

KAJIAN KRITIS UNDANG-UNDANG NOMOR 14 TAHUN 2008 TENTANG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK TERKAIT HEGEMONI POLITIK MEDIA DI INDONESIA

Syukri Syamaun

Mahasiswa Program Doktor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
E-mail: syukrisyamaun4004223010@uinsu.ac.id

Hasan Sazali

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
E-mail: hasansazali@uinsu.ac.id

Abstract

This article aims to analyze the regulation of media toward hegemony and political media in Indonesia. The research itself focus on studying UU Nomor 14 Tahun 2008 which is directly related to the political hegemony of the media in Indonesia. The research approach is classified as qualitative using literature and field study methods. Library research or library research is research that uses literature review and study or theoretical concepts. The result of study shows that hegemony and political media that cause any problems polarization especially on president election contest in Indonesia. The study also find any bad condition of media regulation that fail to organize both hegemony and political media in Indonesia.

Keywords: *Media Regulation, Hegemony, Political Media, UU Nomor 14 Tahun 2008.*

A. Pendahuluan

Persoalan besar yang melanda regulasi di Indonesia adalah tidak simetrisnya perkembangan media dengan kehadiran regulasi yang mengatur media. Regulasi kerap ketinggalan langkah dibanding perkembangan teknologi informasi komunikasi yang tergolong cepat dan masif. Setelah melewati pembahasan dan perdebatan sengit tentang sebuah regulasi di parlemen, disetujui, kemudian disahkan dalam bentuk undang-undang dan diimplimentasikan, serta merta mungkin saja muncul lagi varian baru media tidak terjangkau oleh regulasi tersebut. Konon lagi, kemajuan masif teknologi komunikasi dan informasi berimplikasi juga pada revolusi media yang perubahannya sangat mendasar dan sulit dicegah perkembangannya. Fenomena selanjutnya memunculkan lanskap media Indonesia yang semakin tidak menentu karena revolusinya tergolong cepat dan berkecepatan tinggi, contoh aktual kehadiran teknologi digital terbaru: *augmented reality, virtual reality, metaverse, artificial intelligence*, serta 5G.

Media – media yang dimaksud adalah organisasi/perusahaan yang menggunakan *communication technology* (Rogers, 1986: 2) dan *information technology* (Sawyer et al, 1993: 3) untuk menyampaikan pesan-pesan secara rutin kepada khalayak, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi (media massa) dan internet (media interaktif) – semakin menunjukkan eksistensinya dalam membentuk opini publik, memframing berita dan peristiwa sehingga

publik “seperti terjajah” dengan berita dan peristiwa tersebut. Publik seperti kehilangan kontrol untuk terbebas dari cakupan media yang semakin mengganas. Konon lagi faktor kepentingan media yang bisa diatur sesuai kepentingan pihak-pihak (media, pemerintah, pebisnis). Ironisnya negara sebagai pengontrol media tergolong lalai dan alpa dalam mengontrol media melalui kebijakan dan regulasi yang ketat sehingga efek media tidak mewabahi secara membabi buti tanpa kendali dan sangsi.

Hegemoni muncul secara transparan dalam memengaruhi konten media untuk kepentingan politik pemilik media. Media yang seyogyanya menjadi saluran pencerahan dan kepentingan publik berubah menjadi “*new style colonialism*” yang merampas wilayah publik (*public sphere*) dan hak-hak publik untuk mendapat informasi sejara benar, jujur, dan valid. Pengguna media yang hakekatnya netral akan terjebak dengan informasi yang disodorkan media dengan segala kepentingan bisnisnya.

Fenomena seperti ini membuuthkan hadirnya regulasi media yang diharapkan mampu menengahi kelokpok-kelompok kekuatan yang saling berkepentingan dan kadangkala bertentangan, menyeimbangkan antara kebebasan yang didefinisikan secara positif dan negatif, serta hubungan antara negara dan pasar. Media bukan semata-mata bisnis sehingga perlu perimbangan melalui undang-undang yang menjamin kebebasan positif bagi warga negara dalam mengakses informasi (Helle Sjøvaag, 2015: 7). Regulasi pemerintah tentang media dimaksudkan agar media dapat berjalan profesional serta menjaga netralitas dalam memberikan informasi kepada publik tanpa melakukan intervensi yang akan menguntungkan sepihak.

Menyadari dominasi media terhadap ruang publik secara tidak tak terbatas yang berakibat pada hilangnya hak-hak netral masyarakat, maka dipandang perlu ada pengaturan media melalui undang-undang atau regulasi media. Pemerintah Republik Indonesia telah banyak mengeluarkan kebijakan terkait dengan komunikasi media yang diatur dalam regulasi atau perundangan-undangan. Hingga tahun 2020, Pemerintah Indonesia telah melahirkan 8 (delapan) undang-undang tentang penyiaran – termasuk amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada Pasal 28F. Salah satu regulasi yang telah dikeluarkan pemerintah yang menjamin hak publik mendapat informasi secara cepat dan akurat adalah Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP). Dalam pasal 7 UU KIP ini menyebutkan 6 (enam) ayat tentang kewajiban badan publik untuk menjamin hak publik untuk mendapatkan berita atau informasi yang tepat, benar, dan akurat. Artikel ini mengkaji UU Nomor 14 tentang KIP yang terkait langsung dengan hegemoni politik media di Indonesia.

B. Landasan Teoritis

1. Hegemoni Media di Indonesia

Konsep hegemoni diperkenalkan pertama oleh aktivis dan teoritikus Marxisme Italia tahun 1971 (Kevin M. Carragee, 1993: 330). Hegemoni adalah istilah yang sebelumnya digunakan oleh kaum Marxis untuk menunjukkan kepemimpinan serta politik kelas pekerja dalam revolusi demokrasi. Gramsci memperluas konsep ini dengan mengembangkan analisis

mendalam tentang bagaimana kelas kapitalis yang berkuasa membangun dan mempertahankan kendalanya (Kate Crehan, 2002: 14). Antonio Gramsci memberikan memberikan penekanan bahwa hegemoni adalah hadirnya kelompok dominan dalam menekan penerimaan oleh kelompok yang didominasi. Kevin M. Carrage menulis: *the concept of hegemony emphasizes the significance of cultural production in society and links this cultural production to the interest of dominant classes in society* (Kevin M. Carragee: 330).

Ashley Schram, Arne Rückert, Ronald Labonté & Benjamin Miller mendefinisikan hegemoni sebagai dominasi yang bersifat konsensus dan ideologis, yaitu kekuasaan politik melalui persetujuan dengan cara membangun pemahaman yang masuk akal atau alamiah mengenai dunia (Ashley Schram et, all, 2016: 160). Pengguna media yang hakekatnya netral akan terjebak dengan informasi yang disodorkan media dengan segala kepentingan bisnisnya. Bahkan, Supadiyanto menyebutkan media bukan hanya berperan untuk memperoleh keuntungan dari material saja, namun juga bisa dimanfaatkan sebagai senjata ideologi (*ideology weapons*) (Supadiyanto: 2020: 165). Pada “*maqam*” ini media telah melakukan langkah politis dimana konten media serta merta disesuaikan dengan pemilik industri media yang sarat kepentingannya juga kekuasaan (negara).

Ibarat partai politik, media memiliki ideologi tersendiri yang harus dipertahankan dan dijalankan secara objektif sebagai saluran publik yang netral. Ironisnya, media seperti “terpaksa” lengser dari ideologinya disebabkan banyak kepentingan, khususnya kepentingan bisnis pemilik media atau institusi komersial (Aceng Abdullah, 2013: 477). Delematis media yang berada antara idealisme dan bisnis ini menurunkan ideologi dan “*maqam*” media turun pada level hanya visi dan misi dari pemilik media. Ideologi media bisa dijadikan basis untuk mendukung partai politik tertentu bahkan berafiliasi dengan penguasa tertentu. Terlalu mudah untuk membayangkan bagaimana tendensi media tersebut sebagai corong dalam menyikapi “kehendak” pemilik partai atau penguasa, sebaliknya juga menyudutkan partai-partai lain atau penguasa yang bukan pilihan dari “bos” mediana.

Hegemoni media di Indonesia tidak terlepas dari aspek ekonomi yang sangat bergantung pada dominasi negara-negara Barat sebagai penguasa ekonomi dan pengusung pasar bebas dunia. Dalam rangka melancarkan pasar bebas, negara-negara Barat menghendaki keleluasaan kompetisi terbuka di antara negara-negaranya dengan cara mengurangi sebanyak mungkin hambatan yang bagi pelaku usahanya. Sebagai negara mitra, Indonesia terpaksa terlibat dalam garis kebijakan mereka termasuk dalam bidang media yang “wajib” berfungsi sebagai sebuah industri melalui produksi pesan yang dipasarkan secara komersial. Hegemoni dalam aspek politik, “memaksa” media untuk memberikan saluran atau sarana efektif bagi para politikus, partai politik atau kelompok kepentingan lainnya untuk beradu argumentasi untuk merebut pengaruh dari publik. Hubungan pemerintah dan media sebagai institusi politik merupakan sesuatu yang lumrah terjadi dalam sistem politik. Pemerintahan membutuhkan media untuk membentuk citra positif sebagai legitimasi (pembenaran) terhadap suatu kebijakab secara terbuka. Sementara dari sisi yang lain, media dapat memanfaatkan informasi dari sumber resmi pemerintah sebagai kontens pemberitaannya.

Tidak dapat dipungkiri, media membuka ruang informasi terbuka, fleksibel dan dinamis yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan baru, memperluas dunia sosial dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas (Irwan Abdullah, 2017: 11). Sebagai contoh, kalau sebelumnya pengetahuan agama merupakan monopoli kaum elit dan kepatuhan kepada agama bergantung pada elit agama, budaya atau pemerintah, maka media justru mampu mendekatkan agama pada publik dengan membuka ruang yang luas bagi keterlibatan publik. Kalau dulu agama hanya diterima dan dilaksanakan tanpa diskusi, dengan hadirnya media agama bisa diperdebatkan atau didiskusikan secara terbuka di ruang maya. Otoritas media yang sangat mendominasi seperti ini tentunya akan sangat membahayakan, sebagaimana pengakuan Hjarvard, bahwa keleluasaan media dengan sifatnya yang memaksa logikanya terhadap agama dianggap sangat berbahaya (Stih Hjarvard, 2011: 119-135). Media yang mewakili pemiliknya yang gaya hidup urban (*urban oriented*) juga termasuk termasuk sesuatu yang membahayakan terutama dalam penyusunan regulasi yang tidak sepenuhnya berbasis dari dan untuk kepentingan publik (Mario Antonius Birowo, 2004: 133).

2. Politik Media di Indonesia

Secara umum politik media dapat diartikan sebagai upaya media untuk mewujudkan kebebasan media, kebebasan informasi, dan kebebasan menyampaikan ide dan pemikiran. Politik media secara bebas dapat diartikan sebagai suatu orientasi media dalam sebuah negara. Politik merupakan upaya untuk mewujudkan kebebasan media, kebebasan informasi, dan kebebasan dalam menyampaikan ide dan pikiran. Siti Aminah dalam artikelnya “Politik Media, Demokrasi dan Media Politik” menulis bahwa politik media merupakan sebuah sistem politik, politisi yang secara individual dapat menambah ruang privat dan publiknya melalui komunikasi yang menjangkau masyarakatnya dengan memanfaatkan media massa (Siti Aminah, 2006: 39). Menurut Aminah, terdapat 3 (tiga) pelaku utama dalam politik media, yaitu: politisi, jurnalis, dan orang-orang yang digerakkan oleh dorongan atau kepentingan khusus. Politik media bagi seorang politisi adalah dapat menggunakan komunitas massa untuk memobilisasi dukungan publik. Bagi jurnalis, tujuan politik media adalah untuk membuat tulisan yang menarik yang menekankan “suara independen dan signifikan para jurnalis”, sementara bagi publik tujuan politik media adalah untuk mengawasi politik dan para politisi agar senantiasa akuntabel.

Donges, Patrik dan Manuel Pupis – sebagaimana dikutip Hermin Indah Wahyuni – menyebutkan bahwa politik media dapat dipahami dalam 3 (tiga) frame analisis, yaitu: politik media sebagai kebijakan negara, politik media sebagai sistem jaringan perilaku antar aktor, dan politik media sebagai konvergensi ekonom dan politik (Hermin Indah Wahyuni, 2007: 15). Politik media sebagai kebijakan negara melibatkan seluruh unsur-unsur negara dan sistem politik (partai, parlemen, pemerintah) yang secara langsung atau tidak langsung akan memengaruhi produksi, distribusi, dan konsumsi (penerimaan) isi informasi dalam masyarakat. Politik media sebagai sistem jaringan perilaku antar aktor dipahami sebagai jaringan hubungan antara aktor politik dan aktor ekonomi yang saling berebut arena untuk kepentingan masing-

masing. Aktor-aktor yang relevan dengan jaringan kerja yang sama akan terus berupaya memengaruhi dan memperjuangkan tujuan utamanya yang mampu mewakili kepentingan mereka. Frame analisis politik media sebagai konvergensi ekonom dan politik memandang media sebagai suatu bidang kolektif yang operasionalnya membutuhkan bidang-bidang yang lain. Bila terdapat bidang terkait tertentu yang mengalami perubahan maka serta merta kebijakan media juga akan mengalami perubahan, termasuk perubahan teknologi, ekonomi, distribusi siaran dan telekomunikasi.

3. Regulasi Media

Regulasi adalah peraturan yang dapat mengikat media dalam menjalankan aktivitasnya dalam masyarakat. Regulasi pemerintah tentang media dimaksudkan agar media dapat berjalan secara profesional (Muhammad Ansar Akil, 2014: 144). Tujuan dikeluarkan regulasi media adalah untuk memberikan perlindungan terhadap publik dari efek negatif media (Itsna Hidayatul Khusna dan Nuning Susilowati, 2015: 97). Regulasi media merupakan penengah antara pemerintah (negara), media dan pebisnis. Prinsip dasar regulasi media adalah untuk menengahi antara dua kelompok kekuatan yang saling bertentangan, menyeimbangkan antara kebebasan yang didefinisikan secara positif dan negatif, serta hubungan antara negara dan pasar. Media bukan semata-mata bisnis sehingga perlu perimbangan melalui undang-undang yang menjamin kebebasan positif bagi warga negara dalam mengakses informasi (Helle Sjøvaag, 2015: 7). Regulasi pemerintah tentang media dimaksudkan agar media dapat berjalan profesional serta menjaga netralitas dalam memberikan informasi kepada publik tanpa melakukan intervensi yang akan menguntungkan sepihak. Hasan Sazali menulis bahwa intervensi media (baru) mendorong proses “peremajaan ulama” yang sekaligus juga membuka ruang “pemahaman liar” yang kontraproduktif dengan ide atau pendapat mainstream (Hasan Sazali dan Ali Mustafa, 2023: 168).

Pendapat Hasan Sazali sejalan dengan Denis McQuall mengatakan bahwa Hubungan antara media dan masyarakat saat ini bermasalah karena dua alasan utama. Pertama-tama, media diyakini secara luas telah memperoleh sentralitas dan potensi pengaruhnya terhadap kebaikan atau keburukan masyarakat. Kedua, negara-negara tersebut sedang mengalami perubahan yang cepat, terutama akibat adanya teknologi baru bahwa kerangka regulasi dan kontrol sosial yang ada kini sudah ketinggalan zaman (Denis McQuall, 2005: 89). Fenomena mendasari pergeseran paradigma regulasi yang awal pemberlakuannya untuk melindungi publik dari dampak negatif media, justru “menyerang” publik. Perumusan regulasi yang merupakan peran 3 (tiga) aktor: negara, pasar (industri media), dan publik, namun kenyataan menunjukkan bahwa regulasi tersebut lebih mengakomodir kepentingan negara dan industri media. Media sepertinya menjelajah seluruh hak-hak publik yang ideal *free concent* dari intervensi media, – seperti pendapat M. A. Akil (2012: 181-193) – bahwa media memiliki pengaruh yang kuat terhadap pembentukan pola pikir, sikap dan perilaku khalayak. Kristiany Juditha mengatakan konsumen media lambat laun akan terpengaruh dan sulit keluar dari hegemoni media yang berlebihan sampai tanpa disadari memunculkan kebiasaan-kebiasaan yang tidak etis (Christiany Juditha, 2018: 16).

C. Metode

Penelitian Pendekatan penelitian tergolong kualitatif dengan menggunakan metode studi kepustakaan dan lapangan. Penelitian kepustakaan atau *library reasearch* merupakan penelitian yang menggunakan telaah dan kajian kepustakaan atau konsep-konsep teoritis. Ini dilakukan dengan cara menganalisis konsep-konsep, referensi atau sumber yang berkaitan dengan gagasan dan permasalahan yang diangkat dalam tulisan (Mardelis, 2004: 45). Proses berikutnya, hasil penelitian – baik berupa data fenomena lapangan atau dari hasil telaah terhadap konsep hasil bacaan – dianalisis dikristialisasikan melalui proses reduksi hasil pengkajian referensi data dan mengorelasikannya dengan gagasan dan konsep yang bersumber dari berbagai referensi yang telah dibahas dalam kajian konseptual. Metode ini dipandang sejalan dengan paradigma pendekatan kualitatif yang memberikan kemungkinan partisipan menjelaskan sendiri bagaimana, mengapa, atau apa yang mereka pikirkan, rasakan, dan alami pada waktu tertentu atau selama peristiwa yang menarik (Geraldine Foley and Virpi Timonen, 2015: 1197).

D. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Realitas dan Dampak Hegemoni Politik Media

Masyarakat dunia telah lama terjajah oleh dominasi media yang dilakukan oleh segelintir pemiliknya untuk keuntungannya, baik media digital dan mainstream dalam domain ekonomi dan politik. Sebuah penelitian tentang media di Inggris tahun 2018 – *We Are Social* bekerjasama dengan *Hootsuite* – menyebutkan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktunya 35 menit dalam sehari untuk mengakses media sosial. Laporan *Essentials Insight into Internet, Social Media, Mobile, E-Commerce Use around the World* menyebutkan bahwa 49 persen penduduk Indonesia (dari total penduduk 265,4 juta jiwa) adalah pengguna aktif media sosial. Secara global, pengguna internet dunia naik 13 persen dengan angka 3,196 milyar *year-on-year* (litbang.kemendagri, 2018). Data tahun 2018 juga menunjukkan 58 persen masyarakat Filipina menghabiskan 4,17 jam perhari di media sosial. Terpilihnya Rodrigo Duterte sebagai presiden Filipina ke-16 tidak terlepas dari dukungan media sosial facebook milik Margaux Justiano Uson – salah seorang timses Duterte – yang memiliki lebih dari 5 juta *followers* (<https://kumparan.com/arif-ohang/hegemoni-media-sosial>). Dua puluh silam tepatnya tanggal 2 April 1998, lebih dari 400 siswa sekolah dasar di Shandong China mengalami keracunan akibat mengonsumsi secara rutin tablet mineral yang mereka lihat dalam iklan dari sebuah stasiun televisi di sekolah tersebut (Alex Chan, 2002, 35).

Penguasaan informasi oleh segelintir orang berimplikasi pada ketidakseimbangan dalam penggunaan ruang publik (*public sphere*), sebagaimana terlihat pada siapa mengatur siapa. Sebagaimana dikatakan Michelle Phillipov bahwa persoalan ini hangat diperbincangkan dan kerap mengundang perdebatan sengit antara penguasa, pemilik media dan media itu sendiri (Michelle Phillipov, 2013: 209). Berbagai kritik terhadap ketimpangan ini sama sekali tidak menyurutkan “semangat” media dan lingkungan kepentingannya untuk terus “menggagahi” peran masyarakat yang seyogyanya sebagai subjek berubah menjadi objek atau

sasaran yang mudah diatur dan dimanfaatkan. Kendatipun dalam situasi negara yang menganut *liberal and democratic model* yang cenderung membuka kebebasan kepada media untuk menata diri, tidak dipungkiri negara juga hadir untuk memanfaatkan media sebagai sarana untuk mendapatkan legitimasi kebijakan yang akan dan telah diputuskan. Negara dan pemilik media menjadikan masyarakat sebagai “proyek” yang “harus” tergantung terhadap media untuk menyuguhkan kontents media yang dianggap mampu menaikkan rating suguhan media. Ironisnya, media yang memiliki ideologi sendiri, “terpaksa” mengikuti arus dan arahan negara dan pemilik media yang selanjutnya terpapah dalam lingkaran dilematis “antara idealisme dan realita komersialisme media”.

Media dalam era reformasi (*liberal-democratic model*) masih terkooptasi oleh dominasi kepentingan pemilik media melalui politik media yang berlebihan sebagai bentuk perluasan dukungan dan mendapatkan legitimasi atau memajukan agenda politik. Walaupun tidak lagi berfungsi sebagai corong penguasa sebagaimana halnya era orde baru (*authoritarian model*), namun media tidak bisa terbebas dari intervensi pemilik modal yang hanya dikuasai oleh segelintir orang yang dipastikan memiliki sejumlah agenda politik dan kepentingan lainnya (Wahyuddin Bakri, 2022: 7). Gramsci, tokoh intelektual yang dianggap pengembang konsep hegemoni para teoritikus Marxisme tahun 1970-an, mengatakan bahwa proses hegemoni terjadi apabila cara hidup, cara berpikir, dan cara pandang masyarakat bawah – terutama kaum proletar sebagai golongan kelas yang menerima gaji dari kelas kelas pertama (kelas majikan). Kaum proletar bekerja sehari-hari hanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya – telah meniru dan cara berpikir kalangan elit yang mendominasi dan mengeksploitasi mereka. Intinya, kalangan yang didominasi secara sukarela telah mengadopsi ideologi pihak yang mendominasi (Roger Simon, 2004: xix).

Membahas realitas politik media di Indonesia kiranya perlu juga menyimak karakteris model atmosphere politik yang ikut memengaruhi proses kerja media, sebagaimana dirumuskan Lee Edwards (2001: 67) – direktur pendiri Institut Jurnalisme Politik di Universitas Georgetown dan anggota Institut Politik Harvard serta pernah menjadi rekan media di Hoover Institution – berikut ini:

Tabel 1. *The Relationship between Media and Model of Politics*

Model	Characteristic	Framework	Examples
<i>Liberal democratic model</i>	<i>Both the politic and Mass Media of a country are free of goverment control</i>	<i>Politicians and Journalist operate within a framework of responsibility and accountability</i>	<i>USA</i>
<i>Authoritarian model</i>	<i>Politic and Mass Media are regulated by the goverment</i>	<i>Politicians and journalists operate within a framework of real politic, which allows the goverment, not the people, to determine how free institutions shall be.</i>	<i>Saudi Arabia, Singapore and Chile under Pinocet</i>

<i>The totalitarian model</i>	<i>Politics and Mass Media are controlled absolutely by the government.</i>	<i>All institutions operate within a utopian framework calculated to shape the entire society in the image of the ruling party.</i>	<i>Iraq (under Saddam Husein) and North Korea</i>
-------------------------------	---	---	---

(Sumber: Lee Edwards, 2001: 67)

Transisi politik suatu negara menjadi acuan media untuk melakukan kerjanya sebagai sebuah konsekuensi yang wajib dipatuhi. Perubahan tatanan politik memang tidak serta merta akan menjamin tampilan wajah ideal sebuah media dikarenakan sangat ditentukan kepentingan politik negara dan atau keuntungan bisnis pemilik media.

Salah satu fenomena yang erat kaitan dalam konteks politik media adalah polarisasi politik yang kerap mewarnai pemilihan pilpres atau legislatif. sebagai contoh, polarisasi politik di Indonesia yang juga menarik untuk diamati adalah pada pemilu presiden tahun 2019 yang terpolarisasi umat Islam menjadi 3 (tiga) faksi besar: kelompok Islam tradisional, kelompok Islam fundamentalis, dan kelompok Islam modernis (Salahudin, 2020: 1). Polarisasi politik Islam pada Pilpres 2019 tidak hanya terlihat di dunia nyata namun juga di dunia maya, khususnya di media sosial dan Twitter khususnya, dimana kelompok Islam terpecah menjadi dua kelompok besar: kelompok pendukung Jokowi – Amin dan kelompok pendukung Prabowo – Sandi. Polarisasi kedua kelompok Islam ini lebih terlihat jelas di media sosial dibandingkan di dunia nyata yang oleh sebagian pengamat menyebut polarisasi kelompok Islam di dunia nyata merupakan dampak langsung dari polarisasi yang terjadi di dunia maya dan media sosial.

Polarisasi politik muncul disebabkan komitmen yang kuat terhadap suatu budaya, ideologi, atau kandidat sehingga memecahkan suatu kelompok. Polarisasi melahirkan pola masyarakat atau kelompok yang cenderung menganggap prinsip dan pandangannya yang paling benar sementara kelompok yang berseberangan dinilai salah dan keliru pandangan dan prinsipnya. Salah satu penyebab menguatnya polarisasi politik adalah framing media terhadap suatu partai atau kandidat tertentu sebagai peran politik media dan mewakili “titah” pemilik media. Berikut ditampilkan salah satu contoh politik media terkait pemilu presiden 2024 yang diambil dari kolom Editorial Harian Umum Media Indonesia bulan oktober 2023 yang juga disiarkan langsung Metro TV dalam tajuk Editorial Media Indonesia senin sampai jum’at pukul 05.00 wib dan 21.00 wib:

Tabel 2: Isu Editorial Harian Umum Media Indonesia Bulan Oktober 2023

No	Hari/Tanggal	Pukul	Isu	Sorotan
1	Selasa 31 October 2023	05:00 WIB	Merombak Mahkamah Konstitusi	Mahkamah Konstitusi berada di bawah ketiak kekuasaan
2	Senin 30 Oktober 2023	05:00 WIB	Terhempas Indonesia Emas	Visi Indonesia Emas 2045 terancam kandas
3	Jum’at 27 Oktober 2023	21:00 WIB	Prabowo-Gibran Andalkan Food Estate	Visi Prabowo-Gibran Menuju Indonesia Emas 2045 mengandalkan food estate

4	Jumat 27 Oktober 2023	05:00 WIB	Tersandera Firli	KPK di bawah Firli menjadi alat untuk membungkam lawan politik
5	Kamis 26 Oktober 2023	21:00 WIB	Menuntut Integritas Lembaga Survei	Integritas Denny JA selaku pemimpin lembaga survei
6	Rabu 25 Oktober 2023	21:00 WIB	Demokrasi Anak Presiden	Langkah politik dan program kerja Gibran hanya mengikuti Jokowi
7	Rabu 25 Oktober 2023	05:00 WIB	Demokrasi di Bawah Bayang Dinasti	Pencalonannya Gibran proses kontroversial, ugal-ugalan yang membahayakan demokrasi
8	Selasa 24 Oktober 2023	21:00 WIB	Pilpres Riang Gembira, Setop Cawe-Cawe Penguasa	Indonesia negara hukum dan bukan negara yang hanya berdasarkan kekuasaan
9	Selasa 24 Oktober 2023	05:00 WIB	Menyelamatkan Muruah MK	Perilaku menyimpang yang diduga dilakukan orang dalam, muruah, integritas, dan kredibilitas Mahkamah Konstitusi (MK) menukik tajam
10	Senin 23 Oktober 2023	21:00 WIB	Wajah Muram Pilpres 2024 dari Jokowi	Harapan akan hadirnya perbaikan secara menyeluruh dari Jokowi: Dari <i>a new Hope</i> menjadi <i>a new Hopelessness</i> di ujung pemerintahan Jokowi
11	Jumat 20 Oktober 2023	21:00 WIB	Anies-Imin Berlayar Taklukkan Ombak	Jalan pasangan Amin menuju kontestasi tidak mudah. Perjalanan penuh kelok dan onak duri dilampaui hingga masa pendaftaran ke KPU.
12	Jumat 20 Oktober 2023	05:00 WIB	Kekuatan Sebuah Konsistensi	Sejak diumumkan maju sebagai calon presiden, penegak hukum berusaha jegal Amin dan partai pendukungnya agar mundur dari pencalonan.
13	Sabtu 21 Oktober 2023	05:00 WIB	Kesehatan Prima Pemimpin Bangsa	Pemeriksaan kesehatan capres dan cawapres mutlak diperlukan dan memerlukan status kesehatan tertentu (jasmani dan rohani)
14	Kamis 19 Oktober 2023	05:00 WIB	Selamat Datang Calon Pemimpin Bangsa	Antusiasme dan keseriusan parpol mencari putra terbaik bangsa patut diacungi jempol
15	Rabu 18 Oktober 2023	21:00 WIB	Kemandirian Kontestasi tanpa Jokowi, No Drama	Megawati ataupun Ganjar tidak menyinggung sepele kata pun nama Jokowi.
16	Senin 16 Oktober 2023,	21:00 WIB	Karpet Merah Gibran	Putusan MK atas gugatan Nomor 90/PUU-XXI/2023 ini sekaligus menjadi karpet merah cawapres bagi Gibran Rakabuming Raka, putra sulung Presiden Joko Widodo
17	Jumat 13 Oktober 2023,	21:00 WIB	Baliho Prabowo-Gibran Sambut Putusan MK	Jika MK mengabulkan gugatan itu dan berlaku pada Pemilu 2024, hal itu ibarat 'ular cari pukul'. MK tidak berwenang memutuskan batas usia capres karena ketentuan itu bersifat <i>open legal policy</i>
18	Rabu 11 Oktober 2023	21:00 WIB	Mencari Pendamping Capres tanpa Galau	Keputusan partai politik untuk mengungkapkan pasangan calon pemimpin sejak dini menunjukkan sikap menghormati hak rakyat untuk tahu karena rakyat bukan objek yang hanya boleh mendapatkan karung tanpa mengetahui isi
19	Rabu 04 Oktober 2023,	21:00 WIB	MK di Bawah Bayang Dinasti Jokowi	Diduga kuat, sangat kuat, gugatan ke MK berkaitan erat dengan keinginan menjadikan Gibran Rakabuming Raka sebagai cawapres.

20	Selasa 03 Oktober 2023	21:00 WIB	Teka-teki Pertemuan SBY- Jokowi	Pengamat menilai, pertemuan itu juga dapat dibaca sebagai momentum bagi Jokowi untuk lepas dari bayang-bayang ketua umum PDIP
21	Senin 02 Oktober 2023,	21:00 WIB	Megawati Mentahkan Dua Poros Pilpres	Sikap Megawati yang mementahkan wacana duet Prabowo-Ganjar dalam Rakernas IV PDIP di Jakarta membuat pemilu presiden (pilpres) diperkirakan tetap diikuti tiga paslon.

Isu-isu dan sorotan Harian Kompas sebagaimana terdapat dalam tajuk rencana dan dibahas pada Kompas TV pada bulan oktober 2023 dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3: Isu Tajuk Rencana Harian Kompas Bulan Oktober 2023

No	Hari/Tanggal	Pukul	Isu	Sorotan
1	Selasa 31 October 2023	07.21 WIB	Era Penggunaan Robot Tak Terelakkan	Peralihan dari industri tenaga manusia ke tenaga robot
2	Selasa 31 October 2023	05.59 WIB	Komitmen Berantas Korupsi	Pemerintahan Jokowi belum sepenuhnya mampu atasi korupsi. Asanya ada pada tiga capres
3	Senin 30 Oktober 2023	05.05 WIB	Pemuda Jangan Mau “Dibajak”	Hampir 100 tahun lalu, orang muda berkumpul, mendeklarasikan cita-cita bersama untuk hidup sebagai satu bangsa
4	Senin 30 Oktober 2023	04.04 WIB	Kesehatan Jiwa Bagi Semua	Orang yang sakit jiwa kerap mengalami stigma dan sulit mengakses layanan. Perlu strategi baru agar layanan kesehatan jiwa bisa dijangkau semua orang
5	Sabtu 28 Oktober 2023	07.49 WIB	Penipuan Mengikuti Perkembangan Teknologi	Tindakan penipuan melalui fasilitas digital tidak bisa ditangani dengan cara lama. Pencegahan dan penanganan memerlukan langkah terobosan.
6	Sabtu 28 Oktober 2023	06.30 WIB	Berhitung Cermat Saat Membangun Jalan Tol Trans Sumatera	Walau infrastruktur itu penting, kita harus berhitung cermat dalam pembangunan jaringan jalan tol.
7	Jum’at 27 Oktober 2023	04.07 WIB	Kinerja APBN Jadi Bekal	Sekuat apapun kondisi ekonomi domestik, Indonesia tidak boleh lengah. Kewaspadaan mesti ditingkatkan agar stabilitas ekonomi terjaga
8	Jum’at 27 Oktober 2023	03.05 WIB	Membaca Langkah Politik	Mengapresiasi langkah cepat Jokowi mengisi kekosongan di Kementan. Namun, publik bisa mempunyai interpretasi lain.
9	Kamis 26 Oktober 2023	05.48 WIB	Kelaparan Di Tanah Papua	Warga Yahukimo, Papua Pegunungan didera kasus kelaparan. Puluhan orang meninggal. Saatnya solusi komprehensif diambil.
10	Selasa 24 Oktober 2023	02.05 WIB	Menanti Taji Majelis Kehormatan	Putusan MK soal capres sifat final dan mengikat, tetapi dugaan pelanggaran etik harus ditegakkan.
11	Jumat 20 Oktober 2023	03.05 WIB	Menjawab Problem Bangsa	Tahapan pemilu menuju 14 Pebruari 2024 terus bergerak. Pasangan calon presiden dan calon wakil presiden mulai tampak.
12	Kamis 19 Oktober 2023	04.09 WIB	Kisah Jalur Sutra China	Pada 10 tahun lalu, Belt and Road Initiative diluncurkan China. Bagi negara berkembang, prakarsa ini membantu mereka untuk berkembang.
13	Rabu 18 Oktober 2023	01.59 WIB	Ujian Bagi Seorang Pemimpin	Putusan MK dinilai menguntungkan Gibran Rakabuming Raka, putra Presiden joko Widodo dan keponakan isteri ketua MK Idayati Anwart Usman.
14	Senin 16 Oktober 2023	05.37 WIB	Minggu-Minggu Politik	Cawe-cawe Presiden Joko Widodo untuk kepentingan bangsa dan negara, bukan untuk kepentingan capres-cawapres, kini dinantikan. Cawe-cawe itu akan membantu memastikan pemilu berjalan jujur dan adil.
15	Kamis 15 Oktober 2023	04.04 WIB	Cita-Cita Di UU Cipta Kerja	Penyerapan tenaga kerja seluas-luasnya dan peningkatan kesejahteraan pekerja tertuang dalam Undang-Undang Cipta Kerja. Semoga janji bisa terealisasi.

2. Regulasi Penyiaran Indonesia

Indonesia memiliki regulasi media yang komprehensif dengan sumber utamanya adalah Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945). Penyusunan regulasi tersebut tetap berlandaskan pada kondisi sosio-kultural masyarakat Indonesia yang memiliki keragaman agama, ras, suku, pandangan dan bahasa. Produk regulasi media itu sendiri meliputi: UUD 1945 itu sendiri (terutama pada Pasal 28F), undang-undang, peraturan pemerintah, peraturan presiden, peraturan menteri, peraturan gubernur, peraturan daerah. Regulasi media yang telah dihasilkan di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran yang mengatur penyiaran di Indonesia yaitu televisi, radio, siaran iklan (niaga dan layanan masyarakat), spektrum frekuensi radio, lembaga penyiaran, sistem penyiaran nasional, izin penyelenggaraan penyiaran.
2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, yang mengatur tentang pers di Indonesia yaitu perusahaan pers, dewan pers, kantor berita, wartawan, organisasi pers, pers nasional, pers asing, penyensoran, pembredelan, hak tolak, hak jawab, hak koreksi, kewajiban koreksi, kode etik jurnalistik.
3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang mengatur tentang informasi elektronik, transaksi elektronik, dokumen elektronik, sistem elektronik, penyelenggaraan sistem elektronik, jaringan sistem elektronik, agen elektronik, tandatangan elektronik.
4. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang mengatur mengenai informasi publik, badan publik, komisi informasi, sengketa informasi public, mediasi, pengguna informasi publik, pejabat pengelola informasi.
5. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman, yang mengatur film di Indonesia yaitu perfilman, kegiatan perfilman, usaha perfilman, iklan film, insan film, sensor film.
6. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi, yang mengatur tentang telekomunikasi di Indonesia, yaitu alat telekomunikasi, perangkat telekomunikasi, sarana dan prasarana telekomunikasi, pemancar radio, jaringan telekomunikasi, jasa telekomunikasi, penyelenggara telekomunikasi, pemakai, pelanggan, pengguna.
7. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, yang mengatur mengenai hak cipta, yaitu pencipta, ciptaan, dewan hak cipta, pemegang hak cipta, pengumuman, perbanyakan, potret, program komputer, pelaku, produser rekaman suara, lembaga penyiaran, lisensi.
8. Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang melungkupi sepuluh hal pokok, yaitu: peningkatan ekosistem investasi dan kegiatan berusaha; ketenagakerjaan; kemudahan, perlindungan, serta pemberdayaan koperasi dan UMK-M; kemudahan berusaha; dukungan riset dan inovasi; pengadaan tanah; kawasan ekonomi; investasi pemerintah pusat dan percepatan proyek strategis nasional; pelaksanaan administrasi pemerintahan; dan pengenaan sanksi.

Masing-masing regulasi atau undang-undang di atas memiliki regulator yang tugasnya untuk melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan undang-undang tersebut, yaitu: Undang-Undang pers melahirkan Dewan Pers, Undang-Undang Penyiaran melahirkan Komisi Penyiaran Indonesia pada tingkat pusat dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah untuk daerah, Undang-Undang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) melahirkan Badan Standarisasi Transaksi Elektronik, Undang-Undang Telekomunikasi melahirkan pengawasnya Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia, Undang-Undang Hak Cipta melahirkan Dewan Hak Cipta, Undang-Undang Perfilman melahirkan Lembaga Sensor Film, dan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik melahirkan Komisi Informasi.

Sistem politik yang mengalami masa transisi memosisikan media (terutama media massa) pada fenomena dilematis, antara kebijakan pengaturan media yang memberikan atensi besar terhadap kebebasan pers di satu sisi dan upaya untuk melakukan perlindungan terhadap masyarakat pada sisi yang lain. Dalam perspektif demokrasi, mekanisme yang ingin diwujudkan adalah pengaturan diri berbasis nilai-nilai internal organisasi media massa yang sangat spesifik. Pada format ini kondisi ideal yang ideal untuk diwujudkan adalah munculnya kontrol internal masing-masing organisasi media secara otonom yang pada gilirannya memberikan peluang bagi media untuk melakukan penyempurnaan dan memperbaiki kelemahannya sendiri.

Indonesia yang sedang bertransisi dari politik otoritarian menuju demokrasi, media massa terus berusaha mencari format yang tepat untuk menjalankan fungsinya dalam masyarakat. Pada awalnya kode-kode politik begitu mendominasi praktek media massa di Indonesia, tetapi pada masa transisi, kode-kode ekonomi masuk dan semakin mendapatkan peluang dan peran yang semakin signifikan. Pada saat media massa menjalankan produksinya berdasarkan logika ekonomi, maka akumulasi kapital akan menjadi orientasi yang paling dominan. Pada titik inilah, praktek-praktek bisnis media akan diwarnai oleh konsentrasi dan komersialisasi media yang secara bersamaan media selalu rawan oleh pelanggaran etika media. Solusi yang bisa diambil dalam perspektif politik media adalah para pengambil kebijakan media diharapkan akan menata dan menawarkan sebuah sistem media yang mampu meminimalisir atau mengeliminir pelanggaran-pelanggaran dengan cara memformat struktur media yang mengurangi dampak negatif praktek-praktek komersialisasi ataupun konsentrasi media.

3. Kajian Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008

Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) diberlakukan efektif pada 1 Mei 2010. Undang-undang ini adalah bentuk perwujudan negara yang menganut paradigma demokrasi-liberal yang menjamin hak dasar kehidupan demokrasi dan kebijakan publik atas ketersediaan informasi secara transparan, egaliter dan equal sesuai dengan kepentingan dan konteksnya. Undang-undang KIP bertujuan memenuhi kebutuhan dan hak publik untuk memperoleh informasi yang transparan, cepat dan akurat, sekaligus menjamin kualitas setiap lembaga negara dan pemerintahan atau lembaga publik lainnya untuk menjadi komunikator dan sumber informasi yang cekatan dan berkualitas.

Pasal 7 Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik ini mengamanatkan serangkaian kewajiban kepada semua badan publik – yang dimaksud badan publik dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 adalah lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif, dan badan lain yang fungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan negara, yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, atau organisasi non-pemerintah sepanjang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, sumbangan masyarakat, dan/atau luar negeri – untuk melakukan kewajiban sebagai berikut:

1. Badan Publik wajib menyediakan, memberikan dan/atau menerbitkan informasi publik yang berada dibawah kewenangannya kepada pemohon informasi publik, selain informasi yang dikecualikan sesuai dengan ketentuan.
2. Badan publik wajib menyediakan informasi publik yang akurat, benar dan tidak menyesatkan.
3. Untuk melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Badan Publik harus membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi publik secara baik dan efisien sehingga dapat diakses dengan mudah.
4. Badan publik wajib membuat pertimbangan secara tertulis setiap kebijakan yang diambil untuk memenuhi hak setiap orang atas informasi publik.
5. Pertimbangan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) antara lain memuat pertimbangan politik, ekonomi, sosial, budaya, dan/atau pertahanan dan keamanan negara.
6. Dalam rangka memenuhi kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sampai dengan ayat (4) Badan Publik dapat memanfaatkan sarana dan/atau media elektronik dan non-elektronik. (Pasal 7 UU Nomor 14 tentang KIP Tahun 2008).

Patut dihargai upaya pemerintah dalam melahirkan berbagai kebijakan dan regulasi yang mengatur kiprah media. Pernah dalam suatu Konvensi Nasional HPN 2022: Membangun Model Media Massa yang Berkelanjutan – yang berlangsung secara hibrida dari Phinisi Room Hotel Claro, Kendari, Sulawesi Tenggara, Selasa (08/02/2022) – Menkominfo menyatakan akan terus berupaya mendorong regulasi yang bisa menjaga hubungan antara media massa, *publisher rights* dan *platform* digital serta koeksistensi ekosistem media di Indonesia. Kementerian Kominfo kerap gencar juag menyosialisasikan kebijakan dan peraturan turunan dari Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), seperti

Media akan senantiasa mempersuasi kita agar mengikuti ideologi kapitalis, media juga akan senantiasa menjaga kelompok yang berkuasa untuk tetap memegang kontrol atas masyarakat, sementara mereka yang tidak mempunyai kuasa akan menerima apa saja yang disisakan oleh kelompok yang berkuasa. Masalah akan muncul ketika kaum kapitalis dan kontra kapitalis bertarung dalam intruments media, dalam hal ini mengenai ideologi itu sendiri dimana ketika media tidak mampu menyampaikan ideologi kapitalis kepada masyarakat awam karena setiap individu cenderung akan menolak usaha persuasi yang berusaha mengontrol perilaku dan mengancam ideologi dari individu tersebut.

Hal utama yang harus diperhatikan bahwa media pada modern ini benar-benar melihat sebuah fungsi media massa secara apa yang diinginkan publik, bukan apa yang dibutuhkan publik. Sebab apabila paradigma ini terjadi secara berkelanjutan maka para ahli sejarah akan menyaksikan bahwa kitalah yang menjadi penyebab kemerosotan bangsa karena di dalam tayangan televisi tidak pernah menayangkan program-program yang mendidik di masa yang akan datang. Dalam konteks pemerintahan demokratis, adanya UU KIP sebenarnya adalah wujud dari komitmen untuk menciptakan sistem demokrasi yang ideal, dengan dijaminnya hak masyarakat untuk memperoleh informasi publik sebenarnya juga memberikan sebuah kesempatan bagi masyarakat untuk secara langsung melakukan control terhadap badan publik. Oleh sebab itu, untuk mewujudkan implementasi dari UU KIP yang lebih maksimal khususnya dalam menciptakan budaya hukum transparan pada Badan Publik di Indonesia, maka penguatan fungsi dari UU KIP harus lebih dimaksimalkan, baik oleh Komisi Informasi sendiri dan juga oleh semua Badan Publik pada semua level pemerintahan di Indonesia.

E. Kesimpulan

F.

Hampir bisa dipastikan bahwa politik media di Indonesia menganut model transisi antara model otoritarian dan model demokrasi liberal. Pada satu sisi politik media di Indonesia diatur sepenuhnya oleh negara, namun pada sisi yang media dan politik media bebas dari kontrol negara. Dualisme model inilah yang memberikan beragam wajah media di Indonesia dalam melakukan fungsi dan orientasi produksinya untuk kepentingan penguasa dan pemilik media. Muncullah hegemoni dan politik media yang serta merta mampu menjajah ruang publik sehingga tidak mendapatkan informasi yang transparan, egaliter, dan equal sebagaimana dijamin undang-undang. Hegemoni politik media mampu merebut kemerdekaan publik karena framing media terhadap objektivitas berita dan sumber berita yang disesuaikan dengan kepentingan penguasa dan pemilik media. Berbagai undang-undang dan regulator media ternyata tidak bisa menahan laju kreatifitas para pelaku hegemoni dan politik media, sehingga dibutuhkan sebuah regulasi mandiri yang independen untuk meminimalisir dominasi media yang berlebihan demi menjaga hak-hak publik untuk mendapat informasi yang jujur, benar dan valid.

References;

- Atwar Bajari dan Sahat Sahala Saragih. *Komunikasi Kontekstual: Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. Cetakan kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2013.
- Carragee, K. M. "A Critical Evaluation of Debates Examining the Media Hegemony Thesis". *Western Journal of Communication*. 57. Summer 3. 1993.
- Chan. Alex. "From Propaganda to Hegemony: Jiaodian Fangtan and China's Media Policy" in *Journal of Contemporary China* Vol. 11. No. 30. 2002.
- Christiany Juditha, "Hegemoni Media Sosial: Akun Gosip Instagram @lambe_turah (social media hegemony: gosip instagram account @lambe_turah" dalam *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 22 No. 1, Juli 2018.
- Crehan. Kate. *Gramsci, Culture, and Anthropology*. United State: University of California Press. 2002.
- D'haenens. Leen. "Media Governance: New Ways to Regulate the Media" in *Communications* 32. Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen. 2007.
- Edwards. Lee. *Media Politik: How the Mass Media Have Transformed World Politics*. Washington: The Catholic University of America Press. 2001.
- Foley. Geraldine. and Virpi Timonen. "Using Grounded Theory Method to Capture and Analyze Health Care Experiences" in *HSR: Health Services Research* 50:4. August 2015. p. 1197.
- Hasan Sazali dan dan Ali Mustafa "New Media dan Penguatan Moderasi Beragama di Indonesia" (*New Media and Stenghtening Religious Moderation in Indonesia*) dalam *Jurnal Komunikasi*. Volume 17. Nomor 2. April 2023.
- Hjarvard. Stig. "The Mediasitation of Religion: Theorising Religion, Media, and Social Change" in *Culture and Religion*. Vol. 12. No. 2. June 2011.
- Hermin Indah Wahyuni. "Politik Media Dalam Transisi Politik: Dari Kontrol Negara Menuju *Self-Regulation Mechanism*" dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 4. Nomor 1. Juni 2007.
- Itsna Hidayatul Khususna dan Nuning Susilowati. "Regulasi Media Di Indonesia: Kajian Pada Keterbukaan Informasi Publik dan Penyiaran" dalam *Promedia*. Volume I. NO 2. 2015.
- Mardelis. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara. 2004.
- Mario Antonius Birowo." Melawan Hegemoni Media dengan Strategi Komunikasi Berpusat pada Masyarakat" dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 1. Nomor 1. Juni 2004.
- McQuall. Denis, "Accountability of Media to Society: Principles and Means" dalam Denis McQuail, Peter Golding and Els de Bens. (ed.). *Communication Theory & Research*. Lond on: SAGE Publications Ltd. 2005.
- Miles. Matthew B. dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*. Penerjemah Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia. 1992.
- Moser A. Korstjens I. *Practical Guidance To Qualitative Research, Part 1: Introduction*. Eur J Gen Pract. 2017.
- Muhammad Ansar Akil. "Regulasi Media Di Indonesia: Tinjauan UU Pers dan UU Penyiaran" dalam *Jurnal Dakwah Tabligh*. Vol. 15. No. 2. Desember 2014.

- Phillipov, Michelle. "In Defense of Textual Analysis: Resisting Methodological Hegemony in Media and Cultural Studies" in *Critical Studies in Media Communication*. Vol. 30 No. 3. August 2013.
- Rogers. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press. 1986.
- Salahudin. et.all. "Islamic Political Polarisation On Social Media During The 2019 Presidential Election In Indonesia" in *Asian Affairs*. Published online: 15 Sep 2020.
- Sawyer et al. *Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers & Communications*. Brief Version. USA: McGraw-Hill Companies. USA. 1993.
- Schram, Ashley. et.all. "Media and Neoliberal Hegemony: Canadian Newspaper Coverage of the Trans-Pacific Partnership Agreement" in *Studies In Political Economy*. Vol. 97. No. 2. 2016.
- Simon, Roger. *Gramsci's Political Thought*. Yogyakarta: INSIST dan Pustaka Pelajar. 2004.
- Siti Aminah. "Politik Media, Demokrasi dan Media Politik" dalam *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*. Th. XIX. No. 3. Juli 2006.
- Sjøvaag, Helle. "The Principle of Regulation and the Assumption of Media Effects" in *Journal of Media Business Studies*. Published online: March, 16th. 2015.
- Supadiyanto, S.Sos. I. M.I.Kom. *Pengantar Jurnalisme Konvergen: Menjawab Tren Industri Media Digital*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2020.
- Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.
- Wahyuddin Bakri, M.Si. *Hegemoni Politik, Kekuasaan dan Media*. Cetakan I. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press. 2022.

Sumber internet:

<https://litbang.kemendagri.go.id/website> sebagaimana dirilis Kompas.com tanggal 1 maret 2018.

<https://kumparan.com/arif-ohang/hegemoni-media-sosial>