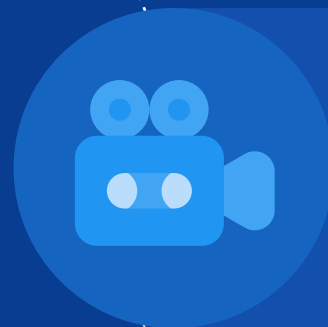
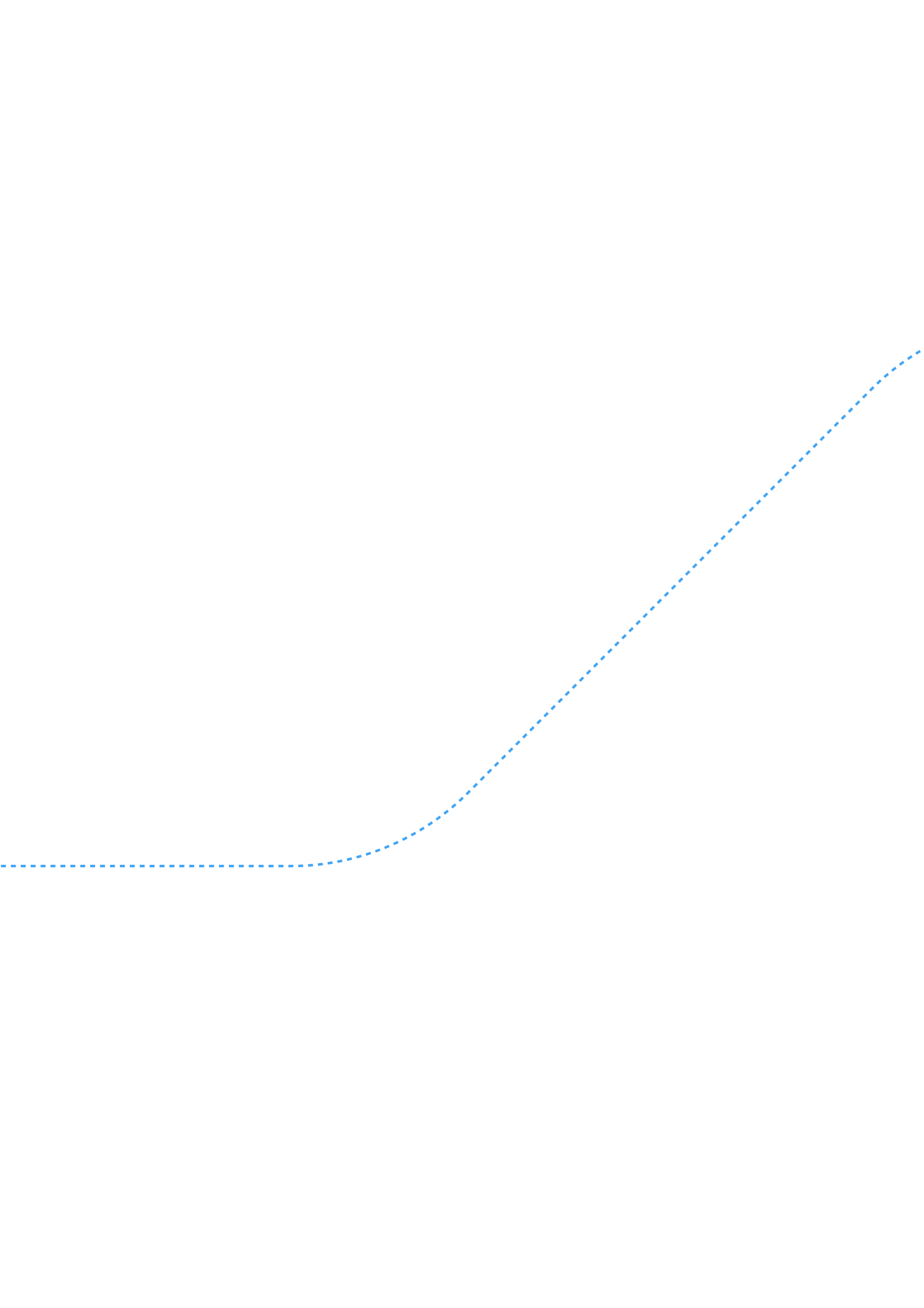


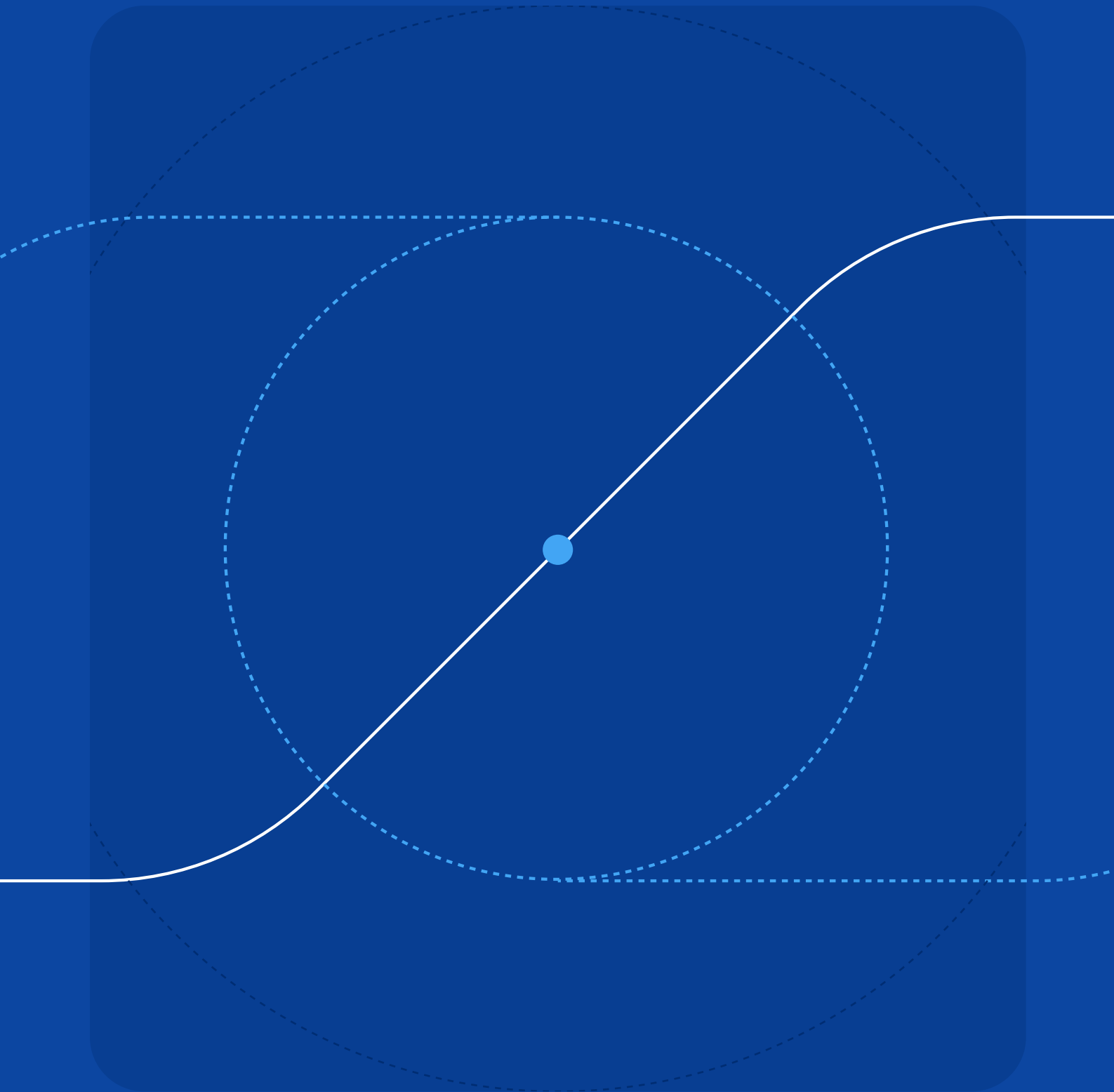


Salah Menyasar, Keliru Mengatur:

Regulasi Penyiaran Indonesia
dan Tata Kelola Platform Digital







Peneliti
Bangkit Adhi Wiguna

Desainer Grafis & Tata Letak
Semeion Bintang Ridho Aunillah

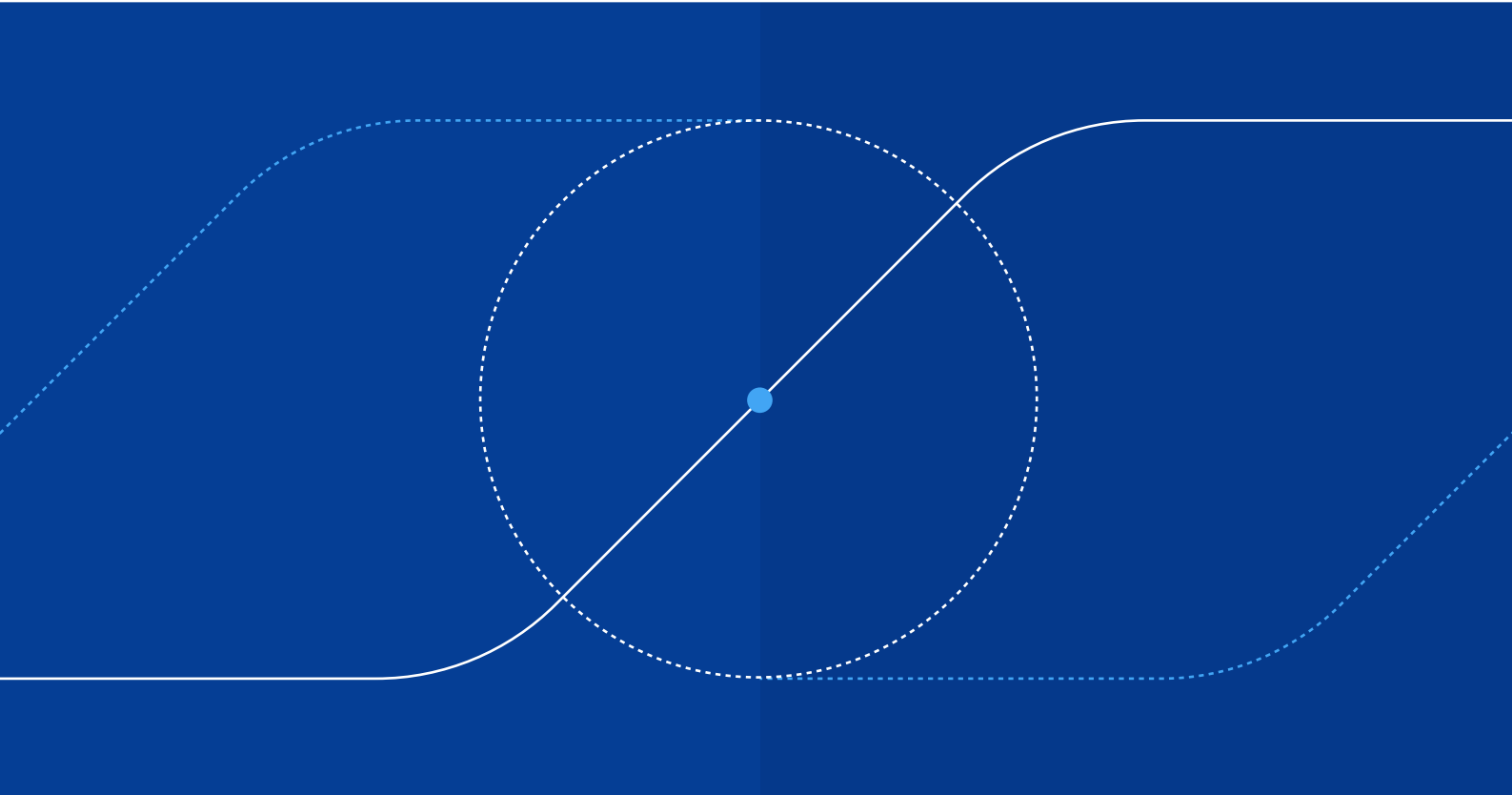


Table of Content

03	Perkembangan Tata Kelola Industri Media di Indonesia
07	RUU Penyiaran 2024: Urgensi Konkret dengan Logika yang Keliru
11	Perspektif Multipihak dalam Tata Kelola Platform Digital
16	Mengatur Penyiaran Digital: Belajar dari Pengalaman Berbagai Negara
24	Pengaturan SVoD di Indonesia
28	Kesimpulan
30	Referensi



Perkembangan Tata Kelola Industri Media di Indonesia



Industri media Indonesia mengalami transformasi besar sejak akhir Orde Baru hingga awal Reformasi. Pada akhir 1980-an hingga 1990-an, sejumlah televisi swasta mulai bermunculan; seperti RCTI, SCTV, TPI, Indosiar, dan ANTV; yang juga diikuti oleh pertumbuhan berbagai stasiun radio swasta (Kitley, 2000). Kehadiran televisi komersial dengan cepat meningkatkan peran media penyiaran, yang kemudian menyaingi dominasi media cetak dalam menyebarkan informasi sekaligus menarik belanja iklan. Namun, pertumbuhan ini berlangsung dalam kerangka regulasi yang sangat dikendalikan oleh negara. Izin siaran dan distribusi media banyak diberikan secara eksklusif kepada keluarga Soeharto dan kroninya (Sudibyo, 2013). Situasi tersebut menimbulkan konsentrasi kepemilikan dan bias politik dalam siaran televisi. Setelah Reformasi 1998, tuntutan terhadap regulasi baru yang lebih demokratis dan komprehensif pun menguat, hingga akhirnya melahirkan Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002.

Dorongan utama lahirnya regulasi baru pasca-Reformasi adalah kebutuhan untuk mengubah struktur media yang sebelumnya sangat terpusat dan dikendalikan oleh negara beserta kroninya. Publik menuntut agar media lebih demokratis, baik dari sisi kepemilikan maupun isi siaran, serta mampu memberikan perlindungan terhadap masyarakat dari konten yang dianggap berbahaya. Dalam konteks itu, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran lahir dengan semangat: (1) mendorong diversifikasi kepemilikan, (2) memperluas keragaman isi siaran, serta (3) membatasi intervensi pemerintah melalui pembentukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai regulator independen (Singarimbun dkk. 2022; Wahyuni, 2016; Sudibyo & Patria, 2013).

Selama bertahun-tahun, industri media Indonesia tunduk di bawah peraturan tersebut. Ia mencoba mengatur kepemilikan media meskipun pada akhirnya tetap menjadi konglomerasi (Masduki, 2023; Tapsell, 2017; Lim, 2012). Ia mencoba mendorong demokratisasi media dan keberagaman isi siaran meskipun media tetap menjadi partisan pada tahun-tahun pemilu. Melalui Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), regulasi ini juga berusaha mengatur isi siaran supaya warga terhindar dari konten ilegal dan berbahaya. Namun, kriteria dan batasan konten ilegal dan berbahaya yang ditetapkan KPI kerap dikritik, terutama karena sarat nilai-nilai moral dan konservatif (Murtagh, 2022; Kurnia dkk., 2021). Terlepas dari berbagai tantangan dan kritik terhadap Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran tersebut, tantangan yang paling baru dan mendesak untuk ditangani telah hadir: internet dan media digital.

Kehadiran internet dan teknologi digital sejak awal 2000-an kembali mengubah lanskap industri media di Indonesia, layaknya disrupsi penyiaran terhadap media cetak satu dekade sebelumnya. Internet memungkinkan distribusi informasi yang jauh lebih cepat dan murah melalui fenomena konvergensi media (Jensen, 2022); pergeseran yang terjadi ketika produk teks, audio, visual, dan audiovisual kini dapat diakses secara terpadu melalui satu medium digital. Portal berita daring, televisi daring, layanan *streaming*, hingga media sosial menjadi saluran baru yang mendominasi konsumsi informasi publik. Namun, transformasi ini juga menghadirkan berbagai tantangan serius: regulasi yang tertinggal dari perkembangan teknologi, dominasi platform global atas ekosistem media lokal, hingga risiko persebaran konten bermasalah seperti misinformasi/disinformasi dan ujaran kebencian (Nugroho dkk., 2012).

Masalah-masalah tersebut kemudian coba diselesaikan oleh pemerintah melalui berbagai regulasi konten yang bersifat umum, yang tidak hanya menasar industri media di ranah digital, tetapi juga ruang-ruang publik digital lainnya. Salah satu peraturan paling terkenal barangkali adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang merupakan peraturan ruang siber pertama di Indonesia. UU pengatur internet lain dikeluarkan pada tahun yang sama, yakni Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang pornografi. Kedua peraturan perundang-undangan tersebut, meskipun memiliki tujuan perlindungan pengguna internet, pada akhirnya justru menjadi alat untuk membungkam kritik di internet karena pendefinisian beberapa term kuncinya yang ambigu dan multitafsir (Piper, 2009).

UU ITE sendiri, secara spesifik, kini telah memakan banyak korban. SAFENet (2018) mencatat bahwa selama 10 tahun disahkan, dari 2008 hingga 2018, sudah ada 245 laporan pelanggaran UU ITE tentang pencemaran nama baik dan hanya 6% di antaranya yang berhasil lolos dari jeratan hukum. Kemudian, menurut catatan Amnesty International (2025), jumlah kasus jeratan hukum UU ITE meningkat jauh lebih banyak pada tahun-tahun setelahnya. Ada 903 laporan sepanjang 2018-2025, dengan 796 kasus di antaranya merupakan kasus kriminalisasi dengan tuduhan pencemaran nama baik dan makar. Peraturan yang diniatkan menjadi instrumen perlindungan warga negara di ruang siber malah justru berbalik menjadi ancaman bagi warga. Selain itu, UU ITE dan berbagai regulasi konten yang bersifat umum lain juga belum mengatur masalah-masalah spesifik industri media di ranah digital, seperti kepemilikan media, moderasi konten, transparansi algoritma, standar isi yang konsisten lintas platform, serta dampak regulasi terhadap model bisnis kreator dan pelaku usaha kecil.

Karena beberapa masalah spesifik industri media belum diatur dalam regulasi ruang siber yang bersifat umum, banyak pihak kemudian mendorong adanya revisi terhadap UU Penyiaran 2002. KPI menjadi salah satu aktor yang terdepan dalam mendorong revisi UU Penyiaran. Sejak 2010, KPI sudah mendorong perubahan terhadap UU Penyiaran karena tiga alasan utama: (1) perlunya pengawasan terhadap konten di platform digital supaya timbul keadilan dalam ekosistem penyiaran nasional, (2) persebaran konten di berbagai platform digital yang bertentangan dengan kode etik siaran KPI, dan (3) penguatan kelembagaan KPI supaya dapat mengawasi platform digital (Utami, 2024). KPI menyatakan bahwa pada 2012 mereka bahkan sudah memiliki draf revisi UU Penyiaran yang akan diajukan meskipun baru dibahas di DPR pada 2015 (Komdigi, 2020).

Tidak ada informasi yang pasti mengenai pembahasan revisi UU Penyiaran pada 2015. Namun, satu hal yang pasti, publik baru mendapat kepastian tentang upaya konkret revisi UU tersebut pada 2020 ketika DPR mempublikasikan informasi tentang masuknya draf Rancangan Undang-Undang Penyiaran (RUU Penyiaran) dalam Program Legislasi Nasional (Prolegnas) Prioritas 2020. Hingga kini, proses pembahasan RUU Penyiaran di DPR masih berlangsung dengan keterbukaan kepada publik yang minim.

Selain KPI, ada pula beberapa aktor dari kalangan akademisi, peneliti, dan aktivis yang menyuarakan agenda revisi terhadap RUU Penyiaran pada periode 2010-an. Yanuar Nugroho, Muhammad Fajri Siregar, dan Shita Laksmi (2012); dalam laporan yang dipublikasikan oleh Center for Innovation Policy & Governance pada 2013; menyatakan bahwa revisi terhadap UU Penyiaran 2002 merupakan salah satu agenda tata kelola industri media yang paling mendesak. Mereka menyatakan bahwa perkembangan internet dan teknologi digital yang sangat pesat menciptakan adanya ruang kosong dalam industri media yang perlu segera diatur. Ruang kosong tersebut, apabila tak segera diatur, dapat menimbulkan risiko-risiko terhadap berbagai aktor di industri media. Revisi UU Penyiaran 2002, dengan demikian, perlu dilakukan untuk mempertahankan keberpihakan media terhadap publik di tengah dominasi internet dan teknologi digital.

Sekilas, usulan tersebut mungkin senada dengan usulan KPI. Namun, ada satu usulan spesifik yang membedakan ide para akademisi dan peneliti ini dari usulan KPI. Nugroho dkk. (2012) tidak hanya mengusulkan revisi terhadap UU Penyiaran. Mereka juga mengusulkan bahwa revisi tersebut perlu dibarengi dengan memperkuat akses dan kontrol publik terhadap infrastruktur digital, meningkatkan perlindungan pengguna internet, serta mendorong partisipasi publik yang aktif dalam revisi UU Penyiaran. Penguatan akses dan kontrol publik penting



Sumber gambar: KPI

Di sisi lain, perlindungan dan partisipasi pengguna internet juga menjadi aspek vital yang tak dapat ditinggalkan dalam meregulasi internet. Pengguna bukan hanya diposisikan sebagai warga negara, yang merupakan aktor paling penting dalam konteks tata kelola platform di negara demokratis. Pengguna juga merupakan aktor utama yang memungkinkan model bisnis industri media terus berputar. Ia merupakan konsumen sekaligus produsen. Di luar industri media, pengguna juga elemen penyusun paling vital dari internet. Interaksi dan perilaku pengguna di internet, beserta data yang dihasilkan, merupakan modal krusial yang menentukan arah perkembangan internet secara umum dan platform digital secara spesifik (Fuchs, 2014).

Pentingnya peran pengguna dapat diamati dari tren regulasi dan tata kelola platform digital yang berpusat pada pengguna beberapa tahun setelah usulan Nugroho dkk. tersebut dipublikasikan. Beberapa ahli menyatakan bahwa tata kelola internet dapat diibaratkan sebagai pendulum yang selalu terombang-ambing di antara kemungkinan dan ketidakmungkinan karena perkembangannya yang begitu cepat dan dinamis dalam beberapa tahun terakhir (Shang, 2024; Papaevangelou, 2023; UNESCO, 2023; Flew & Martin, 2022). Pendulum tersebut akan semakin mendekat ke kutub kemungkinan apabila tata kelola internet dibuat semakin partisipatif dan melibatkan banyak pihak sekaligus, terutama melibatkan pengguna (Flew & Martin, 2022). Sebaliknya, semakin tata kelola internet dibuat terpusat dan dikuasai oleh aktor tunggal.

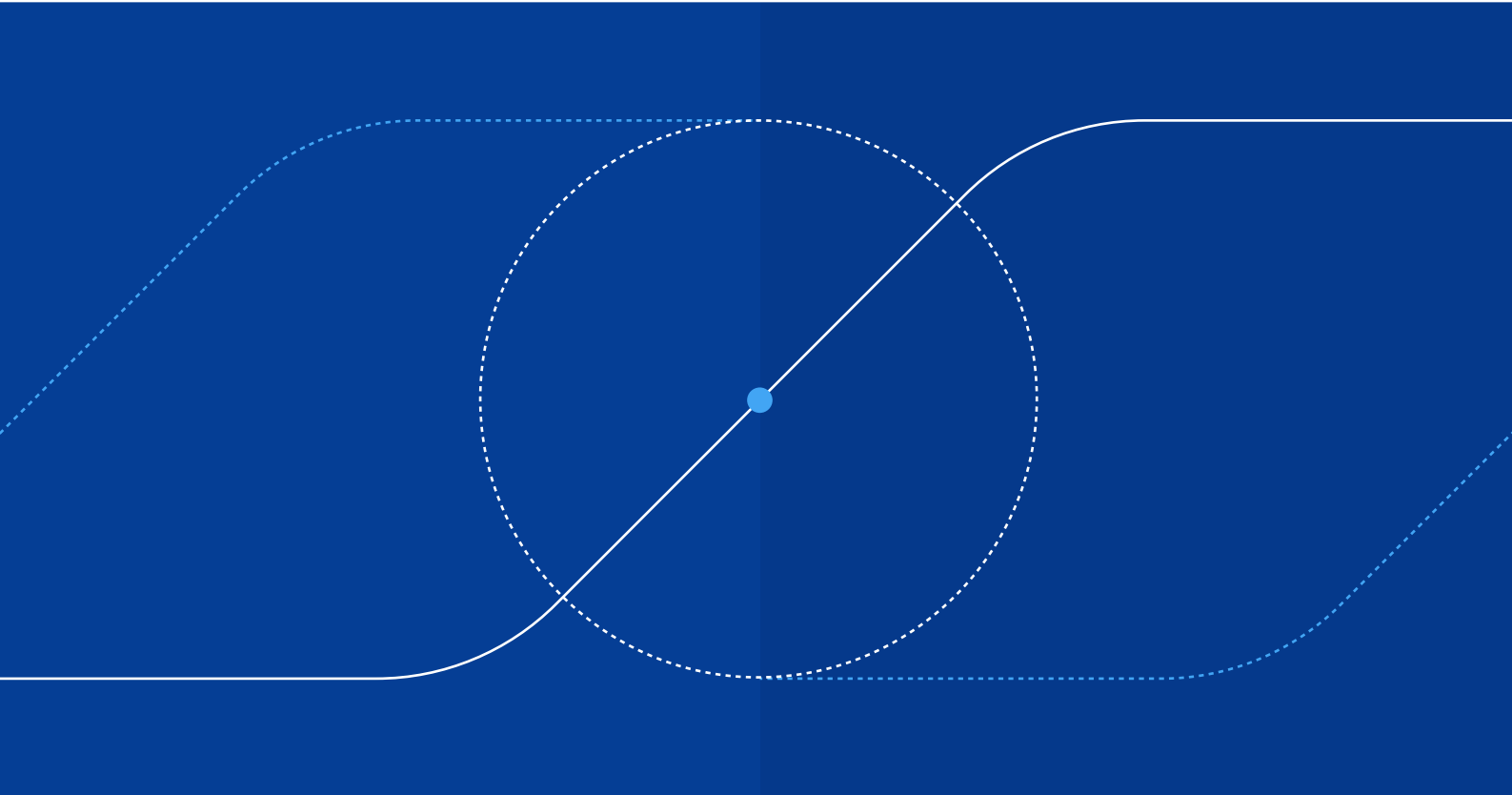
Contoh konkret dari regulasi yang mendorong partisipasi aktif banyak pihak; baik dari pengguna, negara, maupun platform; dalam meregulasi internet dan platform digital adalah Digital Services Act (DSA) dan Uni Eropa. DSA mendorong partisipasi pengguna melalui regulator independen dan mekanisme pelaporan, serta mendorong keterlibatan negara anggota Uni Eropa dan platform digital melalui audit dan laporan moderasi konten independen secara berkala kepada regulator (Husovec, 2024). Regulasi ini bukan hanya berlaku di dalam Uni Eropa, tetapi juga mendorong perusahaan teknologi global untuk menyesuaikan praktiknya secara lebih luas di wilayah lain. Hal ini menimbulkan Brussels Effect, yakni kecenderungan standar regulasi Uni Eropa menyebar dan diadopsi di tingkat global. DSA kini menjadi tren regulasi yang kerangkanya banyak direplikasi di berbagai negara lain.

Kerangka hukum yang mengatur industri penyiaran Indonesia, baik UU Penyiaran 2002 maupun regulasi umum seperti UU ITE, tidak lagi memadai menghadapi perkembangan ekosistem digital. UU Penyiaran 2002 tertinggal dalam merespons konvergensi media dan lahirnya platform digital, sementara UU ITE justru kerap dipakai untuk mengkriminalisasi ekspresi dan belum menyentuh persoalan spesifik industri media di ranah digital. Kekosongan inilah yang kemudian memunculkan dorongan revisi UU Penyiaran.

Sejak awal 2010-an, KPI menempatkan dirinya sebagai aktor utama yang mendorong revisi UU Penyiaran dengan tujuan memperluas kewenangannya mengatur konten digital. Sebaliknya, akademisi dan peneliti menekankan perlunya revisi yang lebih demokratis, menekankan partisipasi publik dan perlindungan pengguna. Usulan dari akademisi ini sejalan dengan tren regulasi platform global, terutama yang dilakukan oleh Uni Eropa. Perbedaan orientasi ini menunjukkan tarik-menarik antara regulasi berbasis kontrol lembaga dengan regulasi berbasis keterlibatan publik. Alih-alih mengakomodasi dua perspektif tersebut secara proporsional, draf RUU Penyiaran terakhir yang dipublikasikan pada 2024 memperlihatkan kecenderungan lebih dekat ke agenda KPI. Ada beberapa kelemahan mendasar dalam draf tersebut yang dapat dikritisi, seperti penyamaan platform penyiaran dengan platform digital, potensi tumpang tindih dengan UU ITE, serta minimnya partisipasi publik dalam proses pembahasannya.



RUU Penyiaran 2024: Urgensi Konkret dengan Logika yang Keliru



Publik tak pernah mendapat kepastian tentang bentuk draf RUU Penyiaran dan model tata kelola media yang ditawarkannya hingga kini. Meskipun demikian, dalam beberapa tahun terakhir, ada beberapa momen ketika draf RUU Penyiaran tidak resmi mencuat ke publik. Dalam lima tahun terakhir, ada dua draf yang dapat diakses publik, yakni draf yang muncul pada November 2023 dan Maret 2024. Kemunculan kedua draf tersebut langsung memicu kritik dari berbagai pihak terhadap model tata kelola media penyiaran yang ditawarkan oleh DPR melalui RUU Penyiaran.

Kritik yang dilontarkan terhadap RUU Penyiaran pada waktu itu dapat dibagi menjadi dua jenis, yakni kritik prosedural dan substansial. Kritik prosedural merujuk pada proses perumusan dan pembahasan RUU Penyiaran yang begitu cepat dan minim melibatkan pemangku kepentingan yang terdampak langsung olehnya, seperti jurnalis, kreator konten, dan organisasi masyarakat sipil. Saat draf Maret 2024 mencuat ke publik dan menuai kontroversi, DPR menyatakan bahwa RUU ini akan dibahas dengan tenggat waktu akhir masa jabatan DPR periode 2019-2024, sebelum 30 September 2024 (Purnamasari, 2024). RUU tersebut pada akhirnya tidak jadi dibahas hingga selesai sesuai tenggat waktu yang ditetapkan. Meskipun demikian, pernyataan DPR tentang tenggat waktu yang hanya terpaut sekitar 4 bulan dari keluarnya draf mencerminkan bahwa ada niat untuk memperlakukan RUU Penyiaran ini sama seperti beberapa RUU kontroversial sebelumnya: dibahas dengan cepat tanpa konsultasi publik yang cukup.

DPR memiliki justifikasi atas keterburu-buruan ini. Pada waktu itu, mereka tidak ingin membuat RUU Penyiaran menjadi beban yang diwariskan kepada anggota DPR periode selanjutnya (Kurniawan, 2024). Untuk sebuah peraturan perundang-undangan yang krusial dan berdampak bagi banyak pemangku kepentingan, kecepatan pembahasan dan pengesahan tentu bukan merupakan parameter utama. Konsultasi dan keterbukaan informasi publik merupakan aspek yang lebih penting dalam pembahasan RUU Penyiaran, yang juga tidak mampu dihadirkan oleh pemerintah dan DPR hingga ini. Sebelum draf RUU Penyiaran mencuat ke publik pada 2023 dan 2024, informasi terakhir yang tersedia di situs resmi DPR RI mengenai RUU tersebut berasal dari tahun 2020. Informasi dari openparliament.id menunjukkan bahwa, pada rentang waktu 2020 hingga 2024, DPR tercatat melakukan beberapa kali Rapat Dengar Pendapat Umum (RDPU) dan serangkaian konsultasi publik, tetapi hanya terbatas dengan akademisi dan asosiasi pelaku industri penyiaran saja. Berbagai hal inilah yang membuat RUU Penyiaran dipermasalahkan secara prosedural.

Sementara itu, kritik substansial merujuk pada model tata kelola penyiaran baru yang ditawarkan oleh RUU Penyiaran. Setidaknya ada tiga kritik substansial terhadap draf RUU Penyiaran yang mencuat di publik pada 2023 dan 2024: (1) ancaman terhadap praktik jurnalisme yang independen, (2) pemosisian KPI sebagai *superbody* yang mampu mengawasi berbagai platform media sekaligus, dan (3) pengaturan konten media digital yang mengancam keberlangsungan platform digital. Berbagai kelompok yang terdampak RUU Penyiaran, terutama dari kalangan jurnalis dan industri media penyiaran, banyak memprotes aspek pertama dan kedua. Hal ini dapat dilihat dari serangkaian pemberitaan media yang intensif memprotes keberadaan pasal pelarangan jurnalisme investigasi dan demonstrasi dari kalangan jurnalis yang memprotes penghapusan semangat demokratisasi media dalam RUU Penyiaran 2002 dalam draf yang baru.

Meskipun demikian, aspek ketiga, yang masih cukup jarang dibahas, merupakan hal yang tak kalah penting. Draft RUU Penyiaran terbaru memperluas definisi “penyiaran” dalam UU Penyiaran lama, dari yang awalnya hanya untuk lingkup media konvensional dengan waktu dan cakupan siaran yang terbatas secara geografis menjadi ke ranah media digital. Dalam naskah akademiknya, RUU Penyiaran tampak ingin mencoba mengatur dua jenis platform digital sekaligus: platform over the top (OTT); seperti Netflix, Prime Video, dan Disney+; serta *user-generated content* (UGC); seperti YouTube, Spotify, dan TikTok. Hal ini dapat bermasalah karena setidaknya karena empat hal.

01

Penyiaran konvensional dilakukan menggunakan frekuensi siaran yang terbatas. Siaran TV atau radio, misalnya, dilakukan berdasarkan jadwal dan cakupan wilayah tertentu sebagaimana diatur dalam UU Penyiaran yang lama. Sementara itu, platform digital menggunakan internet, yang cakupannya hampir tidak terbatas ruang dan waktu, sebagai medium penyiaran. Sebuah aturan tentang penyiaran berskala nasional sangat mungkin dikenakan terhadap penyiaran konvensional. Namun, aturan yang sama tidak akan bisa dikenakan kepada platform digital karena sifatnya yang dapat disiarkan melintasi batas-batas geografis dan dapat dilakukan kapan saja. Perbedaan inilah yang gagal diakomodasi oleh draf terbaru RUU Penyiaran.

02

Pengaturan terhadap konten dapat mengancam ekosistem bisnis dan inovasi platform. Tren regulasi platform global; yang dimulai sejak Uni Eropa merilis General Data Protection Regulation, Digital Service Act, dan Digital Market Act; selalu bergerak di antara pendulum proteksi ketat terhadap kepentingan publik di satu sisi dan desain regulasi yang pro-inovasi di sisi lain (Flew & Martin, 2022). Draft RUU Penyiaran yang baru tampak melupakan aspek yang terakhir karena ia mengatur muatan konten platform digital. Pasal 50B Ayat 2 draf RUU tersebut mengatur secara detail muatan konten apa saja yang tidak boleh masuk dalam konten platform digital. Regulasi negara lain yang sudah mengatur platform, seperti Australia dan beberapa negara Uni Eropa, biasanya mengadopsi model yang memberikan diskresi besar kepada platform untuk melakukan moderasi konten secara mandiri, tetapi tetap terkontrol oleh negara. Model regulasi yang lebih bebas ini dipilih karena moderasi dan kurasi konten sebenarnya merupakan bagian integral dari model bisnis platform digital (Suzor & Gillet, 2022). Aturan yang terlalu ketat dapat mengganggu model bisnis tersebut.

03

Peran negara dalam regulasi dan pengelolaan platform digital menjadi terlalu besar. Konsensus antara akademisi secara umum menyatakan bahwa regulasi dan tata kelola platform digital harus diarahkan untuk melayani kepentingan publik. Dalam mewujudkan regulasi dan tata kelola tersebut, kolaborasi multi-stakeholder harus diutamakan daripada pengaturan secara sepihak oleh satu aktor. Model kolaborasi yang biasanya digunakan adalah tripartit antara akademisi, organisasi masyarakat sipil, dan pelaku industri platform digital (Bray & Cerf, 2019). Peran negara utamanya adalah menyediakan "architecture of choices", alih-alih regulasi yang mengikat, yang memungkinkan kolaborasi antaraktor tersebut dapat berlangsung dengan baik dan berorientasi pada kepentingan publik (Halpern, 2016). Peran negara dalam draf terbaru RUU Penyiaran, yang banyak dimediasi melalui Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), terlalu besar sehingga berpotensi mengancam kebebasan berekspresi dan inovasi platform digital.

04

Platform OTT dan UGC berpotensi diregulasi secara berlebihan. Ada banyak sekali regulasi yang mencoba mengatur operasional platform digital di Indonesia. Sebelum RUU Penyiaran, pemerintah Indonesia sudah mengeluarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP), Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggara Sistem Elektronik (PP PSE), dan berbagai regulasi lainnya. Regulasi-regulasi tersebut juga masih mengandung ketidakjelasan, terutama tentang sejauh apa negara dapat mengatur platform digital. Kehadiran RUU Penyiaran, yang tidak secara jelas memberikan perhatian terhadap jenis-jenis platform digital yang berbeda serta tidak mengenali model bisnisnya, dapat berpotensi membuat platform digital menjadi diregulasi secara berlebihan. Berkaca pada tren regulasi dan tata kelola platform digital global, Indonesia seharusnya mempertimbangkan model tata kelola platform digital yang multipihak dan proporsional. Regulasi dan model tata kelola platform yang hadir harus mampu mendorong adanya kolaborasi aktif dan setara antara negara, platform, dan pengguna guna membentuk platform digital yang berorientasi pada pemenuhan kepentingan publik (Nooren dkk., 2016).

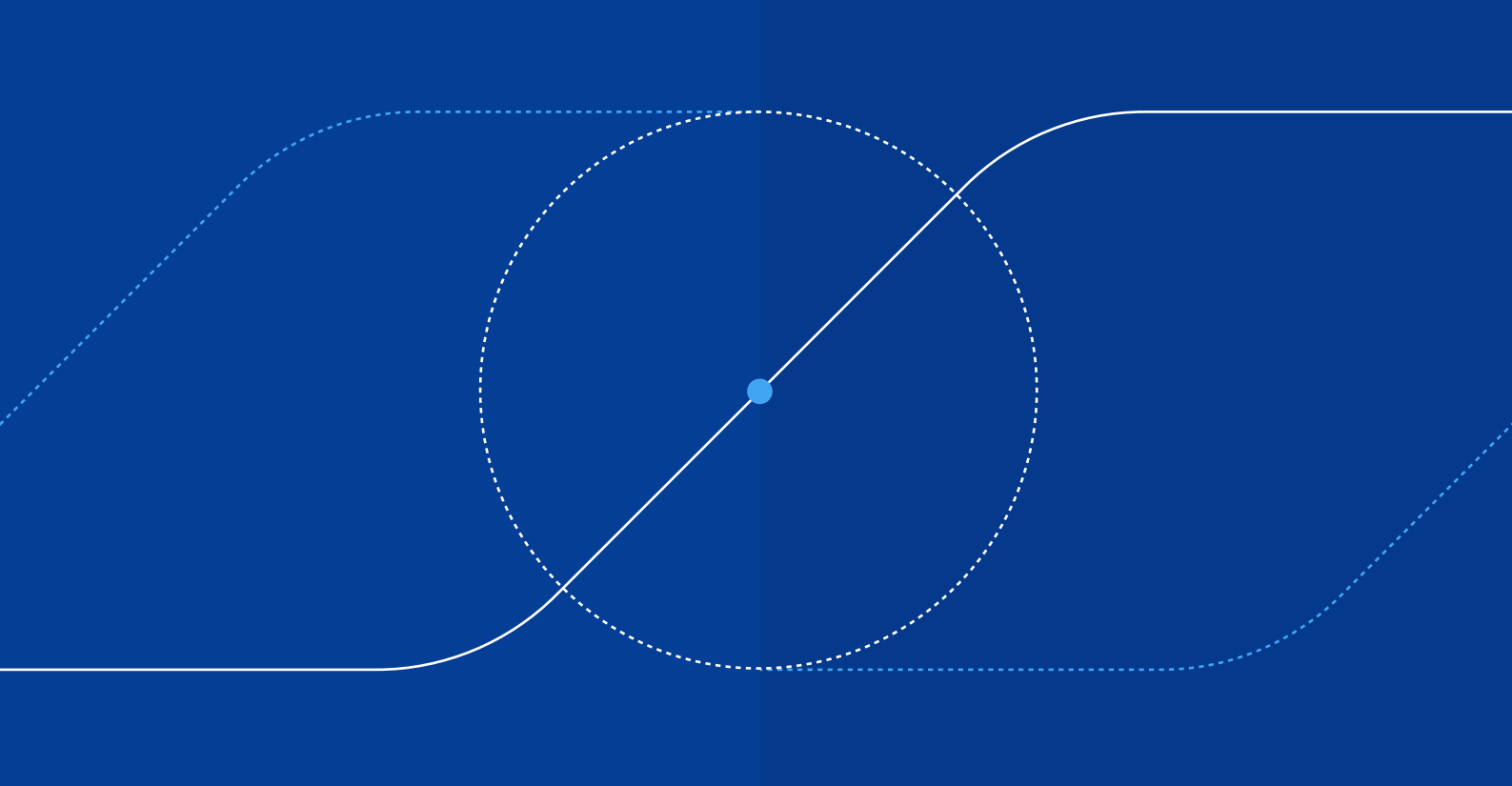


Sumber gambar: Antara News

Draf RUU Penyiaran yang muncul ke publik pada 2023 dan 2024 memicu kritik tajam baik secara prosedural maupun substansial. RUU ini sebenarnya berangkat dari keresahan dan urgensi yang nyata, tetapi solusi yang ia tawarkan datang dengan logika yang keliru. Upaya memperluas definisi penyiaran ke ranah digital justru berisiko menimbulkan regulasi berlebihan, tumpang tindih dengan aturan lain, dan mengabaikan karakteristik unik dari platform digital, khususnya platform OTT maupun UGC. Tata kelola platform digital tidak bisa lagi dipandang hanya dari perspektif negara sebagai regulator tunggal. Sebaliknya, perlukan pendekatan multipihak yang menempatkan negara, industri platform, masyarakat sipil, dan pengguna dalam posisi yang lebih setara.



Perspektif Multipihak dalam Tata Kelola Platform Digital



Platform digital terus berkembang. Regulasi yang mengaturnya pun dituntut untuk mengikuti perkembangannya. Ada berbagai alasan yang melatarbelakangi perkembangan regulasi platform digital, mulai dari persebaran misinformasi dan disinformasi (Aïmeur dkk., 2023), ancaman terhadap perlindungan data pribadi (Wibowo dkk., 2023; Fast dkk., 2022), dan munculnya praktik bisnis yang tidak adil (Degen & Gleiss, 2025) di berbagai platform digital. Berbagai alasan tersebut juga menjadi latar belakang beberapa regulasi platform di Indonesia. RUU Penyiaran, secara spesifik, ingin mengatur platform digital dengan memperluas definisi “penyiaran” ke konten-konten digital.

Dalam draf terakhir yang mencuat di publik pada 2024 dan naskah akademiknya, RUU tersebut ingin memberi kuasa pada negara untuk mengawasi konten-konten di platform UGC dan OTT. Pengawasan tersebut dilakukan dengan mekanisme yang sama sebagaimana konten media penyiaran konvensional, yang muncul di TV dan radio. Wewenang KPI, yang sebelumnya hanya terbatas di TV dan radio, diperluas ke platform UGC dan OTT sehingga Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS) mereka kini juga dapat diberlakukan untuk mengatur konten digital. Selain diperluas, wewenang KPI juga diperkuat. KPI, dalam draf RUU Penyiaran, dapat memverifikasi kesesuaian konten platform digital dengan P3-SPS.

Selain menghadirkan perlindungan terhadap pengguna platform digital, RUU Penyiaran juga berargumen bahwa pengaturan platform digital didasari oleh adanya persaingan yang tidak setara di industri penyiaran akibat kehadiran platform digital. Perluasan makna “penyiaran” dalam RUU Penyiaran berimplikasi bahwa pembuat konten di platform digital, yang kemudian disebut Penyelenggara Platform Digital Penyiaran, juga dikategorikan sebagai lembaga penyiaran. Selain itu, perusahaan penyedia layanan digital penyiaran, yang kemudian disebut sebagai Platform Digital Penyiaran, juga masuk dalam cakupan RUU Penyiaran dan diposisikan setara dengan media penyiaran konvensional. Karena perluasan tersebut, RUU Penyiaran memandang media penyiaran konvensional selama ini diperlakukan secara tidak adil karena ia diawasi oleh KPI, sementara penyiaran digital tidak. Argumen ketidakadilan inilah yang mendasari pengaturan platform digital oleh RUU Penyiaran.

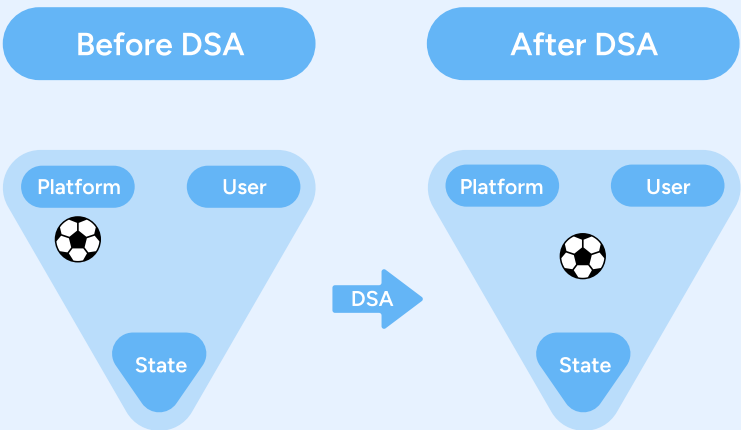
Sekilas, argumen yang melatarbelakangi tata kelola platform digital RUU Penyiaran tersebut sekilas sejalan dengan semangat DSA Uni Eropa, yang berangkat dari keresahan atas perlindungan pengguna dan kuasa modal platform digital raksasa (Heldt, 2022). Namun, ada hal krusial yang sayangnya tidak diatur dalam model tata kelola platform digital RUU Penyiaran, yakni tata kelola platform digital multipihak. Perspektif multipihak dalam tata kelola platform merupakan elemen krusial dalam DSA yang kemudian membedakan keduanya dari berbagai regulasi platform digital lain. Perspektif multipihak ini dapat diamati dari beberapa aspek terkait dengan implementasi DSA.

Dalam hal pelaksanaan, DSA memiliki *cooperation framework* yang mengharuskan tiap-tiap negara anggota Uni Eropa untuk membentuk Digital Service Coordinator (DSC), yang terdiri dari otoritas nasional independen dengan mandat jelas, sumber daya memadai, serta bebas dari intervensi politik maupun industri. Keberadaan DSC ini menjadi titik koordinasi antara pemerintah nasional, lembaga Uni Eropa, masyarakat sipil, dan para ahli dalam mengawasi ketaatan platform digital. Selain itu, DSA membentuk European Board for Digital Services, beranggotakan para DSC dari setiap negara anggota, yang bertugas mengoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan DSA secara berlapis di tingkat Uni Eropa.

Selain dalam hal pelaksanaan, aspek multipihak dalam DSA juga dapat diamati dari pembentukan berbagai Code of Conduct untuk isu-isu spesifik. Untuk mencegah penegakkan hukum yang semena-mena dan menguntungkan beberapa aktor saja, DSA tidak memberikan aturan tentang isu-isu spesifik. Isu-isu tersebut diatur oleh Code of Conduct di bawah DSA yang dibentuk, disepakati, dan dijalankan secara sukarela oleh berbagai pihak sekaligus. Dua contoh Code of Conduct di bawah DSA yang mencerminkan perspektif multipihak tersebut adalah Code of Conduct on Disinformation dan Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online +

yang masing-masing telah ditandatangani oleh 40 dan 12 pihak yang berbeda-beda. Di antara pihak yang menandatangani kedua Code of Conduct tersebut, ada platform besar yang juga terlibat, seperti Meta, Alphabet (Google), TikTok, Microsoft, dan lain sebagainya (European Union, 2025).

Mekanisme pengawasan platform digital dalam DSA dilakukan secara kolektif, transparan, dan lintas batas negara. Mekanisme ini memastikan supaya tata kelola platform digital, yang semakin hari semakin vital fungsinya, tidak dimonopoli negara atau platform semata. Berbagai aktor dilibatkan secara aktif untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan publik, kebebasan berekspresi, dan inovasi digital.



Gambar 1. Model Tata Kelola Platform Multipihak dalam DSA

Sumber: Czech Telecommunication Office (2024)

Pendekatan	Deskripsi
Pengawasan platform	Tiap negara anggota memiliki Digital Service Coordinator yang mengawasi praktik moderasi konten platform dan keputusan pemerintah dalam memutus akses suatu konten atau fitur secara independen.
Pemberian sanksi	Sanksi yang diberikan kepada platform dibuat bertingkat, mulai dari peringatan, pemberian denda yang dapat mencapai hingga 6% dari total omzet tahunan platform, hingga pemblokiran sebagai opsi terakhir.
Transparansi moderasi dan algoritma konten	Pemerintah dan platform wajib mengeluarkan transparansi moderasi dan pemblokiran konten secara reguler kepada publik.

Pendekatan	Deskripsi
Tata kelola multistakeholder	Tata kelola multistakeholder dalam DSA diwujudkan melalui mekanisme seperti <i>Code of Practice on Disinformation</i> , yang memungkinkan negara, platform (Google, Microsoft, Meta, dll.), akademisi, media, dan masyarakat sipil bersama-sama merumuskan standar transparansi dan mitigasi misinformasi/disinformasi.

Gambar 2. Skema Tata Kelola Platform Multipihak dalam DSA

Sumber: Husovec (2024)

DSA merupakan salah satu model regulasi yang merepresentasikan diskusi dan perdebatan terkini di kalangan aktivis dan akademisi tata kelola platform digital. Ada pergeseran pendapat tentang model tata kelola platform digital. Pada dekade 2000-an, saat platform masih beroperasi di satu konteks industri spesifik dan konvergensi media belum menjadi tren, regulasi cenderung fokus pada pendefinisian tunggal platform digital. Misalnya, sebelum DSA, Uni Eropa memiliki E-Commerce Directive yang berusaha mengatur platform digital sebagai kategori tunggal, utamanya *e-commerce* dan *hosting services* yang berdampak terhadap perekonomian digital (Batura dkk., 2015). Regulasi yang mencoba mendefinisikan platform digital sebagai satu entitas tunggal kemudian mulai banyak dikritik karena ketidakmampuannya dalam mengakomodasi perkembangan teknologi dan pengaruh platform yang semakin luas dan kuat (Fanta & Rudl, 2019).

Kritik terhadap penunggalan definisi platform digital ini disertai dengan tawaran-tawaran ide model tata kelola platform digital yang fokus terhadap karakteristik khusus dari berbagai platform yang berbeda. Beberapa literatur mendorong adanya regulasi yang fokus pada risiko dan potensi inovasi yang berangkat dari karakteristik spesifik tiap-tiap platform (Nooren dkk., 2016). Ada pula beberapa literatur yang mendorong regulasi supaya menempatkan platform digital sebagai jaringan sosial yang terdiri dari berbagai platform dan teknologi lain yang berbeda-beda (Van Dijck, 2018; Marsden, 2011). Secara garis besar, regulasi tata kelola platform digital dituntut untuk sensitif terhadap karakteristik platform, tetapi tetap tidak terjebak pada regulasi sektoral.

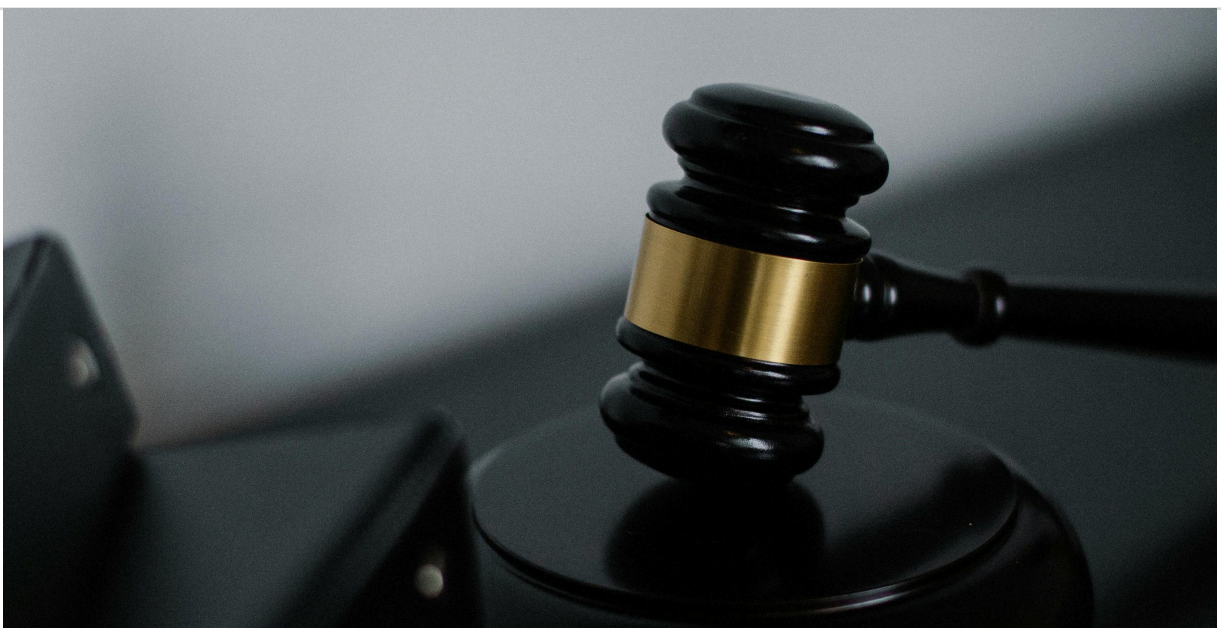
Konsekuensi dari pergeseran cara pandang terhadap platform tersebut adalah munculnya tawaran model tata kelola yang dicirikan oleh tiga hal: (1) pergeseran dari *self-regulation* ke *co-regulation*, (2) tanggung jawab platform terhadap risiko sistemik, dan (3) model pengawasan kelembagaan yang berlapis. *Self-regulation* merujuk pada model tata kelola platform yang hanya menitikberatkan pada keputusan platform dalam menyikapi konten ilegal dan berbahaya. Sementara itu, *co-regulation* adalah model tata kelola platform yang mengombinasikan partisipasi aktif pengguna platform, aturan dari negara, dan komitmen platform dalam memberantas konten ilegal dan berbahaya (Marsden, 2011).

Model *co-regulation* tersebut dilengkapi dengan adanya kewajiban bagi platform untuk mencegah masalah sistemik yang mungkin muncul di platform digital, seperti misinformasi dan disinformasi, ujaran kebencian terhadap kelompok minoritas, kekerasan seksual, dan lain sebagainya (Popiel, 2022). Tanggung jawab platform digital ini biasanya diwujudkan melalui adanya kewajiban bagi platform untuk melakukan laporan berkala dan audit independen tentang moderasi kontennya. Skema ini krusial karena ia memungkinkan adanya pemberdayaan pengguna media sosial untuk mengontrol platform melalui keterbukaan informasi (Heldt, 2022).

Untuk memastikan skema *co-regulation* berjalan dengan adil dan proporsional, model pengawasan berlapis ala Uni Eropa pun juga banyak ditawarkan dalam berbagai literatur. Beberapa literatur, misalnya, mengkritik ketidakmampuan model tata kelola *self-regulation* untuk memaksa komitmen platform dalam menjaga ruang digital milik mereka sendiri sehingga *co-regulation* didorong sebagai model tata kelola yang menggantikannya (Haggart & Keller, 2021; Winseck, 2020). Beberapa literatur lain menyatakan bahwa model-model tata kelola platform yang berbeda tidak sepenuhnya saling bertentangan (Marsden, 2021). Platform digital, pada titik tertentu, pasti akan tetap melakukan *self-regulation* meskipun negara memilih model tata kelola yang lebih memaksa (Suzor, 2018). Oleh karena itu, solusi yang mungkin adalah kombinasi yang seimbang antara *co-regulation* sembari tetap mendorong platform melakukan *self-regulation* yang sejalan dengan kepentingan publik. Untuk mendorong keseimbangan berbagai model tata kelola yang berbeda-beda, desain kelembagaan dengan pengawasan berlapis pun ditawarkan (Suzor, 2022).

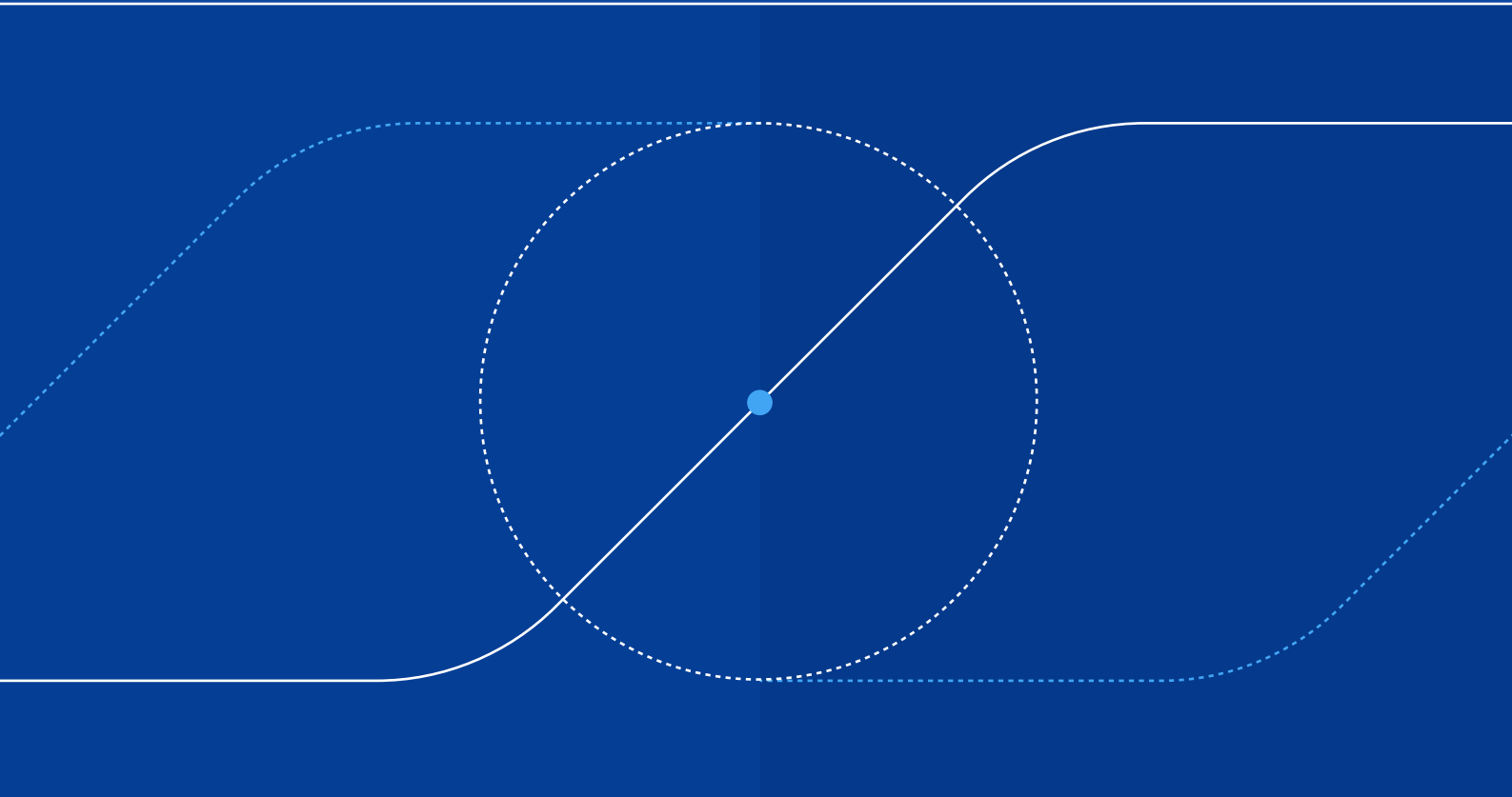
Terlepas dari berbagai pergeseran paradigma dalam tata kelola platform, kolaborasi dan multipihak menjadi dua kata kunci paling penting dalam tren tata kelola platform terkini. Dua kata kunci inilah yang hilang dalam RUU Penyiaran. Sebagai regulasi yang direncanakan untuk mengatur platform digital, RUU Penyiaran tampak sama sekali tidak mencerminkan kolaborasi dan skema multipihak, baik secara prosedural maupun substansial. Sebagaimana telah dibahas sebelumnya, proses pembahasan RUU Penyiaran belum banyak melibatkan pemangku kepentingan yang berbeda. Konsekuensinya, substansi RUU Penyiaran pun juga tidak mencerminkan kolaborasi dan skema multipihak. Alih-alih mendorong pengawasan platform kolaboratif, RUU Penyiaran justru menunggalkan pengawasan di bawah KPI. Alih-alih mendorong keterlibatan aktif platform dan pengguna, RUU Penyiaran justru menempatkan keduanya sebagai subjek pasif yang harus taat regulasi.

Kritik ini tidak semata-mata berarti bahwa mengikuti tren regulasi menjadi kunci utama dalam mewujudkan tata kelola platform digital yang baik. Tren regulasi platform digital merupakan hasil dinamika dan praktik tata kelola yang berulang, yang diwarnai oleh kesalahan dan koreksi tanpa henti. Abai terhadap model-model tata kelola terkini berarti mengabaikan berbagai pelajaran dan koreksi yang diperoleh dari berbagai praktik berulang tersebut. Tak semua unsur dari model-model tata kelola platform digital terkini mungkin cocok dengan konteks Indonesia. Namun, satu hal yang pasti, kolaborasi dan skema multipihak adalah dua unsur yang tak dapat diabaikan.



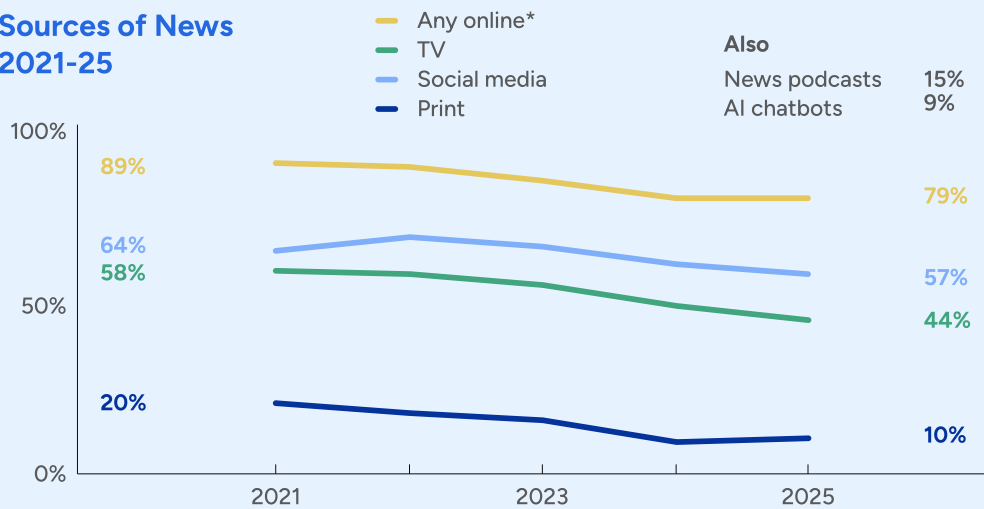


Mengatur Penyiaran Digital: Belajar dari Pengalaman Berbagai Negara



Hal yang membuat RUU Penyiaran tidak dapat mencapai semangat multipihak yang dibawa oleh DSA dan model-model tata kelola platform lain adalah kesalahannya dalam menyamaratakan platform-platform digital dengan media penyiaran. Urgensi adanya revisi terhadap Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang kemudian melahirkan RUU Penyiaran, adalah keterpurukan industri media lokal di hadapan dominasi ekonomi platform digital. Tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran media digital telah mengubah lanskap dan model bisnis industri media. Kemudahan penggunaan, disertai dengan perluasan penetrasi internet, membuat konsumen media semakin bergeser ke platform digital sebagai sumber informasi utamanya.

Sources of News 2021-25



*Incl. news websites/apps, social/video networks, news podcasts, and AI chatbots

Also
News podcasts 15%
AI chatbots 9%

Gambar 3. Preferensi Sumber Informasi Konsumen Media Indonesia 2025

Sumber: Reuters Institute (2025)

Weekly Reach Offline and Online

Top Brands

% Weekly usage

Weekly use
TV, radio & print

3 days per week or more
TV, radio & print

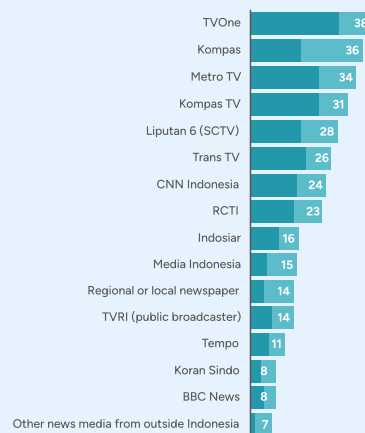
Weekly use
online brands

3 days per week or more
online brands

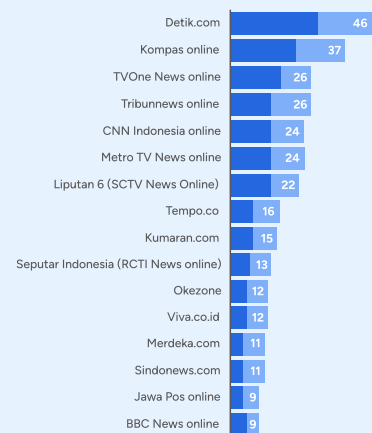
18%

pay for
Online News

TV, Radio, and Print



Online



Gambar 4. Tingkat Penggunaan Sumber Berita per Minggu Berdasarkan Platform

Sumber: Reuters Institute (2025)

Pergeseran preferensi konsumen media ini dapat diamati dari Reuters Institute Digital News Report 2025. Reuters mencatat bahwa, sejak 2021 hingga 2025, platform pemberitaan digital dan media sosial konsisten menjadi rujukan utama. Sebanyak 79% dari total responden dari survei Reuters pada 2025 menyatakan bahwa sumber pemberitaan daring, seperti situs web atau aplikasi, merupakan sumber informasi utama mereka. Platform media sosial menempati posisi ke-2 dengan 57% dari total responden, sementara televisi dan media cetak hanya dipilih oleh 44% dan 10% responden. Dominasi media daring juga dapat diamati ketika membandingkan tingkat penggunaan media per minggunya. Proporsi rata-rata media luring digunakan hanya sekali seminggu adalah 20.8% sementara media daring hanya 19.5%. Hal ini menunjukkan bahwa media daring secara garis besar lebih sering digunakan dalam intensitas tiga kali sehari setiap minggunya atau bahkan lebih sering daripada itu.

Dominasi media digital ini tentu berpengaruh secara langsung terhadap sumber pendapatan media Indonesia, yakni iklan. Pergeseran iklan dari media analog ke digital ini dicatat dan dilaporkan oleh beberapa pihak. Agus Sudibyo, Ketua Dewan Pengawas TVRI dan mantan anggota Dewan Pers, mencatat bahwa proporsi pasar iklan di Indonesia saat ini 44,1% dikuasai oleh iklan digital; 17,3% oleh media daring; 15,5% oleh televisi; 11,6% oleh media sosial; 7,2% oleh jaringan media retail; 4,3% oleh media cetak (Niaga, 2025). Mordor Intelligence (2025) juga mencatat bahwa banyak perusahaan Indonesia dari 2023-2025 mengalihkan 7% anggaran iklannya dari iklan media analog ke digital. GroupM (2025) bahkan menyatakan bahwa sebesar 75% dari total belanja iklan di Indonesia pada 2025 didominasi oleh media digital. Kondisi ini, menurut laporan Reuters Institute (2025), diperparah oleh pemotongan anggaran pada awal masa pemerintahan Prabowo-Gibran untuk program Makan Bergizi Gratis yang menurunkan anggaran belanja iklan pemerintah, baik pusat maupun daerah.

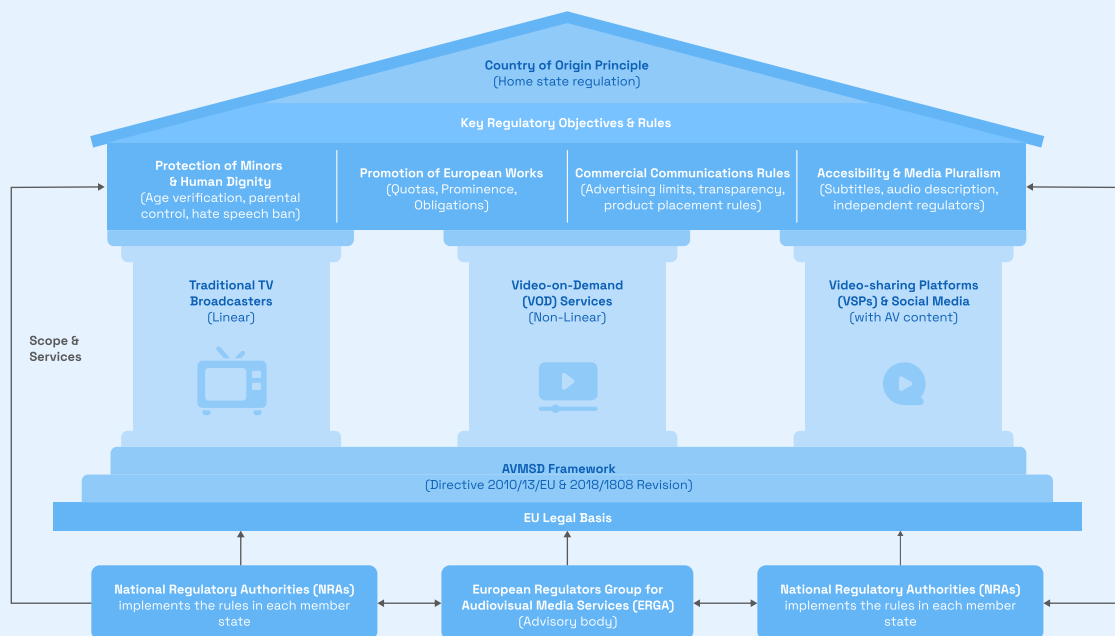
Keterpurukan industri media nasional karena disrupsi media digital merupakan kenyataan yang tak bisa ditampik. Namun, regulasi yang menyamaratakan seluruh platform digital dan mengaturnya dengan logika yang sama seperti perusahaan penyiaran hanya akan mendisrupsi keuntungan dan kesempatan yang dihadirkan oleh platform digital di Indonesia selama ini. Oleh karena itu, model regulasi proporsional yang memperlakukan platform digital sesuai dengan karakteristiknya masing-masing.

Platform UGC, sebagaimana telah dibahas sebelumnya, menuntut untuk dikelola dengan mekanisme multipihak karena pengaruh dan dampaknya yang sangat signifikan terhadap penggunaannya. Platform OTT, di sisi lain, sebenarnya memiliki beberapa karakteristik yang memungkinkan pengaturannya dilakukan melalui undang-undang penyiaran. Salah satu jenis platform OTT yang memungkinkan untuk diatur melalui logika undang-undang penyiaran adalah Subscription Video on Demand (SVoD). VoD dalam definisi International Telecommunication Union (2024) adalah layanan di mana pengguna bisa memilih dan menonton konten video yang ditawarkan dengan waktu yang sesuai keinginan pengguna". SVoD secara spesifik adalah jenis VoD yang memungkinkan pengguna mengakses katalog konten video dengan mekanisme berulang di suatu platform (Vimeo, 2025). Pembayaran berulang ini bisa dilakukan dalam kurun waktu yang berbeda-beda, mulai dari bulanan, mingguan, hingga harian.

SVoD merupakan salah satu jenis model bisnis platform OTT yang paling menguntungkan secara finansial. SVoD, menurut laporan Future Market Insights (2024), menguasai sekitar 70% dari pangsa pasar platform VoD. Keuntungan yang besar dari model bisnis SVoD dimungkinkan melalui skema langganan layanannya yang menawarkan berbagai konten sekaligus dengan biaya yang lebih murah (Hota, 2025). Beberapa platform SVoD besar, seperti Amazon Prime dan Netflix, kini mencoba menggabungkan model bisnisnya dengan model video Advertising Video on Demand (AVoD) yang kini juga mengalami pertumbuhan pesat, dengan perkiraan pertumbuhan pada angka 13,5% CAGR (Future Market Insights, 2024). Keuntungan skema SVoD, ditambah dengan penggabungan skema dengan AVoD, membuat model bisnis ini diperkirakan mengalami pertumbuhan

yang semakin pesat. Statista (2025) memproyeksikan, dengan rata-rata angka pertumbuhan per tahun 6,89%, nilai pasar SVoD diperkirakan mencapai USD 155 miliar dengan jumlah pelanggan global diperkirakan mencapai 1,8 miliar pada 2029.

Seiring dengan meningkatnya nilai pasar dan jumlah pengguna SVoD, berbagai negara mencoba untuk mengatur bisnis ini dengan tujuan untuk melindungi ekosistem bisnis hiburan serta budaya lokal dan penggunanya. Uni Eropa menjadi salah satu badan yang mengatur operasi bisnis SVoD di wilayahnya melalui Audiovisual Media Service Directive (AVMSD) 2018. Dalam peraturan ini, layanan VoD tidak lagi dipandang sebagai entitas digital yang bebas nilai, tetapi disetarakan tanggung jawabnya dengan penyiar televisi tradisional (Leiva & Alborno, 2020).



Gambar 5. Model Tata kelola SVoD dalam Audiovisual Media Service Directive (AVMSD) 2018

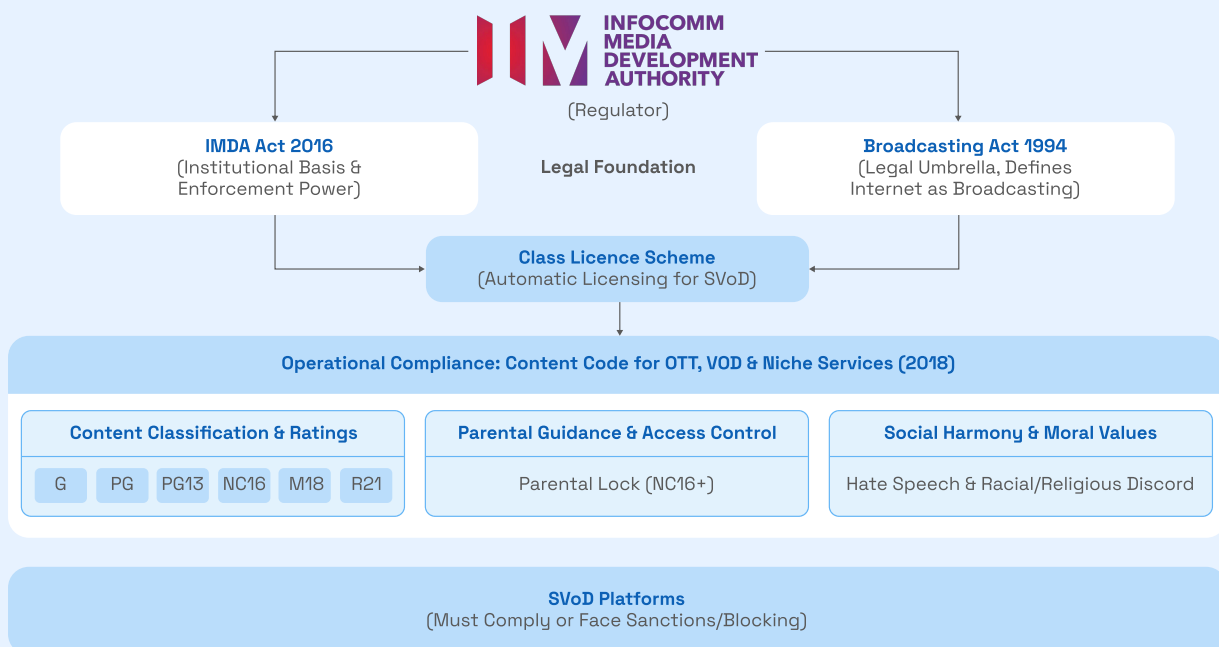
Sumber: Diolah dari berbagai aturan dan petunjuk lanjutan European Union (2025)

Salah satu instrumen peraturan paling krusial dalam AVMSD 2018 adalah kewajiban kuota konten karya Eropa (*European Works*). Aturan ini mengharuskan penyedia layanan SVoD; seperti Netflix, Disney+, dan Amazon Prime Video; untuk memastikan bahwa setidaknya 30% dari katalog konten mereka terdiri dari konten lokal Eropa. Lebih jauh lagi, regulasi ini menuntut adanya *prominence* atau penonjolan, yang berarti algoritma platform harus dirancang sedemikian rupa agar konten lokal tersebut mudah ditemukan oleh pengguna, bukan terkubur di bawah dominasi konten populer dari Hollywood.

Selain proteksi budaya lokal negara-negara Eropa, AVMSD juga berupaya menciptakan kesetaraan iklim bisnis atau *equal level playing field*. Negara anggota Uni Eropa kini memiliki wewenang untuk mewajibkan platform SVoD memberikan kontribusi finansial langsung terhadap industri perfilman nasional. Kontribusi ini dapat berupa pajak khusus atau kewajiban investasi langsung dalam produksi konten lokal, memastikan bahwa keuntungan ekonomi yang diraih oleh platform global turut mengalir kembali untuk menghidupkan ekosistem kreatif domestik (European Audiovisual Observatory, 2022).

Terakhir, dari sisi perlindungan pengguna, direktif ini memperketat aturan main terkait perlindungan anak di bawah umur dan ujaran kebencian. Platform diwajibkan mengimplementasikan sistem verifikasi usia yang ketat dan fitur kontrol orang tua (*parental control*), menegaskan bahwa ekspansi pasar digital tidak boleh mengorbankan keamanan sosial dan etika publik (European Audiovisual Observatory, 2024). Langkah Uni Eropa ini kini menjadi preseden global bagi negara-negara lain dalam merumuskan kedaulatan digital mereka di hadapan raksasa teknologi global.

Selain Uni Eropa, beberapa negara lain juga tampak mencoba mengatur SVoD secara ketat untuk melindungi konten-konten lokal dan penggunaannya. Beberapa negara Asia tak luput dari inisiatif ini, salah satunya adalah Singapura, yang memusatkan tata kelola layanan SVoD di bawah wewenang Info-communications Media Development Authority (IMDA). Berbeda dengan pendekatan Eropa yang menekankan pada kuota konten lokal, kerangka regulasi Singapura bertumpu pada interkoneksi antara IMDA Act 2016 sebagai landasan institusional dan Broadcasting Act 1994 yang telah diamandemen untuk mendefinisikan layanan internet sebagai bentuk penyiaran modern.



Gambar 6. Model Tata kelola SVoD Singapura

Sumber: IMDA (2019)

Secara operasional, di bawah dua peraturan tersebut, Singapura menerapkan Content Code for Over-The-Top, Video-On-Demand, and Niche Services. Regulasi ini menggunakan mekanisme unik yang disebut *class licence scheme*, yang menganggap penyedia layanan SVoD sebagai pemegang lisensi secara otomatis begitu mereka beroperasi di Singapura. Namun, operasi mereka harus disertai dengan kepatuhan mutlak terhadap standar komunitas, norma, dan aturan-aturan yang ada di Singapura.

Fokus perlindungan pengguna dalam regulasi ini sangat menitikberatkan pada keselarasan konten dengan nilai-nilai sosial dan moral publik. Platform SVoD diwajibkan untuk melakukan klasifikasi konten yang ketat berdasarkan rating usia dan menyediakan fitur *parental lock* bagi konten dewasa (NC16 ke atas) demi melindungi pengguna anak-anak. Lebih jauh lagi, IMDA memiliki wewenang penuh untuk memerintahkan penurunan konten yang dianggap dapat mengancam harmoni ras, agama, dan kehidupan bernegara; memastikan bahwa arus bebas hiburan digital tidak menggerus stabilitas sosial negara tersebut. Secara prinsip, aturan Singapura ini mungkin tampak bertolak belakang dari model aturan Uni Eropa yang mendorong kontribusi platform SVoD terhadap pengembangan industri dan perlindungan budaya lokal. Meskipun demikian, ada prinsip yang sama, yakni hanya menempatkan SVoD, dan bukan seluruh platform digital, sebagai bentuk “penyiaran” modern.

Spektrum tata kelola SVoD di tingkat global tidak hanya terpolarisasi pada model proteksi budaya ala Uni Eropa dan pengendalian konten terpusat ala Singapura. Di luar kedua kutub tersebut, ada sejumlah negara yang meramu pendekatan hibrida dengan menekankan pada aspek administratif dan kontribusi finansial langsung. Turki, misalnya, mengambil langkah yang lebih administratif, tetapi ketat, melalui Regulation on Radio, Television, and On-Demand Broadcasts on the Internet yang disahkan parlemen pada 2019. Di bawah aturan ini, platform SVoD diwajibkan untuk memiliki izin siaran resmi dan tunduk pada aturan konten penyiaran nasional Turki. Berbeda dengan Singapura yang menerapkan lisensi otomatis tanpa biaya, Turki menerapkan mekanisme lisensi berbayar. Platform SVoD dikenakan biaya pendaftaran lisensi serta pembayaran tahunan sebesar 0,5% dari penjualan bersih tahunan mereka untuk mempertahankan izin operasi tersebut (Ardiyok & Sagmanligil, 2019).

Di belahan barat, Inggris Raya dan Kanada menawarkan perspektif regulasi yang berfokus pada proteksi ekonomi kreatif domestik. Pemerintah Inggris Raya, melalui Department for Digital, Culture, Media & Sport, menerbitkan pedoman yang menjadi dasar bagi regulator komunikasi independen, dalam hal ini adalah Ofcom, untuk mengatur SVoD layaknya televisi konvensional. Melalui Media Act 2024, Inggris berupaya melindungi audiens dari konten berbahaya sekaligus mencegah industri penyiaran tradisional, yang merupakan penyumbang besar ekonomi kreatif Inggris, dimatikan oleh kehadiran platform global bermodal besar yang minim melibatkan pekerja kreatif lokal. Sementara itu, Kanada menempuh jalur kontribusi finansial melalui Online Streaming Act 2023. Alih-alih menerapkan kuota konten yang kaku, Kanada mewajibkan SVoD asing dengan penghasilan bruto tertentu untuk mengalokasikan 5% dari pendapatan tahunan mereka ke berbagai dana industri, seperti Canada Media Fund, guna mendukung kreator lokal, termasuk komunitas minoritas dan warga lokal (Selznick & Henderson, 2024).

Sementara itu, Korea Selatan menawarkan pendekatan hibrida yang unik melalui revisi Broadcasting Act mereka pada 2019. Sebelumnya diatur dalam undang-undang telekomunikasi, SVoD kini masuk dalam ranah penyiaran dengan fokus ganda: perlindungan konten dan stabilitas infrastruktur (Lee, 2023). Dari sisi konten, platform diawasi ketat oleh Korea Media Rating Board untuk klasifikasi usia demi melindungi anak-anak. Namun, aspek yang paling membedakan regulasi Korea Selatan adalah kewajiban teknis bagi penyedia SVoD. Mengingat konsumsi data video yang masif, regulator mewajibkan platform SVoD untuk turut menjaga stabilitas koneksi internet dan melaporkan setiap gangguan layanan kepada Korea Communications Commission, menegaskan bahwa tanggung jawab platform tidak hanya pada apa yang ditayangkan, tetapi juga pada keandalan infrastruktur digital yang mereka tumpangi.

No.	Negara/Organisasi Supranasional	Regulasi dan Tahun Pengesahan	Aspek yang Diatur
01	Uni Eropa	Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) 2018	1. Perlindungan audiens dari konten berbahaya 2. Dukungan SVOD terhadap keberagaman konten lokal melalui kuota dan kewajiban finansial 3. Regulator penyiaran tiap negara anggota mengatur SVOD
02	Singapura	Info-communications Media Development Authority Act 2016, Broadcasting Act 1994, dan Content Code for Over-The-Top, Video-On-Demand and Niche Services 2018	1. Izin penyiaran untuk SVOD (tidak dipungut biaya) 2. Perlindungan audiens dari konten berbahaya 3. Regulator penyiaran (Infocomm Media Development Authority atau IMDA) mengatur SVOD
03	Turki	Regulation on Radio, Television, and On-Demand Broadcasts on the Internet 2019	1. Izin penyiaran untuk SVOD (dipungut biaya) 2. Perlindungan audiens dari konten berbahaya 3. Dukungan SVOD terhadap keberagaman konten lokal melalui kuota dan kewajiban finansial 4. Regulator penyiaran Turki mengatur SVOD
04	Korea Selatan	Broadcasting Act 2019, sebelumnya SVOD diatur oleh Telecommunications Business Act bersama dengan YouTube.	1. Perlindungan audiens dari konten berbahaya melalui sistem rating, diawasi oleh Korea Media Rating Board (KMBR). 2. Karena besarnya kebutuhan bandwidth, SVOD diwajibkan menjaga stabilitas koneksi internet dan melaporkan adanya gangguan koneksi kepada Korea Communications Commission (KCC)
05	Inggris Raya	Audiovisual Media Services Regulations 2020 dan Media Act 2024	1. Perlindungan audiens dari konten berbahaya 2. Regulator penyiaran (Ofcom) mengatur SVOD
06	Kanada	Online Streaming Act 2023	1. Perlindungan audiens dari konten berbahaya 2. Dukungan SVOD terhadap keberagaman konten lokal melalui kewajiban finansial 3. Regulator penyiaran (Canadian Radio-television and Telecommunications Commission) (CRTC) mengatur SVOD

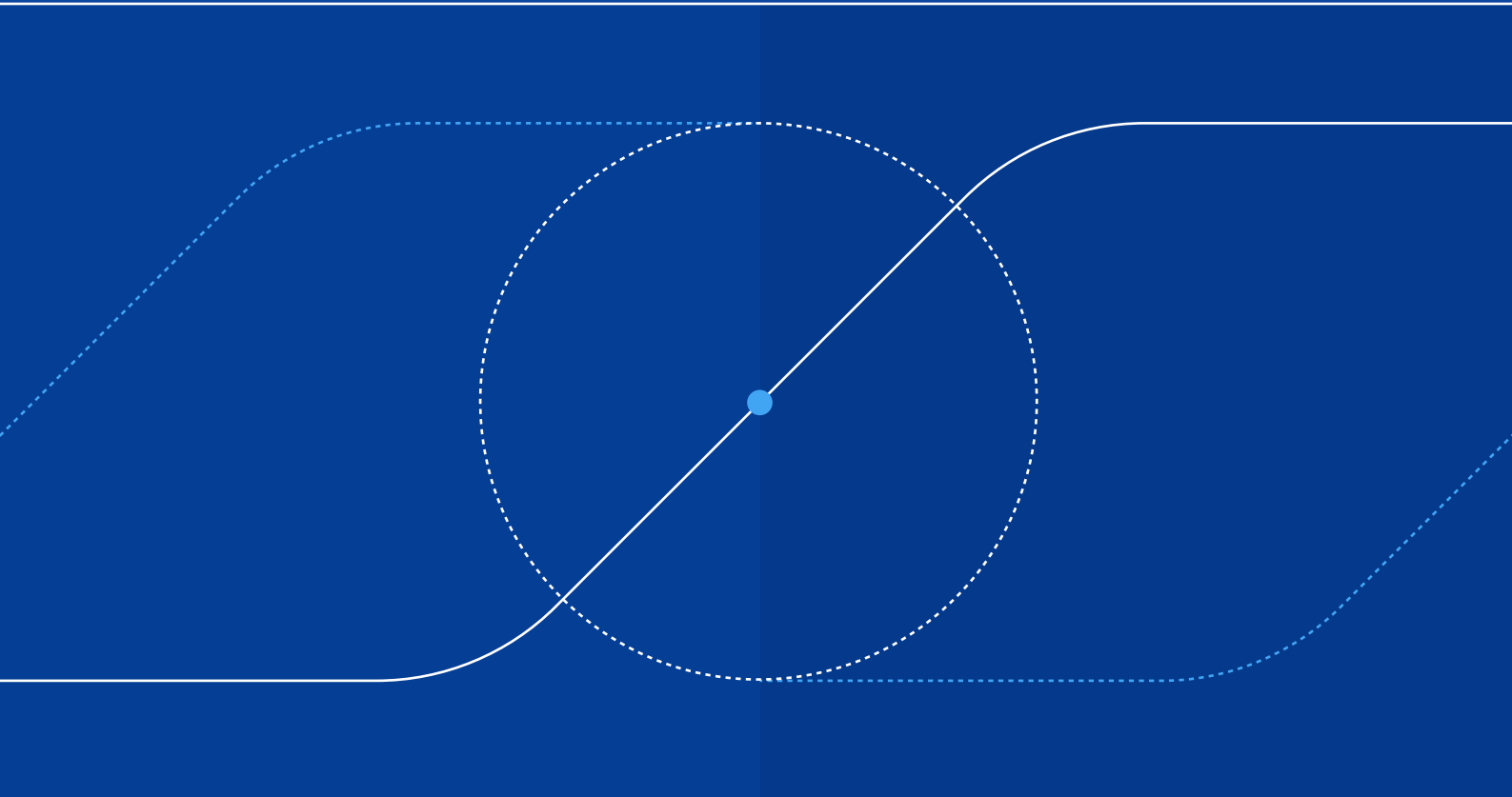
Gambar 7. Model-Model Tata Kelola Platform SVoD berbagai Negara

Sumber: Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (2025)

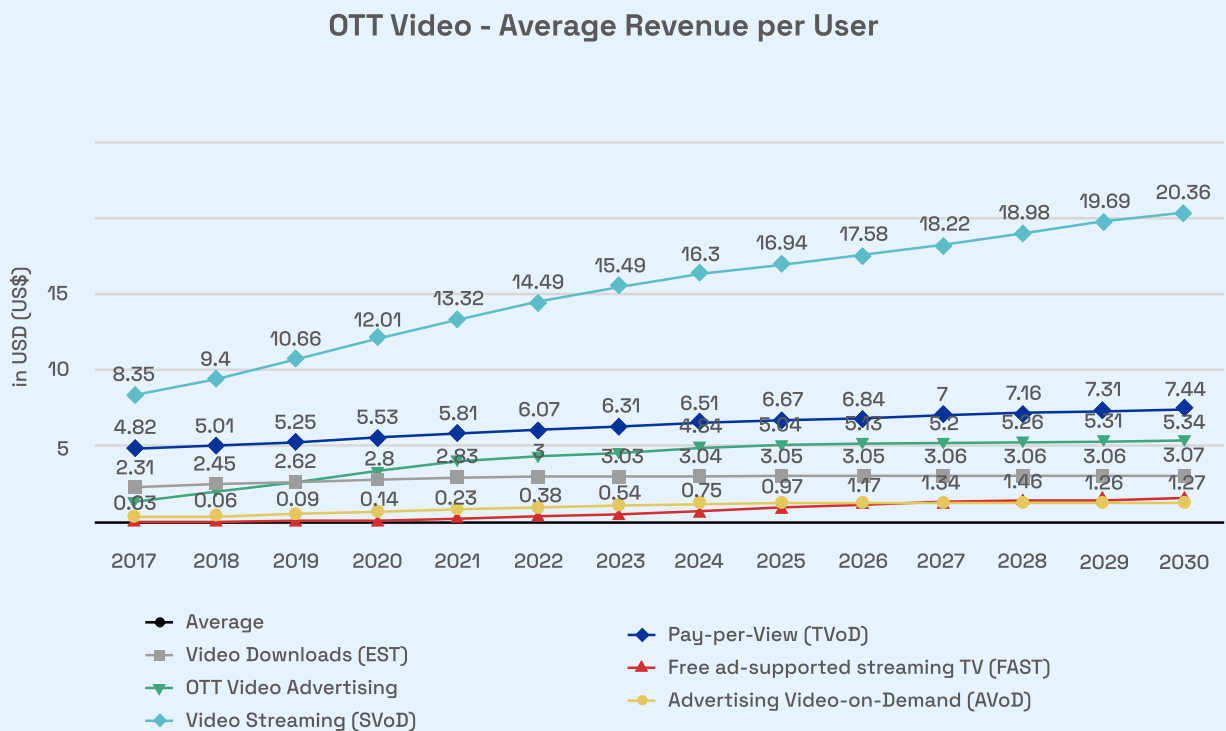
Dari berbagai model tata kelola di atas; mulai dari lisensi berbayar di Turki, kontribusi finansial di Kanada, hingga kewajiban infrastruktur di Korea Selatan; benang merahnya sangat jelas: seluruh negara tersebut melakukan revisi terhadap undang-undang penyiaran mereka untuk mengakomodasi SVoD. Argumentasi dasarnya adalah bahwa SVoD merupakan bentuk baru kegiatan penyiaran yang memiliki esensi sama dengan penyiaran konvensional, yakni memproduksi, mendistribusikan, dan memiliki tanggung jawab redaksional. Oleh karena itu, SVoD juga harus tunduk pada semangat regulasi yang sama, yakni perlindungan audiens dan dukungan terhadap kepentingan nasional.



Pengaturan SVoD di Indonesia



Urgensi untuk mengatur SVoD juga relevan di Indonesia. Platform dengan model bisnis SVoD mengalami pertumbuhan yang cukup pesat di Indonesia. Data Statista (2025) menunjukkan adanya tren kenaikan yang konsisten pada pendapatan rata-rata per pengguna di sektor OTT. SVoD mencatatkan dominasi nilai ekonomi yang tak tergoyahkan dibandingkan model monetisasi lainnya seperti Pay-per-View (TVoD) atau Advertising Video-on-Demand (AVoD).

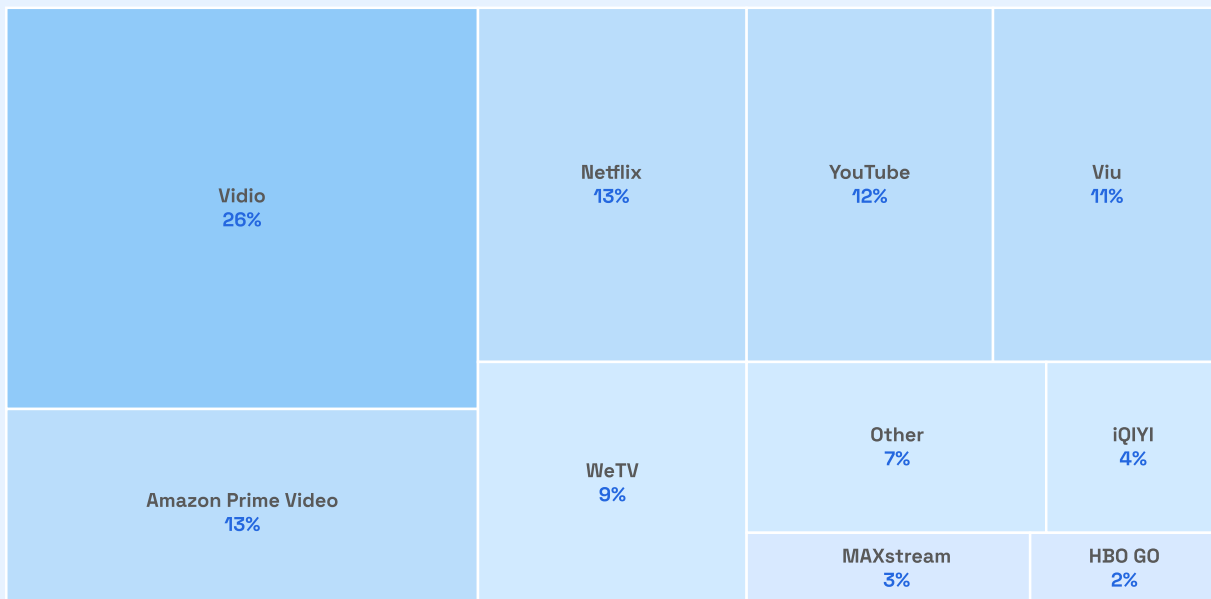


Gambar 8. Pertumbuhan Rata-Rata Pendapatan per Pengguna Platform OTT di Indonesia

Sumber: Statista (2025)

Pada tahun 2017, pertumbuhan rata-rata pendapatan per pengguna untuk layanan SVoD di Indonesia tercatat sebesar USD 8,35. Angka ini melonjak hampir dua kali lipat mencapai USD 16,3 pada tahun 2024. Tren positif ini diproyeksikan akan terus berlanjut secara konsisten hingga menembus angka USD 20,36 pada tahun 2030, jauh meninggalkan model TVoD yang diproyeksikan hanya mencapai USD 7,44 pada periode yang sama. Tingginya valuasi per pengguna pada model SVoD ini tidak hanya menandakan besarnya potensi ekonomi digital Indonesia, tetapi juga menegaskan mendesaknya kebutuhan kerangka regulasi yang mampu menangkap nilai ekonomi tersebut, baik melalui pajak maupun kontribusi konten lokal, sekaligus melindungi konsumen di tengah pasar yang semakin matang.

OTT Video - Brand Shares (BETA)



Gambar 9. Pangsa Merek (Brand Share) Platform OTT di Indonesia

Sumber: Statista (2025)

Pertumbuhan platform OTT di Indonesia ini juga diiringi dengan sebuah fenomena menarik dalam peta persaingan antar-platform yang menyoroti preferensi kultural audiens Indonesia. Berdasarkan data Statista mengenai pangsa merek atau *brand share* platform OTT, terungkap bahwa Vidio, platform SVoD lokal, berhasil menduduki posisi puncak dengan penguasaan pasar merek 26%. Angka ini secara signifikan mengungguli raksasa global seperti Netflix dan Amazon Prime Video yang masing-masing hanya memegang pangsa pasar sebesar 13%, serta platform regional seperti Viu (11%) dan WeTV (9%).

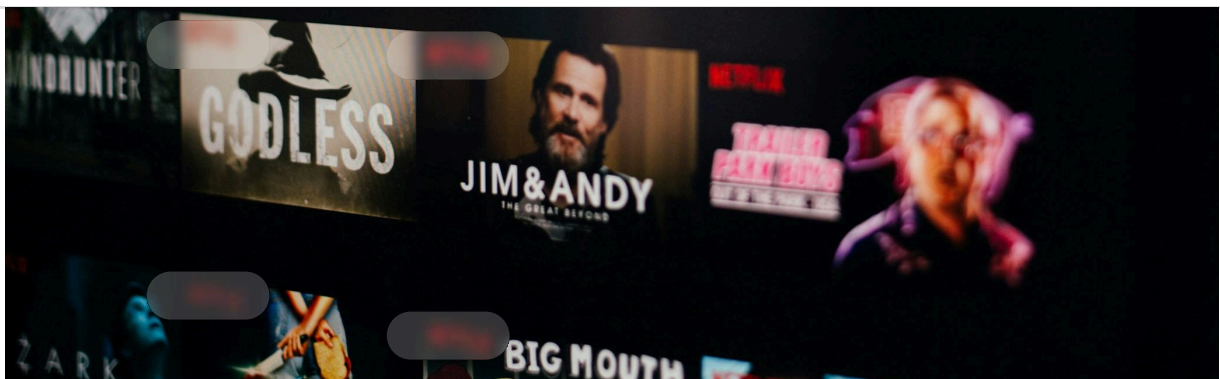
Dominasi Vidio di tengah gempuran platform transnasional ini bukanlah anomali, melainkan validasi empiris bahwa masyarakat Indonesia memiliki dahaga yang besar terhadap tontonan bernuansa lokal. Keberhasilan Vidio, yang strategi kontennya sangat menitikberatkan pada olahraga lokal, sinetron, dan serial orisinal Indonesia, mengirimkan sinyal kuat bahwa narasi "konten asing akan mematikan konten lokal" tidak sepenuhnya akurat jika ekosistem domestik didukung dengan baik. Realitas pasar ini justru menegaskan bahwa urgensi regulasi, seperti penerapan kuota konten lokal ala AVMSD di Eropa, bukanlah sebuah beban regulasi yang dipaksakan (*top-down*), melainkan sebuah langkah strategis yang selaras dengan permintaan organik pasar (*market-driven*). Dengan kata lain, konsumen Indonesia sesungguhnya menginginkan cerita mereka sendiri tampil di layar OTT, dan regulasi hadir untuk memastikan bahwa seluruh pemain, termasuk platform asing, turut berkontribusi dalam memenuhi permintaan kultural tersebut.

Kerangka regulasi yang mengatur kuota konten lokal untuk penyiaran di Indonesia sebenarnya sudah ada. P3-SPS KPI saat ini mewajibkan konten lokal mengisi minimal 10% dari program, dengan target jangka panjang mencapai 50% meskipun peta jalan pencapaiannya belum terperinci secara teknis. Semangat proteksi ini kemudian dieskalasi dalam draf Revisi RUU Penyiaran 2024 yang mengusulkan kuota konten lokal hingga 60%. Lebih spesifik bagi Lembaga Penyiaran Berlangganan, yang kemungkinan akan mencakup platform SVoD, RUU ini mewacanakan rasio penayangan 1 banding 10 antara produk domestik dan internasional. Sayangnya, pendekatan ini masih bersifat punitif atau berbasis denda dan belum mengadopsi mekanisme redistribusi ekonomi seperti AVMSD. Akibatnya, tidak ada kejelasan mengenai alokasi pajak atau pendapatan sanksi untuk pengembangan kembali industri kreatif nasional.

Pendekatan kuota yang kaku tanpa disertai strategi penguatan kapasitas produksi domestik menyimpan risiko. Tanpa insentif yang memadai, kewajiban kuota yang terlalu tinggi berpotensi mendorong platform global untuk sekadar memenuhi syarat administrasi dengan membanjiri katalog mereka menggunakan konten lokal berkualitas rendah atau lama (*content dumping*), yang justru kontraproduktif terhadap citra perfilman nasional. Oleh karena itu, fokus regulasi seharusnya tidak hanya terpaku pada angka persentase, tetapi pada kemitraan yang strategis antara berbagai aktor, terutama dengan platform itu sendiri. Pemerintah perlu mendorong skema yang memberi insentif jelas kepada platform global, seperti pengurangan pajak, dengan syarat mereka melakukan investasi langsung pada rumah produksi lokal, pembangunan studio, atau pendanaan proyek orisinal Indonesia yang berkualitas tinggi.

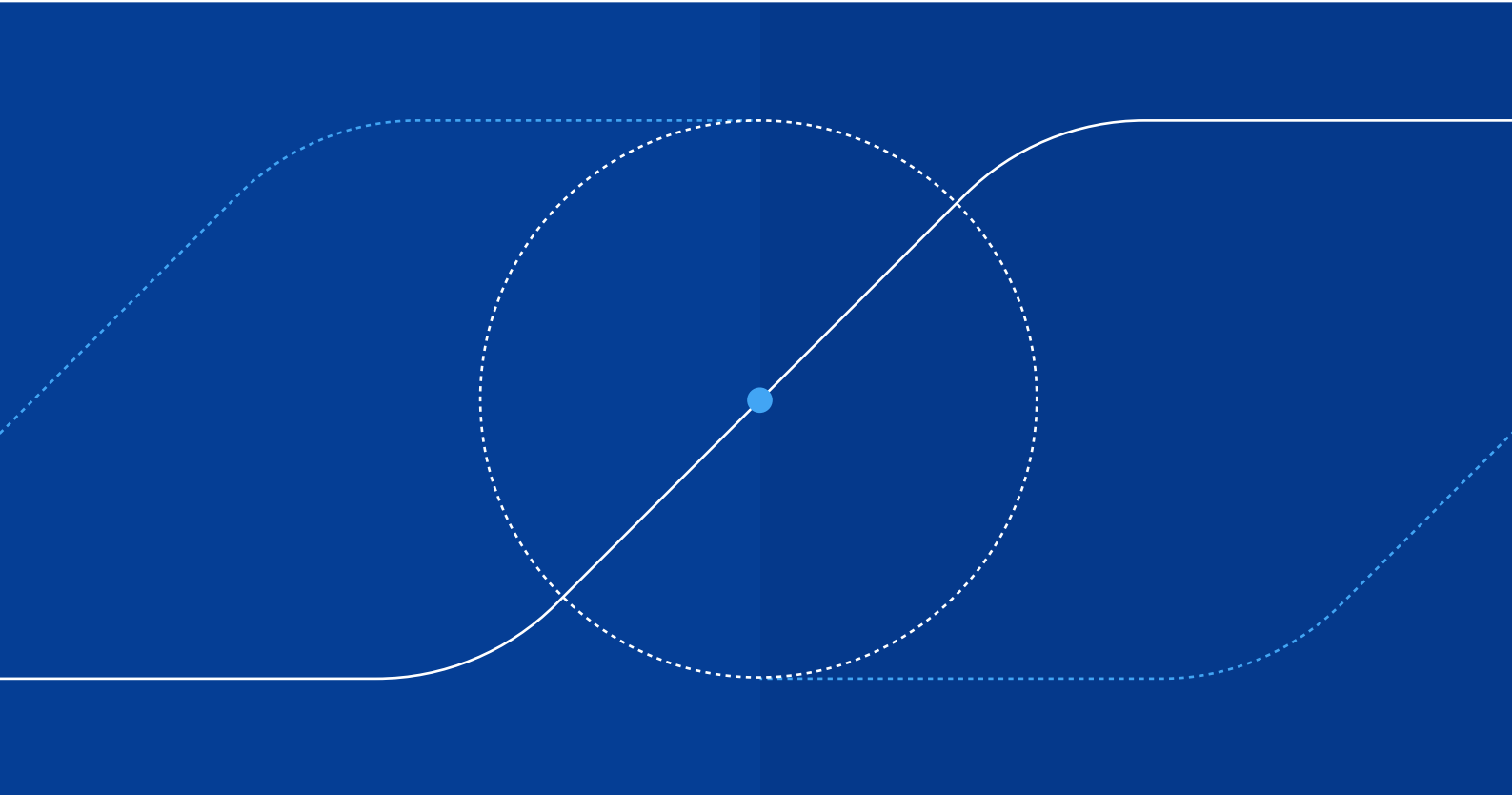
Bukti bahwa investasi kualitas lebih efektif daripada sekadar kuota artifisial dapat dilihat dari manuver Netflix di pasar Indonesia. Kesuksesan serial seperti *Gadis Kretek* dan *Joko Anwar's Nightmares and Daydreams* yang menduduki peringkat tinggi di Netflix membuktikan bahwa konten Indonesia memiliki daya saing internasional jika diproduksi dengan standar tinggi (Kompas, 2024). Hal ini diperkuat oleh temuan AlphaBeta (2018) yang melaporkan bahwa hampir separuh waktu tonton pengguna VOD berbayar di Indonesia didedikasikan untuk konten lokal. Data ini menepis mitos bahwa dominasi platform asing akan mematikan budaya nasional. Sebaliknya, permintaan yang kuat ini justru menjadi insentif alami bagi pemain global untuk melokalisasi strategi mereka.

Dengan demikian, pemerintah dan industri film nasional sebaiknya memanfaatkan momentum ini. Kebijakan kuota tetap dapat dipertahankan sebagai mekanisme kendali distribusi (*safeguard*), tetapi harus diterapkan dengan fleksibilitas yang cukup dan ditargetkan khusus untuk platform SVoD agar tidak membebani ekosistem dan menghadirkan ketidakjelasan tata kelola. Prioritas utama haruslah bergeser pada penciptaan iklim investasi yang memungkinkan cerita-cerita lokal diangkat dengan kualitas produksi kelas dunia serta memperjelas tata kelola multipihak antara negara dan platform, memastikan bahwa kedaulatan digital Indonesia dibangun di atas fondasi karya yang bermutu, bukan sekadar angka di atas kertas.





Kesimpulan



Transformasi ekosistem media Indonesia dalam dua dekade terakhir menunjukkan bahwa regulasi penyiaran nasional tidak lagi memadai untuk menjawab tantangan konvergensi media dan dominasi platform digital global. Keterlambatan respons regulatif ini melahirkan dorongan revisi Undang-Undang Penyiaran. Namun, draf RUU Penyiaran 2024 justru menghadirkan solusi yang keliru: penyamarataan seluruh platform digital sebagai penyiaran konvensional dan pemusatan kewenangan pada KPI tanpa mekanisme partisipasi publik yang memadai.

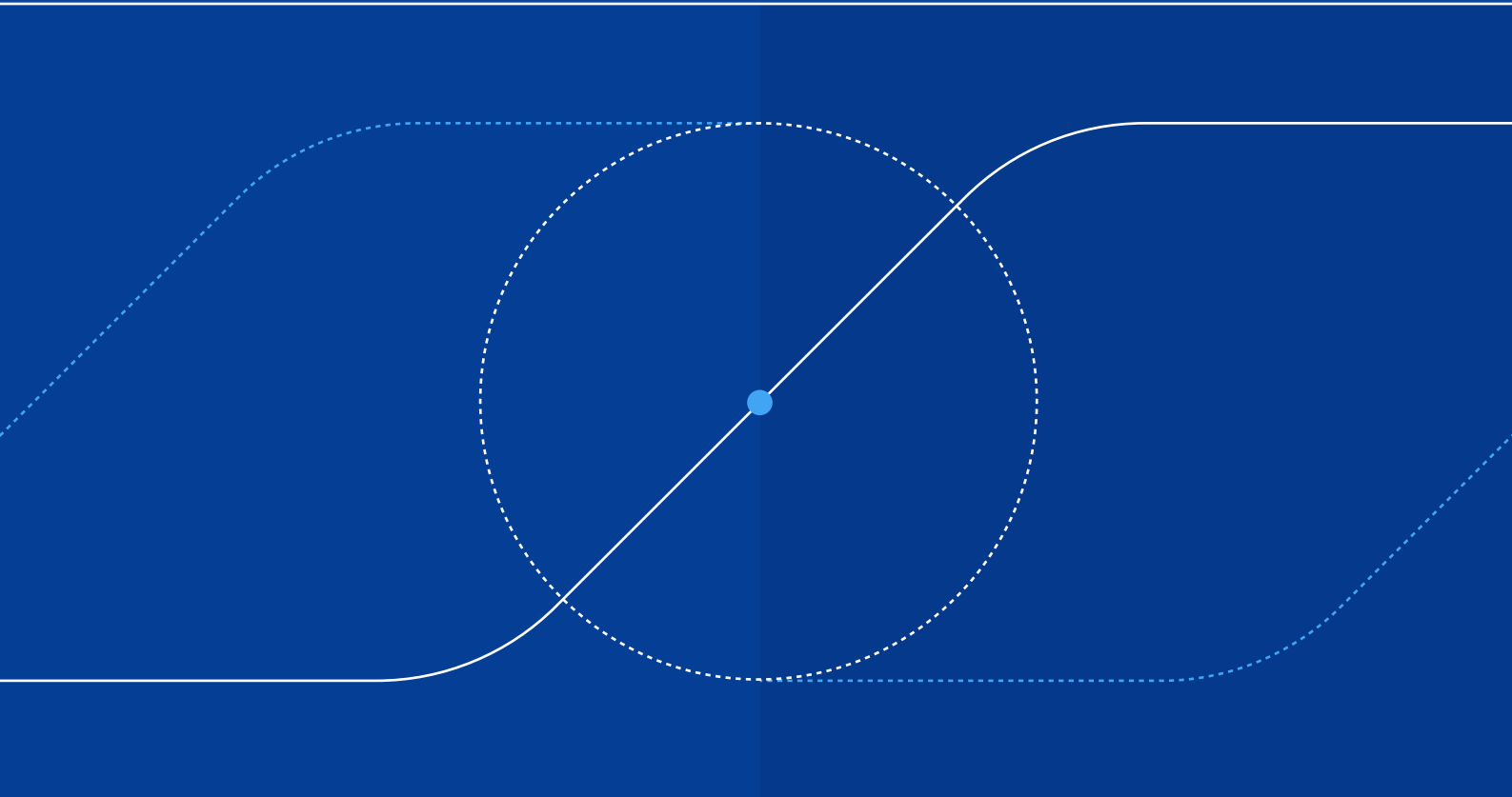
Pembelajaran dari perkembangan regulasi platform digital di berbagai negara menunjukkan bahwa tata kelola platform digital yang efektif tidak bergantung pada kontrol tunggal negara, tetapi pada model multipihak yang melibatkan regulator, industri, masyarakat sipil, dan pengguna. Berbagai kerangka internasional; seperti DSA serta berbagai model peraturan platform SVoD di Uni Eropa, Inggris, Kanada, Singapura, Turki, dan Korea Selatan; menegaskan bahwa pengaturan yang proporsional mensyaratkan pembedaan yang jelas antara UGC dan OTT, khususnya SVoD. Jika Indonesia ingin mengatur sebagian platform digital melalui logika penyiaran, maka SVoD, sebagai jenis OTT dengan potensi ekonomi terbesar dan karakteristik yang paling mendekati penyiaran tradisional, merupakan kategori yang paling tepat untuk diatur melalui undang-undang penyiaran. Pilihan untuk mengatur SVoD, bukan seluruh bentuk platform digital secara serampangan, merupakan salah satu pilihan kebijakan yang paling rasional dalam memperbarui undang-undang penyiaran.

Penguatan regulasi SVoD, apabila mengacu ke berbagai peraturan dan model tata kelola yang sudah ada di berbagai negara, perlu diarahkan pada dua pilar utama: (1) pengawasan yang proporsional dan berbasis risiko, serta (2) skema kontribusi platform terhadap ekosistem kreatif nasional. Kebijakan kuota konten lokal dapat berguna sebagai instrumen distribusi, tetapi harus dibarengi insentif investasi langsung, peningkatan kapasitas produksi domestik, dan tata kelola yang transparan agar tidak menimbulkan distorsi pasar maupun penurunan kualitas konten.

Revisi regulasi penyiaran Indonesia seharusnya tidak terjebak pada logika penyamaan platform digital sebagai penyiaran, tetapi berpijak pada pemahaman bahwa platform digital adalah ekosistem kompleks yang membutuhkan tata kelola yang berbeda, berlapis, dan kolaboratif. Dengan menempatkan negara, platform, dan publik dalam posisi yang lebih setara, Indonesia dapat membangun kedaulatan digital yang tidak hanya protektif, tetapi juga produktif bagi perkembangan industri media, budaya, dan demokrasi.



Referensi



- Access Partnership. (2023). *Asia on Demand: The growth of VOD investment in local entertainment industries*.
- Amnesty International Indonesia. (2025, Agustus 18). *Refleksi HUT ke-80 RI: 903 Orang dijerat UU ITE dan makar sejak 2018*. <https://www.amnesty.id/kabar-terbaru/siaran-pers/refleksi-hut-ke-80-ri-kemerdekaan-903-orang-dijerat-uu-ite-dan-makar-sejak-2018/08/2025/>
- Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI). (2025). *Policy Paper: Pengaturan layanan Subscription Video-On-Demand (SVOD) di Indonesia*. Jakarta: ATVSI.
- Bray, D., & Cerf, V. (2019). The unfinished work of the internet. In M. Graham & W. H. Dutton (Eds.), *Society and the Internet: How networks of information and communication are changing our lives*. Oxford University Press.
- Campaign Indonesia. (2024). *GroupM: 75 persen total belanja iklan Indonesia dikuasai digital di 2025*. <https://www.campaignindonesia.id/article/groupm-75-persen-total-belanja-iklan-indonesia-dikuasai-digital-di-2025/1899589>
- Cassels. (2024). *CRTC imposes financial contribution requirement on foreign online streaming services*. <https://cassels.com/insights/crtc-imposes-financial-contribution-requirement-on-foreign-online-streaming-services/>
- Center for Innovation Policy and Governance (CIPG). (2012). *Media policy and industry in Indonesia: A report*. (Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S.). <https://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-1-Media-Policy-2012.pdf>
- Council of Europe. (2022). *Financial obligations for VOD services*. European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/iris-plus-2022en2-financial-obligations-for-vod-services/1680a6889c>
- Czech Telecommunication Office. (2024). *What is the Digital Services Act (DSA)?* <https://ctu.gov.cz/en/what-dsa>
- European Commission. (2020). *The Digital Services Act: Ensuring a safe and accountable online environment*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/node/13281/printable/pdf>
- European Audiovisual Observatory. (n.d.). *The protection of minors on video sharing platforms (VSPs): Age verification and parental control*. <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/-/the-protection-of-minors-on-video-sharing-platforms-vsps-age-verification-and-parental-control>
- Flew, T., & Martin, F. R. (Eds.). (2022). *Digital platform regulation: Global perspectives on internet governance*. Springer Cham. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-95220-4>
- Fuchs, C. (2014). *Digital labour and Karl Marx*. Routledge.
- Halpern, D. (2016). *Inside the Nudge Unit: How small changes can make a big difference*. WH Allen.
- Hill, D. T., & Sen, K. (2005). The Internet in Indonesia's new democracy. *Journal of Contemporary Asia*, 35(1). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00472336.2012.757434>
- Husovec, M. (2024). *The Digital Services Act*. Oxford University Press. <https://academic.oup.com/oxford-law-pro/book/58088>

- Infocomm Media Development Authority (IMDA). (2019). *Content code for over-the-top, video-on-demand and niche services*. Pemerintah Singapura. <https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulations-and-licensing/regulations/codes-of-practice/codes-of-practice-media/ott-vod-niche-services-content-code-updated-29-april-2019.pdf>
- International Telecommunication Union (ITU). (2024). *Terms, definitions and acronyms for television and sound transmission and integrated broadband cable networks*. <https://www.itu.int/epublications/publication/itu-t-j-1-2024-01-terms-definitions-and-acronyms-for-television-and-sound-transmission-and-integrated-broadband-cable-networks>
- Internews. (2024, Desember). *Media ownership and political affiliation in Indonesia*. PR2Media. <https://internews.org/wp-content/uploads/2024/12/PR2Media-Media-Ownership-and-Political-Affiliation-in-Indonesia.pdf>
- Jensen, K. B. (2022). *Media convergence: The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003199601/media-convergence-klaus-bruhn-jensen>
- Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi). (2024). *RUU Penyiaran harus jawab kebutuhan masyarakat*. <https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/ruu-penyiaran-harus-jawab-kebutuhan-masyarakat>
- Kitley, P. (2000). *Television, nation and culture in Indonesia*. Ohio University Press.
- Kompas.id. (2024). *Mengapa penolakan terhadap RUU Penyiaran meluas? Apa saja sisi kontroversi RUU ini*. <https://www.kompas.id/artikel/mengapa-penolakan-terhadap-ruu-penyiaran-meluas-apa-saja-sisi-kontroversi-ruu-ini>
- Kompas.id. (2024). *Mengatur penyiaran jangan sampai kebablasan membungkam pers*. <https://www.kompas.id/artikel/mengatur-penyiaran-jangan-sampai-kebablasan-membungkam-pers>
- Kompas.id. (2024). *Serial lokal jadi senjata Netflix rebut pasar regional*. <https://www.kompas.id/artikel/serial-lokal-jadi-senjata-netflix-rebut-pasar-regional>
- Lim, M. (2006). The Internet, social networks, and reform in Indonesia. *Media Asia*, 33(1-2). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01296612.2006.11726827>
- Media Indonesia. (2024). *Mengapa KPI dorong revisi UU Penyiaran*. <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/674285/mengapa-kpi-dorong-revisi-uu-penyiaran>
- Mordor Intelligence. (2024). *Indonesia digital advertising market analysis*. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-digital-advertising-market>
- Network Industries Quarterly. (2019). *OTT regulation in Turkey*. <https://www.network-industries.org/wp-content/uploads/2019/07/OTT-regulation-in-Turkey.pdf>
- Niaga Asia. (2024). *Google dan Facebook kuasai 75-80% dari total belanja iklan digital nasional*. <https://www.niaga.asia/google-dan-facebook-kuasai-75-80-dari-total-belanja-iklan-digital-nasional/>
- Piper, T. (2009). *Don't shoot the messenger: Policy challenges facing the media* (A. Thornley, Ed.). USAID's Democratic Reform Support Program (USAID/DRSP).

- Reuters Institute. (2025). *Digital News Report 2025*. University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf
- Statista. (2025). *OTT Video: Average revenue per user in Indonesia*. <https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/ott-video/video-streaming-svod/worldwide?currency=USD>
- Statista. (2025). *OTT Video: Brand shares in Indonesia*. <https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/ott-video/indonesia?currency=USD>
- Suzor, N., & Gillet, R. (2022). Self-regulation and discretion. In T. Flew & F. R. Martin (Eds.), *Digital platform regulation: Global perspectives on internet governance*. Palgrave McMillan.
- Tapsell, R. (2022). Social media and the 2024 Indonesian election. *Indonesia and the Malay World*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13639811.2022.2026618>
- Tirto.id. (n.d.). *Betapa kecilnya peluang untuk lepas dari jerat UU ITE*. <https://tirto.id/betapa-kecilnya-peluang-untuk-lepas-dari-jerat-uu-ite-cVUm>
- UNESCO. (2023). *Guidelines for regulating digital platforms*. https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/04/draft2_guidelines_for_regulating_digital_platforms_en.pdf



FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
UNIVERSITAS GADJAH MADA
ROOM BC 201-203, BC BUILDING 2nd FLOOR
JALAN SOCIO YUSTISIA 1
BULAKSUMUR, YOGYAKARTA, 55281 INDONESIA

PHONE : (0274) 563362, Ext. 116 | +62 838 6969 8181 (WHATSAPP)
EMAIL : cfds.fisipol@ugm.ac.id
WEBSITE : digitalsociety.id

 facebook.com/cfdsugm
 [cfds_ugm](https://www.youtube.com/c/cfds_ugm)

 [Center for Digital Society \(CfDS\)](https://www.linkedin.com/company/Center-for-Digital-Society-CfDS)
 [@cfds_ugm](https://twitter.com/cfds_ugm)

 [CfDS UGM](https://www.youtube.com/c/cfds_ugm)
 [cfds_ugm](https://www.instagram.com/cfds_ugm)