan juga harus mampu melindungi negara dari serangan non fisik seperti ancaman teknologi informasi yang dipaparkan oleh Suryohadiprojo (2005). Agus menyatakan pemerintah cenderung terlambat mengantisipasi perkembangan teknologi yang terlihat dari lambatnya pengesahan RUU Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran yang mengatur penyiaran digital, sedangkan saat ini penyiaran media sudah melalui internet. Padahal dalam penelitian Praditya (2016) telah dinyatakan bahwa hukum merupakan salah satu pendekatan dalam menghadapi ancaman nirmiliter. Yosep juga menyatakan DPR komisi 1 yang juga bertindak sebagai koordinasi kerja dan penyusun kebijakan yang berkaitan dengan keamanan informasi harus terus melakukan evaluasi kebijakan. Pada kondisi ancaman *media warfare*, kesadaran dari berbagai *stakeholder* lain juga dibutuhkan.

Dampak lain pada keadaan lingkungan bisnis akibat kehadiran industri *new media* yang merupakan industri baru berbasis internet ini menurut Agus dan Puspitasari perlu segera ditanggapi oleh pemerintah. Menurut Ismail, kehadiran industri *new media* seperti aplikasi transportasi, media sosial, *search engine*, dan lain-lain sudah memiliki dampak positif maupun negatif yang besar pada masyarakat. Namun menurut Helmi, Kemenkominfo saat ini hanya mampu melakukan pendekatan bisnis agar perusahaan *new media* memiliki kantor perwakilan dan server di Indonesia sehingga kontrol dan proses digital forensik akan semakin mudah ketika terjadi berbagai ancaman dan pelanggaran. Agus dan Rizal menyatakan bahwa industri *new media* juga perlu mendapatkan kewajiban pajak sebagai bentuk kedaulatan fiskal negara pada ruang siber. Namun menurut Helmi, industri *new media* terkendala pada kesiapan dari lokasi untuk pembangunan *data center* sehingga pemerintah harus mendukung industri-industri nasional pembangun *data center*.

Agus, Ismal, dan Puspitasari menyatakan pemerintah juga harus menyadari peran industri media massa yang dibutuhkan sehingga keberadaannya harus dilindungi dan dijaga melalui kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi. Yosep menyatakan bahwa Badan Intelijen Negara (BIN) juga sedang membuat naskah komunikasi dan keamanan terkait media dan meminta Dewan Pers untuk memberikan sudut pandang. Tristan juga menambahkan bahwa terkait *media warfare* saat ini Kemhan dan Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) sudah membuat koordinasi dengan Dewan Pers. Dengan begitu Dewan Pers juga telah memberikan sudut pandang berkaitan dengan ancaman digital, *proxy war*, dan lain-lain terhadap Negara. Koordinasi dalam penyusunan kebijakan dan kontrol perlu terus ditingkatkan dalam menghadapi ancaman *media warfare*.

Perkembangan industri media asing di Indonesia tentu tidak dapat untuk dihentikan. Walaupun memiliki potensi berhadapan dengan kepentingan nasional, keberadaan sumber informasi yang beragam sebenarnya meningkatkan kecerdasan masyarakat. Berdasarkan sudut pandang internal, kehadiran industri *new media* menimbulkan persaingan yang tidak berimbang dalam mendapatkan

iklan. Kebutuhan industri media nasional dari sisi bisnis tentu menyebabkan industri memiliki fokus terhadap profit. Keterkaitan pemilik media nasional dengan partai politik juga cenderung menurunkan kepercayaan atas kredibilitas media. Bahkan kendala dalam menjalin hubungan dengan konsumen menyebabkan keluhan dilakukan melalui media sosial sehingga sulit untuk dikontrol. Perkembangan teknologi seharusnya mampu mempermudah industri media dalam menjalin hubungan dengan konsumen. Industri media harus mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan bisnisnya di luar negeri atau menyebarkan kontennya melalui media sosial agar pengaruh industri media nasional dapat meningkat.

Kebijakan yang mengatur industri *new media* di Indonesia hingga saat ini cenderung masih terlambat. Lambatnya kebijakan tentu berdampak pada kesulitan negara dalam menunjukkan kedaulatan negara karena batas-batas kedaulatan pada ruang siber hanya dapat ditunjukkan melalui regulasi-regulasi yang mengatur. *New media* sebagai suatu industri tentu berupaya memanfaatkan celah-celah regulasi karena industri merupakan entitas yang memiliki kemampuan beradaptasi pada lingkungan yang dinamis. Namun celah hukum ini menyebabkan lingkungan bisnis yang tidak berimbang pada bisnis media sehingga berdampak pada meningkatnya potensi ancaman *media warfare*. *Stakeholder* eksternal harus mampu melindungi keberadaan industri media nasional karena industri media nasional memiliki peran dalam menjaga demokratisasi yang baik.

3.5. Pengaruh pada Social Systems Level

Menurut Agus, pada perkembangan informasi di dunia internet juga terdapat perbedaan yang kecil antara ruang pribadi dan ruang publik. Dalam hal ruang pribadi dan ruang publik menurut Helmi sebenarnya *new media* telah memiliki metode untuk membuat data identitas, konten informasi, dan lain-lain dari penggunaannya tidak dipublikasikan secara publik melalui fitur persetujuan penggunaannya. Fetra juga menyatakan bahwa konten informasi pada media sosial memang merupakan UGC sehingga pembuat konten adalah individu pengguna media sosial bukan industri.

Namun Ismail menyatakan pandangan bahwa perusahaan *new media* hanya membangun *platform* melalui algoritma, sistem, dan berbagai ilmu teknologi informasi perlu diubah karena *new media* juga berhubungan dengan proses penyebaran hingga penyimpanan informasi. Pernyataan Ismail ini senada dengan teori *new media* yang dipaparkan McQuail (2010) yang menjelaskan bahwa *new media* berfokus pada proses, pertukaran, dan penyimpanan pesan informasi. Begitu juga dengan teori industri media dari Doyle (2002) yang menjelaskan pendistribusian konten informasi termasuk dalam kegiatan industri media. Puspitasari menyatakan bahwa perusahaan *new media* harus memiliki tanggung jawab terhadap konten informasinya.

Agus memaparkan dampak negatif beruntun dari perkembangan teknologi informasi saat ini menyebabkan informasi semakin tidak bisa dirahasiakan. Industri *new media* memiliki kemampuan mengumpulkan dan mengolah data informasi yang besar sehingga menjadi data *behavioural* masyarakat. Data *behavioural* yang didapat melalui identitas konsumen seperti latar belakang, ideologi, agama, teman perkumpulan, penyakit, hobi, dan lain-lain memang ditujukan untuk menganalisa kecenderungan konsumtif produk untuk periklanan. Namun Tristan juga menambahkan bahwa terdapat juga ancaman bahwa data *behavioural* tersebut dapat diolah menjadi analisa kecenderungan kondisi ideologi, agama, politik, dan sosial di Indonesia. Kemampuan *new media* dalam mengumpulkan informasi bahkan dapat menyaingi kemampuan BIN yang merupakan badan intelijen.

Berdasarkan teori *information warfare* yang dipaparkan Libicki (1995), salah satu bentuk *information warfare* adalah PSYOPS. Macdonald (2007) bahkan memperkuat teori *information warfare* tersebut dengan memaparkan penggunaan ilmu komunikasi media sudah terjadi saat ini. Gun menyatakan potensi ancaman dari teknologi informasi ini berbahaya ketika digunakan dengan tujuan mengganggu kedaulatan dan kesatuan Indonesia. Pandangan Ismail menyatakan Informasi

yang ada pada *new media* juga membentuk opini publik seperti media massa dan begitu banyak informasi yang tidak valid, *hoax*, dan lain-lain. Pada kondisi *media warfare* ini menurut Tristan dan Ismail, Industri media nasional memiliki peran kontra dengan konten yang bermuatan kepentingan nasional.

Kehadiran *new media* kemudian ditambah adanya media *online* yang tidak punya kredibilitas saat ini justru menjadi ancaman terhadap demokratisasi. Puspitasari menyatakan permasalahan timbul pada media sosial karena adanya kepentingan yang beragam dan mengutip dari media *online* yang tidak kredibel atau orang yang memiliki kepentingan pribadi justru membuat sendiri media *online*. Indonesia sebagai negara demokrasi menurut Helmi harus menjaga kebebasan berpendapat dan kemerdekaan pers. Media tanpa badan hukum seperti media komunitas dan media humas memiliki hak menyebarkan informasi dengan kepentingan organisasinya, namun Yosep menyatakan bahwa kebebasan berpendapat ini tetap memiliki batasan kompetensi komunitas tersebut dan tidak mengandung kebencian SARA. Helmi juga menambahkan penyebaran konten kebencian SARA dapat dikenakan peringatan, pemblokiran, hingga pidana.

Namun Agus menyatakan bahwa ketika terjadi kejenuhan masyarakat akibat perdebatan panjang pada media sosial menyebabkan masyarakat ingin kembali menikmati media massa. Namun justru masyarakat cenderung menemukan bahwa kualitas media massa justru semakin memburuk. Seperti yang dijelaskan Ismail bahwa media massa berusaha memberikan konten yang disukai oleh suatu kelompok yang kemudian konten tersebut digunakan oleh suatu kelompok untuk menyerang kelompok yang lain, kondisi media sosial ini menyebabkan polarisasi pada masyarakat.

Pengaruh media yang dianggap memiliki kredibilitas yang dipaparkan oleh Aitken (2007), konten media mampu berpengaruh pada politik, agama, dan ideologi masyarakat. Menurut Lia dan Puspitasari, walaupun media massa memiliki pengaruh yang besar namun pengaruh media sosial yang kecil menjadi lebih besar dari pada media massa akibat jaringan yang dimiliki oleh KOL pengguna media sosial yang menyebarkan informasi. Pada kondisi saat ini memang media sosial terasa memiliki efek yang lebih besar dalam mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Rizal dan Lia menyatakan hubungan antara *new media* dan media massa saling menguntungkan sekaligus saling bersaing. Menurut Puspitasari, industri *new media* memiliki efek yang lebih besar di Indonesia karena disebabkan kurangnya *reading habit* masyarakat Indonesia dan justru cenderung memiliki *conversation habit*.

Tristan dan Gun menyatakan industri media harus menyadari bahwa kehadiran *new media* tidak mampu menggantikan peran media massa pada kontrol demokrasi negara. Lia dan Rizal juga menyatakan teknologi *new media* sebagai pendukung penyebaran produk konten informasi. Pada kondisi ini, Lia dan Agus menyatakan industri media harus mampu beradaptasi dan berinovasi dan kembali meningkatkan kualitas konten informasi yang tidak didapatkan pada *new media*. Fetra menyatakan kesadaran kepentingan masyarakat Indonesia harus didukung media dengan upaya pemberitaan maupun kritik membangun yang positif.

Perkembangan teknologi menyebabkan kemudahan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Masyarakat mengharapkan keterbukaan informasi sebagai bagian dari hak yang harus dipenuhi, namun masyarakat harus menyadari bahwa kebebasan tentu memiliki dampak negatif kepada *social system*. Jika masyarakat memahami ancaman *media warfare*, maka sudut pandang kebebasan berekspresi tentu akan berubah menjadi kemerdekaan menyatakan pendapat dengan batasan-batasan yang harus diatur. Masyarakat harus menyadari bahwa pertahanan dan keamanan negara akan berdampak pada *social system* sehingga keberadaan regulasi dibutuhkan untuk mengontrol kehidupan bermasyarakat.

4. PENUTUP

Perkembangan teknologi informasi yang berdampak negatif dengan timbulnya ancaman *media warfare* sudah sangat nyata dirasakan di Indonesia. Kesimpulan penelitian bertujuan untuk menyelesaikan fokus permasalahan dengan menganalisis pengaruh industri media nasional dalam rangka menghadapi ancaman *media warfare*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sudut pandang serta pengaruh *stakeholder* eksternal maupun internal pada kondisi ancaman *media warfare*.

Keadaan lingkungan dari kesulitan validasi informasi, kehadiran industri *new media*, dan industri media asing berpotensi pada ancaman *media warfare*. Kesulitan pemerintah dalam penyusunan regulasi pada kondisi perubahan lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan berbagai kepentingan *stakeholder* sangat mempengaruhi industri media nasional. Kondisi internal industri media pada kualitas kompetensi individu jurnalis harus ditingkatkan dan terdaftar pada organisasi pers yang diakui oleh Dewan Pers sehingga dapat dikontrol. Selain kebutuhan profit pada rutinitas produksi, industri media juga harus menyadari perannya dalam menghadapi *media warfare*. Pengaruh organisasi internal dan pemilik media juga harus menyadari bahwa kondisi pertahanan dan keamanan negara akan berdampak pada keberlangsungan bisnis media.

Industri media nasional yang harus memiliki kepentingan menjaga demokrasi pada ruang informasi berhadapan dengan berbagai kepentingan internal maupun eksternal. Koordinasi antara *stakeholder* eksternal dengan *stakeholder* internal media dalam menghadapi ancaman *media warfare* dibutuhkan untuk penyusunan regulasi serta menjaga kemerdekaan pers pada batasan norma, hukum, dan etika sehingga aktivitas bisnis berjalan dengan stabil dan meningkatkan kecerdasan masyarakat Indonesia.

Ancaman akibat perkembangan teknologi informasi dapat dikurangi melalui regulasi yang memberikan lingkungan stabil. Pertahanan dan keamanan juga berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis media. Penelitian ini memperlihatkan bahwa peran pemerintah dibutuhkan untuk mendorong DPR mengevaluasi terkait keberadaan *new media*. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa industri media nasional harus menyadari dampak pertahanan dan keamanan pada bisnis media. Manajemen *sales and marketing* tidak boleh hanya berpandangan pada keuntungan, akan tetapi juga berkoordinasi dengan pemerintah dan lembaga independen. Sementara itu, pemimpin redaksi juga perlu menyadari tanggung jawabnya dalam menjaga demokratisasi yang baik dan meningkatkan perannya dalam kondisi ancaman *media warfare*. Industri media disarankan mengadakan pelatihan jurnalistik dengan bermuatan bela negara untuk seluruh SDM khususnya jurnalis.

Perkembangan ancaman yang ada di Indonesia yang saat ini selain ancaman militer terdapat juga ancaman nonmiliter serta ancaman hibrida. Penelitian menunjukkan manfaat bahwa kajian industri media dapat berkontribusi pada sistem pertahanan negara. Namun, kajian industri pertahanan cenderung fokus kepada industri senjata yang bersifat militer sehingga diperlukan kajian industri pertahanan untuk menganalisis industri yang mampu berperan dalam setiap ancaman terhadap NKRI. Penelitian ini juga dibangun dengan menunjukkan manfaat penggunaan *framework hierarchy of influences* dengan menentukan sumber yang berkaitan industri media massa dengan ancaman *media warfare*. Namun pada penelitian ini hanya berfokus kepada sudut pandang pemerintah, institusi independen, industri media, dan masyarakat. Penelitian selanjutnya perlu dikembangkan dengan memperhatikan sudut pandang Lembaga Keamanan Negara seperti BIN, BNPT, dan lain-lain. Penelitian selanjutnya juga bisa menghadirkan sudut pandang DPR Komisi 1 yang memiliki wewenang pada pertahanan, informasi, hingga intelijen. Penelitian ini dibangun dengan menentukan sumber yang berkaitan dengan industri media nasional dan dapat memperlihatkan strategi yang dibutuhkan dalam mengelola ancaman *media warfare*. Namun ancaman *information warfare* tidak hanya *media warfare* dan dapat bersifat militer maupun

nirmiliter merupakan kajian strategis. Penelitian tentang analisa kondisi dan dampak peperangan informasi pada media sosial di Indonesia sangat dibutuhkan untuk dijadikan penelitian selanjutnya.

Ucapan Terimakasih

Alhamdulillah Rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah SWT serta *sholawat* semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Pada kesempatan ini, izinkan peneliti mengungkapkan penghargaan kepada mereka yang berkontribusi pada penyusunan penelitian ini, yaitu jajaran Kementerian Pertahanan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Dewan Pers, Persatuan Wartawan Indonesia, PT. MNC, Tbk, serta Ismail Fahmi dan Puspitasari. Pada akhirnya, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap *stakeholder* terkait maupun pengembangan ilmu pertahanan. *Amin Ya Robbal 'Alamin*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aitken, R. (2007). *Can We Trust the BBC?* (reprint). Bloomsbury Academic.
- Alguliev, R. M., Aliguliyev, R. M., & Alekperova, I. Y. (2014). Cluster approach to the efficient use of multimedia resources in information warfare in wikimedia. *Automatic Control and Computer Sciences*, 48(2). <https://doi.org/10.3103/S0146411614020023>
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2013). *Media/society: Industries, images, and audiences* (5th ed.). Sage Publications.
- Doyle, G. (2002). *Understanding Media Economics*. London: Sage Publications.
- Fahmi, I. (2017a). Drone Emprit: Studi Kasus dan Demo. Retrieved from <https://www.slideshare.net/IsmailFahmi3/drone-emprit-studi-kasus-dan-demo>
- Fahmi, I. (2017b, March 14). Peran Media dalam Pembuatan dan Klarifikasi Hoax “Jenazah Nenek Hindun Ditelantarkan.” Retrieved July 29, 2017, from <http://www.portal-islam.id/2017/03/peran-media-dalam-pembuatan-dan.html>
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach. Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press.
- Gaspersz, V. (2011). *Total Quality Management untuk Praktisi Bisnis dan Industri Cetakan ketujuh/Edisi Revisi dan Perluasan* (7th ed.). Jakarta: Vinchristo Publication.
- Green, D. (2017). *Framing Brexit: A Comparative Study on Agenda and Frame Building in Coverage of the United Kingdom's EU Referendum*. University of Tartu.
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999)*. Makara, Sosial Humaniora (Vol. 8). Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2016). Perkembangan Terkini mengenai Pemblokiran Akses Aplikasi Telegram. Retrieved July 29, 2017, from https://kemenkominfo.go.id/content/detail/10115/siaran-pers-no-86hmKemenkominfo072017-tentang-perkembangan-terkini-mengenai-pemblokiran-akses-aplikasi-telegram/0/siaran_pers
- Kementerian Pertahanan. (2015). *Buku Putih Pertahanan Indonesia 2015*. Jakarta: Kementerian Pertahanan Republik Indonesia.
- Kementerian Pertahanan. (2017). *Pedoman Strategis Pertahanan Nirmiliter*. Jakarta: Kementerian Pertahanan Republik Indonesia.
- Libicki, M. C. (1995). *What Is Information Warfare?* National Defense University.
- Lund, A. B. (2016). A stakeholders approach to media governance. In G. F. Lowe & C. Brown (Eds.), *Managing media firms and industries* (pp. 103–120). Springer International Publishing.
- Macdonald, S. (2007). *Propaganda and Information Warfare in the Twenty-First Century: Altered images and deception operations*. Routledge. London: Routledge.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. SAGE Publications (Vol. 6th). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446262467>
- Miniwatts Marketing Group. (2016). Internet users in the Top 20 countries as March 31, 2017. Retrieved July

- 29, 2017, from <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>
- Miniwatts Marketing Group. (2017). Internet users in Asia estimated in March 31, 2017. Retrieved July 29, 2017, from <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>
- Praditya, Y. (2016). *Keamanan di Indoensia*. Depok: Nadi Pustaka.
- Puspitasari. (2016). *Komunikasi Krisis: Strategi Mengelola dan Memenangkan Citra di Mata Publik*. Penerbit Libri.
- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2013). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. Routledge.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Flammini, A., & Menczer, F. (2016). Hoaxy: A platform for tracking online misinformation. In Proceedings of the 25th International Conference Companion on World Wide Web. *International World Wide Web Conferences Steering Committee*.
- Suryohadiprojo, S. (2005). *Si vis pacem para bellum: membangun pertahanan negara yang modern dan efektif*. Gramedia Pustaka Utama.
- Suryokusumo, S. (2016). *Konsep Sistem Pertahanan Nonmiliter*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Weimann, G. (2014). *New terrorism and new media*. Washington, DC. Retrieved from <http://commonslib.wilsoncenter.org>
- Yavuz, M. H., & Koç, R. (2016). The Turkish coup attempt: The Gülen movement vs. The state. *Middle East Policy*, 23(4), 136–148. <https://doi.org/10.1111/mepo.12239>
- Zingarelli, M. E. (2010). *The CNN effect and the Al Jazeera effect in global politics and society*. Georgetown University.

Priori Versus A Posteriori

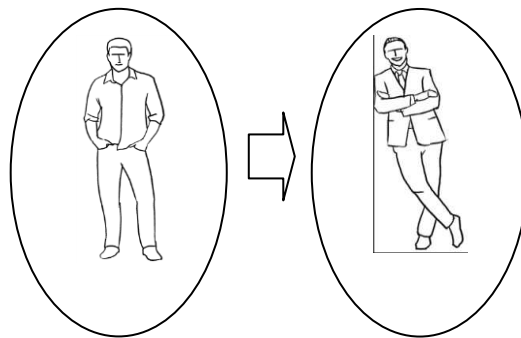
Dalam metode penelitian, pada dasarnya dikenal dua pendekatan, yaitu pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Dua pendekatan ini sangat kontras prinsipnya dalam proses pengumpulan data. Pendekatan kuantitatif berbasis pada prinsip *a priori* (*from the earlier*) dan pendekatan kualitatif berbasis pada prinsip *a posteriori* (*from the latter*). Guna memudahkan pemahaman terhadap kedua prinsip dimaksud, di bawah ini disajikan dua visualisasi yang sederhana. Visualisasi pertama yaitu *A PRIORI* menggambarkan jarak yang tegas antara peneliti dan yang diteliti. Keduanya berada dalam dua himpunan yang berbeda. Visualisasi kedua yaitu *A POSTERIORI* menggambarkan tiadanya jarak, atau alias menyatunya antara peneliti dan yang diteliti. Keduanya berada dalam satu himpunan yang sama.

Prinsip Pengumpulan Data

1) *A PRIORI*

PENELITI

OBJEK PENELITIAN



2) *A POSTERIORI*

PENELITI

SUBJEK TELITIAN

