

PERSAINGAN USAHA PADA SEKTOR INDUSTRI PENYIARAN DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL

BUSINESS COMPETITION IN THE BROADCASTING INDUSTRY SECTOR IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION

Laode Azizul Kadir

Universitas Muhammadiyah Surakarta

laodeazizulk@gmail.com

Abstrak

Transformasi digital dalam sektor penyiaran telah mengubah struktur persaingan usaha secara signifikan di Indonesia. Konvergensi antara penyiaran konvensional dan layanan digital berbasis internet seperti Over The Top (OTT) dan streaming platform menimbulkan tantangan baru bagi hukum persaingan usaha nasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas regulasi persaingan usaha di sektor penyiaran, mengidentifikasi praktik oligopoli dan monopoli oleh konglomerasi media, serta menilai implikasi hukum dari kehadiran layanan digital global terhadap keadilan pasar dan kedaulatan informasi nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan mengkaji Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, dan kebijakan Kementerian Komunikasi dan Informatika terkait layanan OTT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur industri penyiaran di Indonesia masih terkonsentrasi pada kelompok usaha besar seperti Emtek, MNC Group, dan Transmedia, yang menguasai lebih dari 80% pangsa pasar periklanan dan distribusi konten. Di sisi lain, kehadiran platform digital asing seperti YouTube, Netflix, dan Disney+ menimbulkan *regulatory gap* karena belum sepenuhnya tunduk pada sistem pengawasan persaingan nasional. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan kebijakan hukum yang lebih adaptif dan integratif antara Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), dan Kementerian Kominfo untuk menciptakan ekosistem penyiaran yang adil, kompetitif, dan berkeadilan sosial di era digital.

Kata kunci: Persaingan usaha, Penyiaran, Oligarki media, OTT, Hukum digital.

Abstract

The digital transformation of the broadcasting industry has profoundly reshaped the structure of business competition in Indonesia. The convergence between conventional broadcasting and internet-based digital services such as Over-The-Top (OTT) and streaming platforms presents new challenges for the enforcement of national competition law. This research aims to analyze the effectiveness of competition regulations in the broadcasting sector, identify oligopolistic and monopolistic practices among major media conglomerates, and assess the legal implications of global digital platforms on market fairness and national information sovereignty. This study employs a normative juridical approach by examining Law No. 5 of 1999 on Prohibition of Monopoly Practices and Unfair Business Competition, Law No. 32 of 2002 on Broadcasting, and regulatory frameworks issued by the Ministry of Communication and Informatics concerning OTT services. The findings reveal that Indonesia's broadcasting industry remains dominated by large media conglomerates such as Emtek, MNC Group, and Transmedia, which collectively control more than 80% of the advertising and content distribution market share. Meanwhile, global digital platforms like YouTube, Netflix, and Disney+ have created a significant regulatory gap,

as they operate outside the scope of domestic competition supervision. Therefore, a more adaptive and integrative legal framework is needed to strengthen coordination between the Indonesian Broadcasting Commission (KPI), the Business Competition Supervisory Commission (KPPU), and the Ministry of Communication and Informatics. Such reforms are essential to establish a fair, competitive, and socially just broadcasting ecosystem in the digital era.

Keywords: Competition law, Broadcasting, Media oligopoly, OTT, Digital regulation.

I. PENDAHULUAN

Industri penyiaran di Indonesia merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam membentuk opini publik, menggerakkan industri kreatif, dan mendukung demokrasi melalui penyebaran informasi. Namun, di balik peran vital tersebut, terdapat persoalan struktural yang cukup mendalam, yakni tingginya tingkat konsentrasi kepemilikan media dan lemahnya pengawasan terhadap persaingan usaha di sektor ini. Kondisi ini menyebabkan sebagian besar lembaga penyiaran berada di bawah kendali segelintir konglomerasi media nasional seperti MNC Group (RCTI, GTV, iNews), Emtek Group (SCTV, Indosiar, Vidio), Trans Corp (TransTV, Trans7), dan Viva Group (tvOne, ANTV).

Data yang dirilis oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI, 2023) menunjukkan bahwa empat kelompok usaha besar tersebut menguasai lebih dari 85% pangsa pasar siaran televisi nasional. Di sisi lain, KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) dalam Laporan Tahunannya (2023) menegaskan bahwa sektor media termasuk dalam kategori “pasar dengan potensi oligopoli tinggi”, karena adanya praktik *cross-ownership* antarperusahaan penyiaran, periklanan, dan digital platform yang menghambat masuknya pelaku usaha baru (*barrier to entry*). Konsentrasi kepemilikan ini menimbulkan risiko distorsi pasar

dan pengaruh terhadap keragaman konten (*diversity of content*). Dalam konteks demokrasi, dominasi media oleh kelompok oligarkis dapat mengancam kebebasan informasi publik, karena media tidak lagi berfungsi sebagai *watchdog* independen, melainkan alat politik dan ekonomi kelompok tertentu. Fenomena ini dikenal sebagai oligarki media, yaitu penguasaan ruang informasi oleh konglomerasi yang berorientasi pada kepentingan modal, bukan kepentingan publik.

Secara normatif, pengaturan persaingan usaha telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-undang ini menegaskan prinsip dasar untuk mencegah penguasaan pasar oleh satu atau sekelompok pelaku usaha. Namun, dalam praktiknya, implementasi UU ini terhadap industri penyiaran masih sangat terbatas karena sektor penyiaran memiliki rezim regulasi tersendiri yang diatur melalui Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Kedua rezim hukum tersebut berjalan secara paralel, tanpa mekanisme koordinasi yang efektif antara KPPU dan KPI. Sebagai contoh, dalam beberapa kasus dugaan pelanggaran persaingan usaha di sektor media, seperti akuisisi stasiun televisi lokal oleh grup besar (2015–2021), KPPU belum memiliki dasar normatif yang

Persaingan Usaha pada Sektor Industri Penyiaran di Era Transformasi Digital

kuat untuk melakukan intervensi karena bentuk transaksinya dianggap “lintas sektor” yang juga tunduk pada UU Penyiaran. Akibatnya, regulasi persaingan usaha di bidang penyiaran bersifat reaktif dan tidak preventif, sehingga membuka ruang bagi praktik oligopoli yang terselubung.

Selain itu, dinamika industri penyiaran kini semakin kompleks akibat konvergensi teknologi digital. Munculnya layanan Over The Top (OTT) seperti Netflix, Disney+ Hotstar, YouTube, dan Vidio mengubah pola konsumsi media masyarakat dari sistem broadcasting (penyiaran) menjadi narrowcasting (personalized streaming). Berdasarkan data We Are Social (2024), rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan lebih dari 3 jam per hari menonton konten digital berbasis streaming, sementara waktu menonton televisi konvensional turun hingga 23% dibandingkan tahun 2018.

Fenomena ini menunjukkan pergeseran struktur pasar media dari penyiaran linear ke arah platform digital. Namun, pergeseran tersebut belum diikuti oleh pembaruan hukum yang memadai. Hingga kini, belum ada regulasi nasional yang secara komprehensif mengatur persaingan usaha di sektor OTT dan platform streaming, termasuk kewajiban izin usaha, perpajakan, maupun mekanisme pengawasan konten lintas negara. Kondisi ini menciptakan asimetris regulasi, di mana pelaku usaha lokal penyiaran konvensional tunduk pada kewajiban ketat (izin siaran, konten lokal, dan frekuensi), sementara pelaku OTT global beroperasi dengan regulasi yang sangat longgar.

Kesenjangan regulasi tersebut mengakibatkan distorsi kompetisi

dan berpotensi melemahkan industri penyiaran nasional. Stasiun televisi yang berbasis iklan menghadapi penurunan pendapatan akibat pergeseran belanja iklan digital. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) menunjukkan bahwa 60% belanja iklan nasional kini beralih ke platform digital, dengan dominasi dua perusahaan global — Google dan Meta — yang menguasai hampir 75% pasar iklan digital Indonesia.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa persaingan usaha di sektor penyiaran tidak lagi bersifat domestik, tetapi telah memasuki fase kompetisi lintas yurisdiksi dan lintas teknologi. Karena itu, pendekatan hukum yang sektoral dan konvensional tidak lagi memadai. Diperlukan reformulasi regulasi yang mengintegrasikan hukum penyiaran dan hukum persaingan usaha dalam kerangka digital convergence regulation.

Berdasarkan uraian tersebut, tulisan ini berupaya menjawab tiga persoalan utama:

1. Bagaimana efektivitas regulasi persaingan usaha dalam mengatur industri penyiaran nasional?
2. Bagaimana praktik oligarki dan konsentrasi kepemilikan media memengaruhi struktur pasar dan kebebasan informasi publik?
3. Bagaimana transformasi digital melalui OTT dan layanan streaming mengubah lanskap persaingan usaha serta menuntut pembaruan hukum yang adaptif?

Dengan mengkaji persoalan ini melalui pendekatan hukum normatif dan analisis ekonomi media, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gagasan reformasi

hukum penyiaran yang mampu menjamin terciptanya persaingan usaha yang sehat, inovatif, dan inklusif di era digital

II. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif (normative legal research) dengan fokus analisis terhadap norma, asas, dan doktrin hukum yang mengatur persaingan usaha di sektor penyiaran serta dampaknya terhadap dinamika industri di era digital. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dikaji bersumber dari ketidakharmonisan regulasi dan tumpang tindih kewenangan antar-lembaga, sehingga memerlukan telaah mendalam terhadap struktur hukum positif dan relevansinya dalam konteks transformasi digital.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum deskriptif-analitis, yaitu penelitian yang berupaya menggambarkan kondisi hukum yang berlaku, kemudian menganalisis efektivitasnya dalam menghadapi fenomena baru di sektor penyiaran. Pendekatan utama yang digunakan meliputi:

- a) Pendekatan Perundang-undangan (Statute Approach), dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan persaingan usaha dan penyiaran, antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
2. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran;

3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (beserta perubahannya);
4. Peraturan KPPU Nomor 3 Tahun 2019 tentang Penilaian Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan Perusahaan; serta
5. Peraturan Menteri Kominfo Nomor 8 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Layanan Over The Top (OTT).

- b) Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi celah hukum (regulatory gap) dan overlapping authority antara KPPU, KPI, dan Kementerian Kominfo dalam mengatur dinamika industri media.
- c) Pendekatan Konseptual (Conceptual Approach), dengan mengkaji teori-teori yang relevan seperti Teori Struktur Pasar (Market Structure Theory), Teori Keadilan dalam Persaingan Usaha, serta Konsep Oligarki Media dan Konvergensi Digital yang berkembang dalam literatur ekonomi media. Teori ini digunakan untuk menafsirkan kembali peran hukum dalam mengatur keseimbangan antara efisiensi ekonomi, kebebasan informasi, dan keadilan sosial.
- d) Pendekatan Komparatif (Comparative Approach), dengan melakukan perbandingan terhadap sistem hukum negara lain yang telah lebih maju dalam mengatur persaingan usaha di sektor media digital,

Persaingan Usaha pada Sektor Industri Penyiaran di Era Transformasi Digital

seperti Australia dengan Competition and Consumer Act 2010 dan Uni Eropa melalui Digital Markets Act (DMA) 2022. Pendekatan ini dimaksudkan untuk menemukan model regulasi ideal yang dapat diadopsi dalam konteks hukum Indonesia.

2. Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Data penelitian ini berasal dari bahan hukum primer dan sekunder:

a. Bahan hukum primer, meliputi:

Peraturan perundang-undangan nasional di bidang persaingan usaha, penyiaran, dan digitalisasi media;

1. Putusan-putusan KPPU yang relevan dengan kasus persaingan usaha di sektor media dan telekomunikasi (misalnya Putusan KPPU No. 07/KPPU-I/2019 tentang dugaan monopoli layanan digital); serta

2. Kebijakan pemerintah atau peraturan turunan yang mengatur layanan OTT dan pengawasan konten digital.

b. Bahan hukum sekunder, meliputi:

1. Buku-buku dan literatur akademik tentang hukum ekonomi, hukum media, dan kebijakan komunikasi publik;

2. Artikel jurnal nasional dan internasional mengenai oligarki media, transformasi digital, dan hukum persaingan usaha;

3. Laporan tahunan dan riset resmi dari KPPU, KPI, Kominfo, dan lembaga riset global seperti Reuters

Institute Digital News Report (2024) dan We Are Social (2024).

c. Bahan hukum tersier, seperti kamus hukum, ensiklopedia, dan data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang mendukung analisis empiris struktur industri penyiaran.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Struktur Oligarki dan Konsentrasi Kepemilikan Media di Indonesia

Struktur industri penyiaran di Indonesia memperlihatkan karakteristik oligopolistik yang kuat. Berdasarkan laporan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI, 2023), dari 15 stasiun televisi nasional, lebih dari 80% sahamnya dikuasai oleh empat kelompok usaha besar, yakni MNC Group, Emtek Group, Trans Corp, dan Viva Group. Kondisi ini menunjukkan bahwa struktur pasar media tidak kompetitif, karena tingkat konsentrasi yang tinggi menimbulkan barrier to entry bagi pelaku baru (Croteau & Hoynes, 2019; Picard, 2011).

Dalam teori ekonomi industri, struktur pasar oligopolistik dicirikan oleh dominasi segelintir pelaku usaha besar yang memiliki kontrol atas produksi dan distribusi (Bain, 1959; Scherer & Ross, 1990). Hal ini berimplikasi terhadap terbatasnya pilihan bagi konsumen dan menurunnya keberagaman konten. Di Indonesia, oligopoli media sering diperkuat oleh afiliasi politik dan keterlibatan konglomerasi dalam sektor non-media seperti energi dan keuangan (Tapsell, 2017; Nugroho, 2021).

Konsentrasi kepemilikan tersebut juga menimbulkan dampak terhadap kebebasan informasi publik. Dalam konteks demokrasi, dominasi media oleh kelompok

tertentu dapat menciptakan media capture, yaitu kondisi di mana media tidak lagi independen dalam menyampaikan berita (Prasetyo, 2020). Dengan demikian, permasalahan persaingan usaha di industri penyiaran tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga menyangkut hak masyarakat atas informasi yang beragam dan bebas dari kepentingan politik.

Studi KPPU (2023) menunjukkan adanya praktik pengendalian lintas media, misalnya konglomerasi yang menguasai televisi, radio, media daring, dan platform streaming sekaligus. Fenomena cross-media ownership seperti ini berpotensi menghambat tumbuhnya pelaku usaha lokal dan memperkuat struktur pasar tertutup (closed market structure). Dalam kasus tertentu, kepemilikan silang juga menyebabkan konflik kepentingan vertikal dalam penetapan tarif iklan dan distribusi konten (Tandoc et al., 2022).

2. Kelemahan Regulasi Persaingan Usaha di Sektor Penyiaran

Meskipun Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 telah mengatur prinsip larangan monopoli, penerapannya terhadap sektor penyiaran masih terbatas. Hal ini disebabkan oleh dua faktor utama. Pertama, tumpang tindih yurisdiksi antara KPPU dan KPI. UU No. 32 Tahun 2002 menempatkan KPI sebagai lembaga independen dalam pengawasan isi siaran, namun tidak secara eksplisit memberikan kewenangan terhadap struktur kepemilikan atau konsentrasi pasar. Akibatnya, aspek ekonomi industri penyiaran tidak terawasi secara efektif (Syahputra, 2020; Lubis, 2019).

Kedua, keterbatasan instrumen hukum dalam mengatur penggabungan dan akuisisi perusahaan media. Walaupun KPPU menerbitkan Peraturan No. 3 Tahun 2019 tentang Merger Control, regulasi ini belum secara spesifik mencakup industri penyiaran dan digital, sehingga pengawasan lebih bersifat reaktif ketimbang preventif. Dalam kasus pengambilalihan televisi lokal oleh jaringan nasional, KPPU sering menghadapi kesulitan menilai "pasar bersangkutan" (relevant market), karena faktor wilayah siaran, kepemilikan frekuensi, dan model bisnis digital (Simanjuntak, 2021).

Di negara lain, regulasi antitrust pada sektor media telah diatur secara tegas. Uni Eropa, melalui Audiovisual Media Services Directive (AVMSD), menetapkan batas kepemilikan lintas media maksimal 30% dari pangsa pasar nasional (European Commission, 2022). Sementara di Australia, Competition and Consumer Act 2010 memberikan otoritas kepada Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) untuk membatalkan merger yang berpotensi mengurangi keberagaman media (Hardy & O'Brien, 2018).

Indonesia belum memiliki regulasi sejenis yang secara eksplisit mengatur kepemilikan lintas media (cross-ownership rule). Ketiadaan batas kepemilikan menyebabkan konglomerasi dapat memperluas kendali mereka terhadap berbagai saluran media tanpa mekanisme pengawasan efektif. Padahal, dalam konteks demokrasi ekonomi, diversitas kepemilikan merupakan syarat penting bagi kebebasan informasi dan persaingan sehat (Napoli, 2015).

Persaingan Usaha pada Sektor Industri Penyiaran di Era Transformasi Digital

3. Tantangan Hukum Menghadapi Transformasi Digital dan OTT

Transformasi digital menjadi tantangan utama bagi regulasi persaingan usaha di sektor penyiaran. Layanan Over The Top (OTT) seperti Netflix, YouTube, Disney+ Hotstar, dan Vidio telah mengubah paradigma distribusi konten dari sistem broadcasting menjadi streaming-based platform. Menurut data We Are Social (2024), lebih dari 73% pengguna internet di Indonesia menonton video online setiap hari, menjadikan OTT sebagai pesaing langsung televisi konvensional.

Namun, secara hukum, OTT tidak dikategorikan sebagai lembaga penyiaran sebagaimana dimaksud dalam UU No. 32 Tahun 2002. Hal ini menciptakan asimetris regulasi (*regulatory asymmetry*), di mana penyiaran konvensional tunduk pada kewajiban perizinan dan pengawasan isi siaran, sementara OTT beroperasi dengan regulasi longgar (Setiadi, 2023). Kondisi ini menimbulkan distorsi persaingan, karena stasiun TV harus menanggung biaya lisensi, konten lokal, dan frekuensi, sedangkan platform digital bebas beroperasi dengan biaya operasional rendah (Halim & Rahardjo, 2022).

Selain itu, layanan OTT bersifat lintas yurisdiksi, sehingga menyulitkan pengawasan oleh lembaga nasional. UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan turunannya memang membuka ruang pengaturan OTT, namun belum memiliki mekanisme antitrust yang spesifik terhadap dominasi platform digital global (Yunus, 2023). Dalam konteks hukum persaingan, OTT seperti Google dan Meta telah dikritik di berbagai negara

karena menguasai pasar iklan digital hingga 75% secara global (OECD, 2023).

Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan reformasi regulasi terpadu antara KPPU, KPI, dan Kominfo melalui pembentukan Rancangan Undang-Undang Konvergensi Media yang telah masuk Prolegnas (DPR RI, 2024). Regulasi tersebut diharapkan mengintegrasikan pengawasan terhadap kepemilikan media, platform digital, dan layanan OTT dalam satu sistem hukum persaingan usaha yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Selain pendekatan hukum positif, Indonesia juga perlu mengembangkan pendekatan kebijakan berbasis nilai keadilan sosial, sebagaimana ditekankan oleh teori *Law as a Tool of Social Engineering* (Roscoe Pound, 1959). Hukum tidak hanya berfungsi menegakkan aturan, tetapi juga merekayasa struktur sosial-ekonomi agar lebih adil dan inklusif, termasuk dalam konteks industri penyiaran digital. Dengan demikian, pembaruan regulasi bukan sekadar respons administratif, melainkan strategi menuju transformasi hukum yang berkeadilan di era digitalisasi media.

IV. PENUTUP

Persaingan usaha dalam sektor penyiaran di Indonesia menghadapi tantangan struktural dan regulatif. Dominasi konglomerasi media dan masuknya platform OTT menimbulkan perubahan signifikan terhadap struktur pasar. Untuk menjamin keadilan dan efisiensi pasar, perlu dilakukan reformasi hukum penyiaran dan persaingan usaha dengan pendekatan lintas sektor.

KPPU harus memperkuat peran pengawasan terhadap penggabungan usaha media, sementara pemerintah perlu mengadopsi regulasi persaingan digital sebagaimana telah diterapkan di Uni Eropa dan Australia. Dengan demikian, industri penyiaran dapat berkembang dalam iklim kompetisi yang sehat, inovatif, dan inklusif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). *Survei Internet Indonesia 2024*. Jakarta.
- Bain, J. S. (1959). *Industrial Organization*. New York: Wiley.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2019). *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. Sage.
- DPR RI. (2024). *Naskah Akademik RUU Konvergensi Media*. Jakarta.
- European Commission. (2022). *Digital Markets Act and Competition Policy*. Brussels.
- Friedman, L. M. (2002). *The Legal System: A Social Science Perspective*. New York: Russell Sage Foundation.
- Halim, R., & Rahardjo, A. (2022). "Digital Convergence and Legal Challenges of OTT Regulation in Indonesia." *Jurnal Hukum & Regulasi Media*, 5(2), 133–150.
- Hardy, T., & O'Brien, J. (2018). *Australian Media Law and Regulation*. Sydney: Federation Press.
- Jurnal Ilmu Hukum Media & Teknologi*, 2(1), 11–29.
- Kominfo. (2023). *Statistik Media Digital dan OTT di Indonesia*. Jakarta.
- KPI. (2023). *Laporan Tahunan KPI 2023: Peta Industri Penyiaran Nasional*. Jakarta.
- KPPU. (2023). *Laporan Tahunan KPPU 2023: Tantangan Persaingan di Era Digital*. Jakarta.
- Lubis, A. (2019). "Tumpang Tindih Kewenangan KPI dan KPPU dalam Pengawasan Industri Media." *Jurnal Legislasi Indonesia*, 16(4), 421–437.
- McQuail, D. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Napoli, P. (2015). *Media Diversity and Localism: Meaning and Metrics*. Lawrence Erlbaum.
- Nugraha, S. (2022). "Cross-Ownership dan Dampaknya terhadap Keberagaman Konten." *Jurnal Komunikasi dan Hukum*, 7(3), 221–239.
- Nugroho, Y. (2021). "Oligarki Media dan Demokrasi di Indonesia." *Jurnal Komunikasi dan Media Indonesia*, 12(2), 145–162.
- OECD. (2023). *Competition in Digital Markets Report*. Paris: OECD Publishing.
- Picard, R. G. (2011). *The Economics and Financing of Media Companies*. Fordham University Press.
- Prasetyo, B. (2020). "Media Capture dan Demokrasi Informasi di Indonesia." *Jurnal Ilmu Komunikasi UGM*, 18(1), 67–82.
- Roscoe Pound. (1959). *An Introduction to the Philosophy of Law*. New Haven: Yale University Press.
- Scherer, F. M., & Ross, D. (1990). *Industrial Market Structure and*

Persaingan Usaha pada Sektor Industri Penyiaran di Era Transformasi Digital

Economic Performance.
Houghton Mifflin.

Setiadi, D. (2023). "Over The Top Regulation and Market Competition in Indonesia." *Jurnal Hukum Progresif*, 9(1), 55–74.

Simanjuntak, M. (2021). "Analisis Hukum Persaingan pada Akuisisi Media." *Jurnal Ekonomi dan Hukum Bisnis*, 8(2), 89–103.

Siregar, D. (2021). "Persaingan Usaha dan Konsentrasi Media di Indonesia." *Jurnal Hukum Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 55–70.

Syahputra, I. (2020). "Kebijakan Antimonopoli di Sektor Penyiaran." *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(3), 442–458.

Tandoc, E., Jenkins, J., & Craft, S. (2022). *Media Ownership and Market Control*. Routledge.

Tanuwidjaja, L. (2023). "Integrasi Hukum Penyiaran dan Hukum Persaingan di Era Digital."

Tapsell, R. (2017). *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizens, and the Digital Revolution*. Rowman & Littlefield.

We Are Social. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. London.

Yunus, M. (2023). "Kesenjangan Regulasi OTT dalam Perspektif Persaingan Usaha." *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, 10(1), 101–120.