



BEYOND BORDERLINES VINCENT MOSCO: EXPANDING THE REALM OF ECONOMY POLITICS MEDIA TO DIGITAL SPACE

MELAMPAUI BATAS-BATAS VINCENT MOSCO: MEMPERLUAS RANAH EKONOMI POLITIK MEDIA KE RUANG DIGITAL

Riski M Baskoro¹, Udi Rusadi²

¹ President University / Program Studi Doktor Ilmu
Komunikasi Universitas Sahid Jakarta

² Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Program Studi
Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta

*) riskibaskoro@president.ac.id

Informasi artikel:

Disubmisi: 16 Juni 2025

Ditayangkan: 25 Juli 2025

Bentuk Sitasi artikel: Baskoro, R.M & Rusadi, U. 2025.
Melampaui Batas-Batas Vincent Mosco: Memperluas Ranah
Ekonomi Politik Medi Ke Ruang Digital. Jurnal Netnografi
Komunikasi

ABSTRACT

The purpose of this academic paper is to expand the scope of political economy of media studies through Vincent Mosco's concept of borderlines, assisted by the theories of surveillance capitalism and digital hegemony to uncover hidden structures of power within the digital sphere. This study employs a descriptive qualitative method by utilizing various literature sources. The findings indicate that Mosco's borderlines framework, when integrated with the theories of surveillance capitalism and digital hegemony, is capable of deconstructing invisible and destructive power structures that affect users. The research also reveals the presence of dehumanization and data extraction processes that operate symbolically and remain unnoticed during their interactions in digital spaces. The results demonstrate that by incorporating the theoretical tools of surveillance capitalism and digital hegemony, the political economy of media through the borderlines approach can significantly broaden its analytical reach into the digital realm.

Keywords: Mosco's Borderlines, Surveillance Capitalism, Digital Hegemony, Media Political Economy,

ABSTRAK

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memperluas kajian ekonomi politik media melalui jalur borderlines versi Vincent Mosco, dengan asistensi dari teori kapitalisme pengawasan dan serta teori hegemoni digital untuk membongkar struktur kekuasaan yang tersembunyi di ruang digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan berbagai sumber pustaka. Temuan dari tulisan ini adalah kajian borderlines Mosco yang mengimplementasikan teori kapitalisme pengawasan dan hegemoni digital mampu untuk mendekonstruksi struktur kekuasaan yang tidak nampak dan bersifat destruktif kepada para pengguna digital. Penelitian ini juga menemukan adanya proses dehumanisasi dan pencurian data yang beroperasi secara simbolik serta tidak disadari oleh pengguna pada setiap interaksi sosial di ruang digital. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan tambahan perangkat teori kapitalisme pengawasan dan hegemoni digital, kajian ekonomi politik media melalui lintas borderlines mampu untuk memperluas daya jelajahnya sehingga sampai di dunia digital.

Kata kunci: Garis Batas Mosco, Kapitalisme Pengawasan, Hegemoni Digital, Ekonomi Politik Media

INTRODUCTION

Vincent Mosco (2009), menempatkan kajian ekonomi politik media untuk melihat keluar batas (outward looking) inti pokok kajiannya namun tetap memiliki jati diri yang begitu kritis. Di dalam bukunya yang berjudul *The Political Economy of Communication* pada bab kesepuluh tentang *Challenges and the Border and Beyond*, Mosco menyebutnya sebagai *borderlines* atau garis batas antara komunikasi politik media dengan kajian ilmu lainnya yang memiliki relevansi yang ketat dan saling terkoneksi satu sama lainnya. Secara sederhana, pemikiran Mosco itu meminta para sarjana ekonomi politik komunikasi untuk melakukan "introspeksi diri" dengan melihat keluar dari batasannya dan berdialog dalam lingkaran *borderlines* agar supaya diskursus ekonomi politik media terus dapat berkembang menembus batas kajiannya, tetapi tetap menjaga jati diri pemikiran kritisnya yang terus mengikatkan dirinya pada dialektika relasi kuasa, struktur ekonomi dan komodifikasi media. Dengan melihat keluar (outward looking) dari batasnya kajian komunikasi ekonomi politik dapat memperluas daya jelajahnya dalam memahami suatu fenomena komunikasi sosial. Mosco juga menyarankan agar ekonomi politik media tetap kokoh di basis teorinya, tapi bersifat reflektif dan adaptif terhadap tantangan dan pendekatan baru, selama tetap berpegang pada orientasi transformatif dan etos kritisnya. Salah satu bentuk dari gagasan Mosco tentang *borderlines* adalah menghadapkan ekonomi politik media dengan kajian budaya, dengan maksud memperluas daya jelajah kajian Ekonomi Politik ke ranah asing yang selama ini dianggap terdikotomi satu sama lainnya. Mosco meyakini, kajian *borderlines* dalam ekonomi politik media tidak terlepas dari diskursus *cultural studies* dan *public choice theory*. Kedua diskursus inilah yang dianggap oleh Mosco sebagai tempat untuk berdialog guna mencari suatu sintesis agar wacana ekonomi politik media dapat berkembang keluar dari batasnya.

Secara definitif dan sejalan dengan harapan Mosco untuk memperluas daya jelajah kajian ekonomi politik media, memang tujuan dari tulisan ilmiah ini adalah untuk mengembangkan diskursus ekonomi politik komunikasi, khususnya dengan mengaplikasikan gagasan Mosco tentang *borderlines* yang mengontradiksikan ekonomi politik dengan kajian budaya, teristimewa di ruang digital. Sebagai upaya

penulis untuk mengembangkan gagasan Mosco, penulis menggunakan ide Zuboff (2015) tentang Kapitalisme Pengawasan (Surveillance Capitalism) yang mampu membongkar bahwa perusahaan digital modern tidak hanya menjual produk ataupun layanan, tetapi juga menjual prediksi perilaku manusia di masa mendatang. Pengguna bukan hanya diidentifikasi oleh perusahaan digital sebagai konsumen tetapi juga sebagai data mentah yang akan dijual untuk mendapat keuntungan sekaligus dibuat nyaman sedemikian rupa pada saat mereka "berselancar" di platform digital, seolah-olah semua peristiwa ini terlihat wajar dan normal tanpa disadari oleh pengguna. Hongladarom (2020) menambahkan bahwa data-data yang diekstraksi dari pengguna atau user diambil secara sembunyi-sembunyi oleh pemilik perusahaan digital.

Selain gagasan Zuboff (2015), penulis juga menggunakan pemikiran ikonik Antonio Gramsci tentang hegemoni (Poespowardojo dan Seran, 2016). Pendekatan Gramsci melalui teori hegemoni diklaim oleh peneliti mampu melakukan investigasi dengan cara yang elegan untuk melihat di balik konten-konten yang tersaji di ruang digital, tentunya pandangan Gramsci yang digunakan telah disesuaikan untuk mengkaji fenomena digital, atau yang penulis klaim dengan New Gramscian. Inisiatif baru dari para Gramscian itu terus dikembangkan salah satunya dalam mendeteksi pola-pola eksploitasi atau bahkan penindasan yang diterima secara wajar dan sukarela oleh publik. Jika mengkaji teori hegemoni dari sisi epistemologis, maka itu adalah kepemimpinan yang berbasis pada moral serta intelektual yang dioperasikan oleh kaum hegemon melalui simbol-simbol budaya di masyarakat sipil melalui cara yang halus dan tidak koersif. Dari instrumen kekuasaan bernama negara, kaum penguasa dan kapital membentuk norma, nilai dan wacana dominan dan diterima oleh publik luas secara sukarela dan dianggap sebagai sesuatu hal yang alami. Artinya, secara sederhana dengan adanya konsensus, persetujuan atau kesepakatan di masyarakat maka konflik akan lebih mudah dihindari walaupun sebenarnya masyarakat itu dalam kondisi yang tertindas (Siswati, 2017).

Pemahaman Gramsci di era kontemporer, atau yang lebih spesifik lagi Post-Truth di mana viralitas seakan-akan dianggap suatu kebenaran, zaman kemajuan

teknologi dan disinformasi terdifusi sedemikian rupa membuat pemikiran Gramsci berevolusi untuk menghindari korosif. Timbulah gerakan-gerakan melalui jalur akademis layaknya Gramscian gaya baru yang bermutasi dari ruang lingkup realitas menuju sesuatu hal yang hiperealitas. Salah satu akademisi yang mampu mengembangkan pemikiran Gramsci adalah Suhardi (2024) dengan membawa pendekatan Gramsci ke ruang digital, demikian pula dengan Muzairi (2014) dengan intonasi yang serupa dengan meneruskan pemikiran Gramsci di tatanan digital, serta pemikiran Tonna (2021) yang dengan cermat mampu menempatkan teori hegemoni dalam dunia kapitalisme. Terakhir adalah gagasan Jacques et al. (2019) yang menganggap bahwa hegemoni telah masuk pada lingkaran digital, dan sedikit mengubah pola pergerakannya dari instrumen negara menuju algoritma yang berdampak pada afeksi dan emosi publik. Penelitian terdahulu yang telah disinggung pada paragraf sebelumnya diklaim oleh penulis sebagai new gramscian karena memiliki genetika dan warisan kritis dan ikonik khas Antonio Gramsci namun dengan realitas yang berbeda. Para new Gramscian ini disiapkan oleh peneliti sebagai "peluru" untuk membantu gagasan Mosco dalam kontekstur borderlines untuk menggempur eksploitasi dan penindasan non-koersif yang bersemayam di balik glorifikasi digitalisasi.

Paradigma Mosco (2009) telah memberikan fondasi primer demi terciptanya rute lanjutan dengan paradigma kritis pada kontekstur ekonomi politik komunikasi. Walaupun pemikiran Mosco dianggap rapuh ketika memasuki arena digital, hal ini sebetulnya sudah dipikirkan solusinya oleh Mosco dengan melahirkan pemikiran tentang borderlines. Secara sporadis, penulis mencoba untuk melampaui batas-batas itu dengan menghadirkan gagasan Zuboff (2015) dan apa yang diklaim oleh penulis sebagai new gramscian, hal tersebut dimaksudkan untuk berdialog dengan ranah lain (outward looking) sebagai bagian dari rekomendasi Mosco dalam melanjutkan ritual kritisnya. Penelitian ini dipilih oleh penulis karena dirasa begitu esensial untuk melanjutkan ide Mosco yang kini berada di alam digital.

RERANGKA KONSEPTUAL

Penelitian ini memiliki fondasi prominen pada hasil karya pemikiran Vincent Mosco (2009) yang berjudul *The political economy of communication*. Pada bab terakhirnya Mosco mengutarakan bahwa ekonomi politik media tetap perlu kritis terhadap kekuasaan dan kapitalisme dengan tetap berdialog dengan pendekatan lain seperti cultural studies dan *public choice theory*, dari dialektika dengan pendekatan lain maka yang terjadi adalah peningkatan kemampuan daya jelajah dari studi ekonomi politik media untuk mendekonstruksi fenomena sosial yang terdeteksi dipenuhi kesenjangan. Pemikiran Mosco pada bab-10 dalam bukunya merupakan bagian yang melengkapi bab-bab sebelumnya, dan bahkan melakukan kritik yang lebih luas dengan menjangkau teori-teori lain dalam batasnya yang disebut oleh Mosco sebagai borderlines. Berdialog lintas batas dalam alam berpikir Mosco merupakan suatu keharusan, para sarjana komunikasi perlu melihat pada tatanan *outward looking* menyandingkannya dengan sosiologi, ilmu politik, geografi dan serta ekonomi. Namun dalam bab tersebut, Mosco memusatkan perhatiannya pada dua kajian, yakni cultural studies dan *public choice theory*. Bab-bab sebelumnya memang telah mengupas habis tentang pembelajaran kajian kritis dari dalam ilmu pengetahuan itu sendiri (*inward looking*) di mana pembahasan umum yang biasa dilakukan oleh para cendekiawan komunikasi berkuat pada urusan komodifikasi, spatialization dan juga strukturasi yang merupakan bagian dari pembelajaran dari dalam (*inward looking*). Akan tetapi, untuk urusan *outward looking* dalam ruang borderlines, Mosco tidak pernah bermaksud untuk mengkritik habis teori yang disandingkan dengan paradigma ekonomi politik media, Mosco secara tegas menyebut dalam bukunya hanya bertujuan untuk membangun ruang diskusi dan mencari sintesis dari kajian budaya dan teori *public choice*.

Akan tetapi, seperti yang sudah disinggung pada rangkaian bagian pendahuluan, gagasan Mosco cukup rentan jika diletakan dalam ruang digital, karena pada tatanan digital ini karakteristik dari kapitalisme sudah bermutasi dan bergeser ke arah yang lebih kompleks. Oleh sebab itu penulis merakit gagasan dari penelitian terdahulu yang memiliki relevansi yang solid untuk memperkuat diskursus ekonomi politik media dalam ranah digital.

Salah satu penelitian yang penulis anggap dominan, menonjol dan tajam dalam melihat dinamika digital saat ini adalah tulisan Zuboff (2015) yang mengacu pada teori surveillance capitalism. Secara tersistematis, Zuboff berhasil mengukir sebuah jalan cerita kritis yang mengungkap serta memporak-porandakan sistem dengan sifat eksploitatif dalam dunia digital. Diawali dengan kemunculan the big other sebagai metafora baru pengawasan ruang digital, entitas itu beroperasi secara unik yang beroperasi dalam diam tetapi memiliki peran untuk mengumpulkan, menyimpan dan monetisasi data perilaku manusia. Entitas *big other* tidak

perlu berperilaku antagonis terhadap pengguna digital, dia tidak akan membuat pengguna merasa takut melainkan membuat pengguna ruang digital merasa nyaman, seolah-olah pengguna memiliki otonomi khusus terhadap apa yang dia lakukan. *Surveillance capitalism* bergerak sebagai logika ekonomi kontemporer, di mana terdapat hubungan asimetris antara pengetahuan dan kekuasaan yang menghasilkan kesenjangan masif antara perusahaan digital seperti Facebook dan Google serta pengguna ruang digital atau individu. Pada titik ini, perusahaan digital tahu segalanya tentang individu tetapi individu tidak mengetahui apapun tentang perusahaan. Alhasil, ketimpangan ini menciptakan bentuk modern yang disebut kekuasaan instrumental, yakni kuasa yang membentuk pilihan individu tanpa disadari. Zuboff secara jeli berhasil menunjukkan melalui teori yang diperkenalkannya bernama *surveillance capitalism* atau dikenal juga sebagai kapitalisme orde baru yang lebih canggih karena mampu memasuki ruang kecerdasan buatan atau yang lebih dikenal dengan istilah Artificial intelligence (AI) serta algoritma komputer dengan cara mengekstraksi data perilaku manusia, yang umumnya terjadi dalam dunia daring lalu mengubahnya menjadi sebuah prediksi dan hasil akhirnya prediksi itu dijual untuk kepentingan bisnis. Bahkan data dapat dikumpulkan dan tersimpan rapih dalam ruang penyimpanan digital tanpa sepengetahuan pengguna, lagi-lagi data personal ini ditujukan untuk keuntungan kaum borjuis virtual. Inti dari kegelisahan Zuboff diartikulasikan dalam teori kapitalisme pengawasan/ *surveillance capitalism* yang di mana iklan yang dilihat pada platform digital telah melalui proses personalisasi berdasarkan data-data psikologis pengguna, dan sudah tentu untuk keuntungan ekonomi data ini dijual kepada pengiklan, menjadikan pengiklan sebagai konsumen primer. Hongladarom (2020) mempertegasnya dengan beropini bahwa sejatinya manusia telah kehilangan hak atas keputusan masa depan, dengan kata lain hak otonomi manusia akan masa depannya telah direnggut secara tidak sadar oleh suatu sistem canggih berbasis algoritma, itu semua sudah diprediksi oleh mesin canggih digital, manusia tentu bukanlah subjek yang bebas, mereka adalah sebangkah produk untuk dijual di pasar iklan.

Selain Zuboff (2015), penulis pada akhirnya juga kembali menyinggung tentang seorang tokoh kritis yang sangat ikonik di mana gagasannya tentang teori hegemoni banyak digunakan oleh para pemikir dengan akar neo-marxisme, dialah Antonio Gramsci. Gramsci adalah salah satu dari tiga pemikir Marxis-hegelian pada generasi awal tahun 1920an bersama dengan dua pemikir lainnya yaitu György Lukács dan Karl Korsch. Ketiga pemikir tersebut telah memberikan fondasi yang begitu kritis terhadap pemikiran marxis struktural dengan penekanannya pentingnya kesadaran, budaya dan praksis. Pemikiran generasi awal marxisme kemudian

dilanjutkan oleh generasi kedua yang diisi oleh Max Horkheimer, Herbert Marcuse dan Theodore Adorno yang kemudian mereka membentuk suatu aliran pemikiran kritis yang disebut Mazhab Frankfurt. Pemikiran Mazhab Frankfurt ini memiliki koneksi yang kaku pada relasi ideologi, budaya dan kekuasaan secara komprehensif. Gramsci merupakan tokoh revolusi Italia yang gagasannya justru bertumbuh saat ia berada di penjara pada masa rezim fasis Benito Mussolini di tahun 1926. Di balik jeruji besi dia menginisiasi karya monumental bernama *Prison Notebooks* yang kemudian melaju menjadi fondasi pemikiran kritis modern atau yang biasa dikenal dengan istilah Neomarxis melampaui perspektif marxis klasik. Melalui karya intelektualnya, Gramsci sukses untuk melebarkan cakrawala marxisme untuk mendeteksi suatu penindasan di ranah budaya, bahasa, agama, pendidikan dan ideologi. Lebih lanjut Gramsci berkeyakinan bahwa struktur dominasi tidak hanya bertumpu pada kekuatan represif negara, melainkan juga dioperasikan melewati mekanisme simbolik yang berakar pada sipil dan pada akhirnya gagasan ini dikenal dengan teori hegemoni (Poespowardojo dan Seran, 2016). Dalam kerangka teori hegemoni, eksplorasi dari hegemoni ditandai dengan pernyataan bahwa kekuasaan sejati tidak dipertahankan melalui cara yang memaksa, tetapi melewati persetujuan, yakni kesediaan publik secara luas menerima suatu tatanan yang pada realitanya menindas mereka. Artinya, secara sederhana dengan adanya konsensus, persetujuan atau kesepakatan di masyarakat maka polemik akan lebih mudah dihindari walaupun sebenarnya masyarakat itu dalam kondisi yang tertindas. Sekali lagi ditegaskan bahwa struktur kekuasaan dapat bersembunyi di balik wacana budaya dan simbol-simbol yang tersebar di sekitar kehidupan manusia dan pemikiran Gramsci tidak terlahir dari kontemplasi saja, tetapi juga ketimpangan sosial di Italia (Siswati, 2017).

Seiring perkembangan zaman, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah banyak mengubah berbagai aspek kehidupan (Tugu et al., 2025), tidak terkecuali teori hegemoni yang kemudian juga turut berevolusi untuk bertahan hidup menghindari korosif teori. Teori hegemoni menolak untuk menjadi usang dan terus beradaptasi di lingkungan di mana kapitalisme tumbuh dengan pesat di dunia maya, begitu pula dengan teori hegemoni new gramscian yang seolah-olah tumbuh menjadi gulma di ladang uang kaum kapitalis. Jacques et al. (2019) secara bernas menyebut bahwa media sosial telah memformasi bentuk hegemoni baru di ruang digital, di mana algoritma, emosi dan afeksi serta struktur bersemayam di era post-truth. Konten-konten yang viral dan disukai publik secara temporer dianggap sebagai sesuatu hal yang benar, para pengguna media sosial itu secara tidak langsung telah mengabaikan mimbar akademik, sains dan penelitian positivistik dalam

mengungkap suatu kebenaran. Intinya, kekuasaan dapat diatur dan dibentuk melalui ekosistem digital, entitas yang mampu untuk membuat narasi begitu populer, dialah yang akan berkuasa. Penelitian ini nampak telah memberikan jalan pintas bagi teori hegemoni untuk memasuki dunia digital dan berkembang sembari membongkar sesuatu hal yang sifatnya menindas dan eksploitatif. Hal inipun sebenarnya juga didukung oleh penelitian Suhardi (2024), yang menyebutkan bahwa ada banyak pergerakan counter hegemony yang aktif di ruang digital dan serta pemikiran Fuchs (2016) yang menggunakan seluruh perangkat kritis yang memiliki afiliasi yang cukup erat dengan Gramsci (walaupun dalam bukunya Fuchs tidak dijelaskan secara komprehensif) dalam menginvestigasi kelas kapital, seperti google dan Facebook menciptakan hegemoni simbolik dan ekonomi atas kontrolnya terhadap digital universe. Dapat disimpulkan, gagasan Gramscian baru, yakni hegemoni yang melampaui ruang digital, dapat membongkar struktur "penyalahgunaan wewenang" yang dilakukan oleh para penguasa digital kepada para pengguna ataupun konsumen ruang digital di mana seluruh aktivitasnya berjalan secara wajar, sah dan normal sehingga disetujui oleh masyarakat digital padahal itu semua adalah kebalikannya yang dipenuhi dengan karakter penindasan namun tidak disadari oleh pengguna digital, sehingga penulis mengklaim teori ini bisa disebut dengan hegemoni digital yang memiliki genetika kritis ala Antonio Gramsci.

Mosco (2009), Zuboff (2015) dan para pemikir Gramsci baru (Jacques et al., 2019; Muzairi, 2014; Suhardi, 2024; Tonna, 2021) memiliki satu intonasi pemikiran dan setidaknya kegelisahan yang sama terhadap kapitalisme digital, yang tidak hanya mengubah pengguna sebagai produk barang dagangan dan mengekstraksi data-data privat pengguna tetapi juga memperoleh legitimasi dari publik digital atau pengguna internet bahwa semua itu adalah hal yang dinormalisasi, dalam bentuk kewajaran dan mendapatkan persetujuan publik digital. Dalam rangka memperluas cara berpikir Mosco tentang borderlines, gagasan Zuboff (2015) tentang kapitalisme pengawasan dan gagasan new gramscian (Jacques et al., 2019; Muzairi, 2014; Suhardi, 2024; Tonna, 2021) tentang persetujuan sukarela pengguna digital, keduanya saling melakukan asistensi dalam memperluas ide Mosco tentang ekonomi politik media yang perlu untuk berdialog keluar dari batasannya.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang menurut Creswell dan Poth (2018) dapat didefinisikan sebagai sebuah pendekatan yang mampu mengeksplorasi makna sekaligus memaknainya terhadap isu-isu sosial, fenomena sosial dan persoalan yang ada di

dalam masyarakat atau urusan kemanusiaan. Penelitian kualitatif pada umumnya melibatkan analisis data secara induktif yang bergerak dari hal-hal yang dirasa spesifik namun menuju pada pemahaman yang lebih holistik dan pada akhirnya menuntut peneliti untuk melakukan pemaknaan terhadap objek yang sedang diinvestigasi secara akademis.

Kajian ini lebih rinci menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang memiliki suatu intensi konkret dalam memberikan penyederhanaan, meringkas secara komprehensif dari suatu fenomena sosial yang menjadi objek penelitiannya (Lambert dan Lambert, 2012). Penelitian ini juga akan menggunakan studi literatur secara komprehensif, di mana penulis akan menggunakan berbagai macam studi, penelitian dan teori-teori terdahulu sebagai upayanya dalam membangun argumen akademis. Terlebih lagi, tulisan ini dimaksudkan untuk memperluas ide pokok Vincent Mosco (2009) tentang borderlines yang rupanya membutuhkan pertemuan antar teori guna mengembangkan gagasan itu. Tentunya juga, dalam hal ini peneliti dituntut untuk melakukan eksplorasi kritis terhadap diskursus kapitalisme di ruang digital dengan sokongan dokumen akademik serta sumber sekunder yang memiliki relevansi ketat dengan tujuan penulisan akademis ini.

Critical discourse analysis yang berbasis pada pemikiran Zuboff (2015) dan Gramscian mendapatkan tempat yang primer pada kajian ini. Hal ini dikarenakan gagasan Zuboff tentang kapitalisme pengawasan (*surveillance capitalism*) mampu mendeteksi kebocoran data pengguna yang diekstraksi secara diam-diam untuk sebuah prediksi di masa datang, sehingga mentransformasi peran pengguna dunia maya yang tadinya adalah konsumen murni kini menjadi barang dagangan yang pada akhirnya dijual pada iklan. Serta new gramscian dengan landasan awal berpikir tentang hegemoni kaum penguasa, mereka membuat publik terlena bahwa mereka sedang dieksploitasi melalui saluran-saluran budaya dan semua itu diterima secara konsensus oleh publik sebagai sesuatu yang wajar. Metode dalam penelitian ini cenderung menggunakan kedua teori tersebut dalam membongkar ketidakadilan, ketidaksadaran akan kebebasan manusia dan adanya proses dehumanisasi yang benar terjadi di alam virtual sebagai upaya penulis untuk menambah nilai guna dari gagasan dan pemikiran Vincent Mosco (2009).

TEMUAN & PEMBAHASAN

Seperti apa yang telah disinggung oleh Mosco (2009), bahwa ekonomi politik media perlu untuk berdebat keluar dari batasan internalnya melalui borderlines sembari memperluas kajiannya. Ditengah-tengah mutasi pergerakan kapitalisme menuju ruang digital, para pemikir

kritis tidak melihat suatu kajian budaya sebagai selebrasi terhadap kebebasan berekspresi, tetapi mereka justru melihat sebaliknya, ada kaum yang berkuasa dan para hegemon yang melakukan pengawasan dan kontrol ketat pada publik dunia maya. Akan tetapi, para penguasa virtual itu tidak bertingkah laku secara koersif, berperan antagonis serta represif seperti apa yang banyak disebut oleh para pemikir klasik yang melulu menyebutkan para penguasa, dominator dan rezim totaliter berkehendak sesukanya dan sering kali memobilisasi kekuatan militer serta paksaan untuk menakuti masyarakat dengan intensi mengikuti jalan pikiran para penguasa itu.

Memasuki era digital, strategi yang umumnya digunakan oleh para pemilik kuasa adalah dengan jalan yang terlihat damai, wajar dan semua itu dianggap sebagai suatu proses normalisasi. Para penguasa itu menyebarkan jalan pikirannya melalui afeksi, simbolik dan algoritmik dengan tujuan kepentingan penguasa itu sendiri (Jacques et al., 2019). Ketika ekonomi politik media memasuki ruang digital, maka paradigmanya adalah adanya bentuk baru cara berkuasa melalui kanal digital yang terbungkus rapi oleh konten-konten hiburan nan estetis.

Konsepsi *borderlines* yang diperkenalkan oleh Mosco (2009) tersebut menjadi kunci dalam tulisan ini, dengan basis ekonomi dan struktur, ekonomi politik komunikasi mampu untuk mendekonstruksi bagaimana media itu dimiliki, dikontrol dan dikomodifikasi secara rutin oleh pemilik media besar. Tentu saja, gagasan Mosco perlu mendapatkan asistensi karena gagasan Mosco belum banyak mengkaji dari sudut pandang virtual universe. Oleh sebab itu, penulis menghadirkan gagasan Zuboff (2015) tentang kapitalisme pengawasan yang mumpuni dalam membongkar "sisi gelap" dunia virtual. Faktanya, melalui karya Zuboff tersebut dapat diketahui adanya *the big other* suatu entitas yang berfungsi untuk melakukan ekstraksi data pengguna untuk kepentingan ekonomi, entitas ini secara naturalistik memiliki sifat antagonis namun memiliki panggung depan protagonis. Adapun entitas yang disebut oleh Zuboff tentang *the big other* adalah mereka sang pengatur algoritma, korporasi raksasa seperti Google diduga kuat ada di balik layar pengaturan sistem komputer yang begitu kompleks dan menuding Google sebagai arsitektur pioneer perusahaan pengumpul data yang membentuk realitas. Google dianggap sebagai mesin teknologi pertama yang menemukan *surveillance capitalism* di periode awal tahun 2000an yang pada akhirnya diikuti oleh berbagai platform digital raksasa.

Walaupun Zuboff dalam jurnalnya yang berjudul *Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization* tidak secara eksplisit menyebut korporasi masif seperti Amazon, TikTok, Facebook, Microsoft dan Youtube, namun penulis meyakini bentuk

kapitalisme pengawasan ala Zuboff tetap bisa diaplikasikan untuk melakukan monetisasi data pengguna tersebut. Misalnya Facebook yang mengumpulkan data afeksi sosial untuk kepentingan prediksi iklan dalam ruang digital manusia. Sedangkan Amazon mampu menciptakan ekosistem belanja yang terbangun atas rekomendasi algoritma buah dari mesin pencari awal si pengguna dan Microsoft yang menggunakan kecerdasan buatan untuk membuat kenyamanan pada pengguna, padahal kenikmatan bagi pengguna itu adalah proses ekstraksi data pengguna. Demikian halnya dengan YouTube yang memberikan pengalaman begitu nikmat kepada para penggunanya, mesin virtual ini mampu untuk membuat keputusan terkait dengan keinginan atau preferensi penggunanya yang nantinya akan melahirkan filter bubble dan echo chambers yang memiliki pola persis sama seperti pada TikTok. Dari berbagai platform yang sudah disebutkan oleh penulis, kembali pada gagasan Zuboff bahwa korporasi ini adalah ancaman terbesar pada ruang privat dan demokrasi serta mereka adalah pemilik kekuasaan baru yang belum ada dalam sejarah umat manusia.

Sebagai upaya penulis dalam memvalidasi borderlines, pendekatan new gramscian juga dibutuhkan dalam mendekonstruksi sesuatu hal yang tak kasat mata tetapi bersifat destruktif dan eksploitatif. Pada tatanan ini, penulis menyebut Jacques et al. (2019), Suhardi (2024) dan Tonna (2021) sebagai pemikir tradisi Gramsci baru, yaitu pemikiran Antonio Gramsci tentang hegemoni yang dimodifikasi dengan perangkat penalaran yang lebih canggih dalam mendeteksi segala bentuk penindasan di ruang digital yang kemudian diperluas dan diterapkan pada media digital, teknologi berbasis kecerdasan buatan serta kapitalisme informasi sehingga dapat dikatakan bahwa teori Gramsci baru disebut dengan hegemoni digital. Secara definitif dapat dikatakan bahwa neo gramscian pada arena digital tidak hanya melakukan distorsi dan menyoro siapa yang menjadi hegemon saja tetapi memperluas pemeriksaannya bagaimana hegemoni itu beroperasi secara sunyi, bekerja melalui simbol-simbol, mempengaruhi emosi serta menyertakan struktur dalam ekosistem digital.

Secara kolektif para neo gramscian ini percaya bahwa ada suatu pemahaman baru di mana ruang digital adalah medan hegemoni yang kompleks di mana seluruh rangkaian ideologi, teknologi dan afeksi saling terkait dalam distribusi dan produksi makna sosial serta dapat menjadi kontestasi narasi di dunia maya. Muzairi (2014) menambahkan seluruh proses realitas sosial ini diterima dan disetujui oleh masyarakat secara sukarela, sekali lagi, hal ini disebabkan bahwa hegemoni digital beroperasi secara halus sehingga mencabut kesadaran masyarakat dan menumpulkan pemikiran kritis mereka terhadap gerakan kapitalisme dalam media. Lebih jauh Jacques (2024) meyakini bahwa gagasan Gramsci perlu diperluas ke dalam

dimensi afeksi dan algoritma, karena era post-truth telah membawa kepada suatu pemahaman bahwa konsensus tidak lagi diformasi melalui deliberasi secara rasional dengan titik berat pada sains, tetapi melalui resonansi emosional dan logika viralitas. Dalam kerangka ini, algoritma media sosial dapat dilihat sebagai agen hegemonik baru yang secara otomatis menyaring, menguatkan, dan menyebarluaskan narasi dominan, pada tatanan ini disebutkan aktor hegemon itu tidak hanya kaum elite negara, tapi juga sistem canggih program komputer yang ada di balik itu semua. Penulis juga turut berkomentar, bahwa kecerdasan buatan (AI) memang buatan manusia, tetapi ketika kecerdasan buatan itu mampu mengambil suatu keputusan dan memberikan prediksi yang diinginkan oleh manusia dengan akurat (berdasarkan Turing Test), maka entitas mesin ini juga perlu untuk diperhitungkan sebagai aktor yang "hidup" dalam panggung virtual.

Sebagai upaya penulis untuk menguatkan tesis yang telah dirancang sedemikian rupa, ragam contoh kasus juga akan dihadirkan dalam naskah akademik yang mungkin masih dirasa amat rapuh ini. Setidaknya, penulis mengangkat dua contoh kasus ataupun fenomena sosial yang ada di masyarakat, yaitu Korean Wave dan Cool Japan sebagai dua program diplomasi publik prominen besutan pemerintah Korea Selatan dan Jepang yang terdifusi secara global dan mendapatkan legitimasi dari publik mancanegara. Bagian selanjutnya, penulis secara aplikatif menerapkan gagasan surveillance capitalism dan hegemoni digital pada dua fenomena tersebut dengan tujuan mengembangkan gagasan Mosco (2009) tentang borderlines.

Pertama, ini semua tentang Korean Wave atau Hallyu, yang dapat diartikulasikan sebagai fenomena global dengan menggunakan seluruh perangkat budaya populer Korea Selatan yang memiliki karakter terencana, terorganisir, berskala industri dan acap kali bersifat simbolik untuk menggapai publik internasional untuk mempromosikan modifikasi identitas nasional Korea yang modern (Lie, 2012). Faktanya, menurut penelitian yang dilakukan oleh pemerintah dan agensi Korea Selatan, industri budaya bertajuk gelombang Korea ini digemari oleh publik mancanegara di berbagai belahan dunia (Korea.net, n.d). Difusi Korean Wave secara jelas menggunakan berbagai media sosial yang dibungkus secara rapi dan tersistematis dengan dukungan "supernova" dari Chaebol atau konglomerat Korea yang memiliki peranan sebagai aktor utama Bersama dengan pemerintah dalam mengendalikan megaprojek Korean Wave (Putri, Liany, & Nuraeni, 2019). Selain itu, ada agensi hiburan yang juga cukup berperan besar dalam proses difusi Korean Wave ini, yakni SM Entertainment dan HYBE corporation, mereka saling menyokong bersamaan dengan pemerintah, berkolaborasi dalam mendesain dan menyebarluaskan lifestyle yang memesonakan ala Korea yang pada akhirnya dianggap mutakhir

dan beradab oleh publik internasional (Glodev, Wijaya dan Ida, 2023) sampai menembus pasar Asia dan bahkan Eropa (Korea.net, n.d; Bija, 2024).

Kedua adalah Cool Japan yang dapat diartikulasikan sebagai inisiatif pemerintah Jepang untuk mempromosikan budaya dan industri kreatif Jepang ke seluruh dunia. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan daya tarik Jepang melalui budayanya yang kreatif dan inovatif, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi melalui ekspor budaya. Budaya yang dipromosikan pemerintah Jepang mencakup kebudayaan populer Jepang seperti Anime, Manga, Game, Musik J-Pop, Mode, budaya Tradisional hingga Makanan Jepang. Secara genologi sosial Cool Japan hadir dikarenakan adanya stagnansi perekonomian Jepang di tahun 90an yang ditambah lagi dengan persoalan Covid-19 dan persoalan geopolitik, yang kemudian pemerintah Jepang kembali melakukan rebranding menjadi reboot Cool Japan dengan tujuan industri budaya populer Jepang dapat beradaptasi di ruang digital yang kini diisi oleh AI (Auliawan dan Ratna, 2024). Akan tetapi, Green (2015) menyebut bahwa cool Japan itu sejatinya bukanlah proyek budaya (soft power), melainkan suatu kebijakan industri (hard power).

Parade diplomasi budaya melalui Korean Wave dan Cool Japan dianggap sebagai bentuk dari perayaan keberhasilan soft power di Asia Timur, tetapi dibalik cerita estetis, modern serta afeksi publik yang tampak alamiah menyelip di dalamnya suatu struktur kekuasaan yang jauh lebih kompleks dan rumit. Dengan pendekatan Zuboff (2015) dan para Gramscian baru seperti Jacques et al. (2019), Suhardi (2024) dan Tonna (2021). Sederhananya, dua proyek budaya besutan pemerintah Korea Selatan dan Jepang tersebut bukanlah suatu instrumen dari soft power dengan maksud menciptakan mutual understanding ala Nye (2004), melainkan suatu operasi besar eksploitasi kaum kapitalis terhadap para pengguna internet sebagai mekanisme pengawasan, adanya kontrol secara simbolis dan normalisasi terhadap hegemoni melalui algoritma canggih.

Benar kata Zuboff (2015), kapitalisme itu sudah bermetamorfosis menjadi pengawas, di mana bentuk operasi perekonomian tidak lagi diproduksi melalui kerja fisik, melainkan dengan cara data-data pengguna dicuri tanpa sadar, tanpa sepengetahuan pengguna dan tanpa deliberasi. Data-data itu diambil melalui interaksi pengguna ruang virtual, dikumpulkan secara diam-diam yang pada akhirnya data perilaku pengguna itu akan dijual pada iklan. Artinya, pengguna yang notabene adalah manusia sudah melalui proses dehumanisasi, mereka saat ini diubah menjadi produk seperti barang yang nantinya dijual kepada konsumen ataupun pengiklan. Dalam tatanan Korean Wave dan Cool Japan, kedua proyek ini secara tegas telah

memasuki dunia digital, tetapi hal yang perlu diingat mereka adalah bagian dari pengumpul data global. Setiap klik terhadap konten video drama Korea, like, share dan komentar di konten kuliner Jepang telah dikonstruksi dengan sangat rapi oleh penguasa digital agar proses interaksi pengguna mudah terbaca dan diprediksi oleh algoritma komputer. Konten-konten hard power berkedok industri budaya pop Korea dan Jepang dikurasi oleh platform YouTube, TikTok dan Netflix serta media sejenis untuk mengarahkan kepada pola konsumsi dan preferensi estetik bahkan mempengaruhi ideologi pengguna. Inilah bentuk kegelisahan Zuboff, bahwa ruang digital yang dianggap sebagai ruang publik bebas, telah berubah menjadi medan perebutan kapitalisme dan mengabaikan prinsip-prinsip demokrasi. Pada tatanan ini, penulis meyakini pengguna internet tidak hanya dikontrol untuk mengonsumsi budaya pop Korea dan Jepang tetapi menjadi sarana perampasan data yang tidak tersadar untuk kepentingan kelas penguasa.

Para pemikir Gramscian baru seperti Jacques et al. (2019), Suhardi (2024) dan Tonna (2021) mendukung argumentasi Zuboff (2015) itu dengan intonasi yang sama namun berbeda sudut pandang. Kekuasaan dalam era digital tidak lagi beroperasi melalui cara-cara yang koersif, memaksa dan represif, tetapi melalui hegemoni digital dengan karakter simbolik yang terbentuk oleh algoritma, afeksi serta visual estetik bernuansa budaya Korea serta Jepang. Dunia Pasca kebenaran merupakan satu zaman yang berkiblat pada viralitas, dan yang viral itu dianggap sebagai suatu fakta tanpa proses mimbar akademik maupun ilmu pengetahuan. Dalam konteks ini, kekuasaan tidak hanya didominasi oleh negara tetapi juga aktor-aktor yang mampu bergerak dalam mengendalikan narasi digital. Pada Korean Wave aktor utamanya adalah chaebol (konglomerat) dan negara yang mengatur jalan cerita kebudayaan populer Korea, sedangkan Jepang masih dituntun oleh negara sebagai penyebar hegemoni. Tetapi keduanya memiliki persamaan yang fundamental dalam membentuk nilai-nilai global, adanya standarisasi tentang fesyen, gaya hidup serta Bahasa. Pada bagian ini, penulis mengklaim bahwa hegemoni digital merupakan bentuk terancang karena mampu bermain pada tataran psikologis pengguna internet, hegemoni simbolik yang disambut dengan suka cita, rela dan bahkan para pengguna seperti melepaskan "jiwa" mereka pada produk budaya Korea dan Jepang, memvalidasi struktur kapitalisme budaya. Drama Korea, selebritis Korea, Webtoon, anime dan gastronomi dianggap tidak berbahaya oleh para pengguna dunia maya, dan menurut Gramscian merupakan bagian yang paling efektif dalam mempertahankan kekuasaan dengan estetika, keindahan para penguasa lalu-lintas algoritma menyamar dan beroperasi dalam diam untuk mencabut kesadaran manusia.

Kritik Zuboff (2015) dan para pemikir kritis Gramscian baru memberikan masukan yang sangat fundamental bahwa proyek budaya populer tersebut sejatinya merupakan proyek multidimensional yang bekerja melalui algoritma dan simbol-simbol budaya. Zuboff menyoroti di balik konsumsi itu ada suatu sistem yang beroperasi untuk mengawasi, mencuri, memprediksi dan mengendalikan. Sedangkan teori hegemoni digital mengungkapkan kekuasaan kontemporer beroperasi tanpa perlu paksaan dari si penguasa kelas sosial, cukuplah algoritma yang menyesuaikan selera dan preferensi pengguna untuk dihegemon. Oleh sebab itu, gagasan inward looking versi Mosco (2009) tentang komodifikasi memang masih dianggap penting hingga sampai saat ini, tetapi itu tidaklah cukup. Dibutuhkan suatu rangkaian teori yang mampu menyentuh ranah psikologis dan simbolik, karena disitulah struktur kapitalisme bersembunyi, di balik lirik lagu yang menggugah hati, animasi yang memesona serta klik fitur berbagi, kosmetifikasi wajah dengan bantuan AI dan komentar yang dirasa tanpa beban, di titik itu ada kekuasaan yang bersemayam dalam sunyi.

PENUTUP

Sebagai penutup, karya akademis ini setidaknya telah mengembangkan daya jelajah studi ekonomi politik media melalui jalur borderlines ala Vincent Mosco, menyesuaikan dengan tujuan awal penelitian ini. Berdasarkan rangkaian analisisnya penulis telah menempatkan surveillance capitalism yang digagas oleh Zuboff serta tambahan tentang gagasan Gramscian baru tentang teori hegemoni digital. Melalui contoh kasus yang diangkat, seperti fenomena Korean Wave dan Cool Japan, ditemukan bahwa kedua fenomena tersebut merupakan alat dominasi dan hegemoni baru melalui ruang digital yang bekerja tanpa rasa pemaksaan simbolik dan ekstraksi data pengguna tanpa sadar yang dilakukan oleh kelas penguasa digital melalui hegemoni algoritmik secara sembunyi. Sehingga menjadikan ruang digital sebagai medan kekuasaan baru yang belum pernah ada dalam sejarah umat manusia. Dengan kata lain, gagasan Mosco tentang borderlines yang sudah dilengkapi dengan perangkat kapitalisme pengawasan dan hegemoni digital sudah mampu mendeteksi ketidakadilan di virtual universe. Penulis mengklaim bahwa diskursus ekonomi politik perlu diperluas lebih lanjut dengan intensi untuk menghadapi para kapitalis yang bergerak lebih kompleks, bermutasi dan dinamis di kemudian hari, di mana ekonomi berbasis virtual telah terdifusi secara masif yang ditandai dengan adanya digitalisasi, algoritma dan tentu saja semua itu memiliki dampak kepada

pengguna ruang digital, yakni eksploitasi dan dehumanisasi yang tampak alami namun sarat akan kuasa absolut.

KETERBATASAN DAN PELUANG RISET

Penelitian ini dirasa masih sangat rapuh jika dihadapkan dengan kecanggihan kecerdasan buatan atau yang lebih dikenal dengan artificial intelligence (AI), ragam teori yang telah dijabarkan pada arena pembahasan dalam tulisan ini dirasa belum cukup kompeten sebagai usahanya untuk melakukan counter hegemony kepada barisan AI yang mampu membuat manusia terlena dan merasa nyaman, tentu saja kelompok AI tersebut diduga memiliki afiliasi yang harmonis dengan kaum hegemon dan raksasa perusahaan digital. AI mampu melesat cepat bertumbuh kembang seakan mereka memiliki perangkat berpikir dalam membuat keputusan untuk "melarikan diri" dari para investigator ketidakadilan dengan genetika kritis. Selanjutnya, tulisan ini terlalu sibuk dalam mendekonstruksi kajian budaya tanpa menyentuh dan mungkin mengabaikan wacana public choice theory yang notabene disorot oleh Mosco dalam diskursus batasannya. Diharapkan kesenjangan dalam tulisan akademik ini akan disempurnakan di kemudian hari oleh para pemikir kritis lainnya yang geram melihat ketidakadilan di ranah digital dan berupaya untuk membebaskan pikiran manusia dari belenggu penguasa.

APRESIASI

Segala bentuk puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan karunianya penulis berhasil menyelesaikan karya ilmiah ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada jajaran editorial tim di jurnal Netnografi atas ruang yang diberikan sehingga karya ilmiah ini dapat diterbitkan. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada Dr. Udi Rusadi, M.S. yang memberikan banyak sekali masukan, pengajaran, kritik serta saran kepada penulis sehingga karya ilmiah ini menjadi lebih baik secara penataan bahasa dan teori yang diaplikasikan agar relevan dengan topik kajian penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Auliawan, A. G., & Ratna, M. P. (2024). Strategi Cool Japan yang baru untuk menyelamatkan pertumbuhan ekonomi dan citra populer Jepang di era digital. *Kiryoku: Jurnal Studi Kejepangan*, 8(2), 590–604.
- Bija, A. (2024). The transnational flow of Korean pop culture: A case study of audience reception in Romania. *Linguaculture*, 15(2), 13–35. <https://www.journal.linguaculture.ro>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fuchs, C. (2016). *Critical theory of communication: New readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the age of the internet*. University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/book1>
- Glodev, V., Wijaya, G., & Ida, R. (2023). The Korean Wave as the globalization of South Korean Culture. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22 (1), 108–120.
- Green, H. S. (2015). The soft power of cool: Economy, culture and foreign policy in Japan. *Toyo Hogaku*, 58 (3), 221–268.
- Hongladarom, S. (2020). Book review: The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power, by Shoshana Zuboff. *AI & Society*, 36, 273–276. <https://doi.org/10.1007/s00146-020-01100-0>
- Jaques, C., Israr, M., & Lord, G. (2019). Post-truth: Hegemony on social media and implications for sustainability communication. *Sustainability*, 11(7), 2120. <https://doi.org/10.3390/su11072120>
- Korea.net. (n.d.) Korean food, pop culture taking the world by storm. Korean Culture and Information Service. <https://www.korea.net/Events/Overseas/view?articleId=20122>.
- Lambert, V. A., & Lambert, C. E. (2012). Qualitative descriptive research: An acceptable design. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 16 (4), 255–256.
- Lie, J. (2012). What is the K in K-pop? South Korean popular music, the culture industry, and national identity. *Korea Observer*, 43 (3), 339–363.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Muzairi. (2014). Pergeseran sistem kekuasaan dari Marxisme ke hegemoni dan politik media: Suatu kritik ideologi. *Esensia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 15(2), 235–250.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Poespowardojo, T. M. S., & Seran, A. (2016). *Diskursus teori-teori kritis*. Kompas: Jakarta.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film*, 3(1), 68–80.
- Siswati, E. (2017). Anatomi teori hegemoni Antonio Gramsci. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 5 (1), 1–13. <https://doi.org/10.33633/t.v5i1.711>
- Suhardi, I. (2024). Bentuk-bentuk counter-hegemoni media era internet. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 28(1), 23–30.
- Tonna, B. (2021). Hegemoni dan kompetisi global di era teknologi informasi dan komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 17–40.
- Tugu, Putri, Suci Sinta & Farina, M. (2025). Pengaruh Disrupsi Inovasi Terhadap Loyalitas Pendengar Radio. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, (4) 1, 21-39
- Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30 (1), 75–89. <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>