

Manajemen Konflik Hak Penerbitan Berita Google dan Australia

Haris Saefulloh*¹, Ludiro Madu²

^{1,2}Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, UPN Veteran Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 2, Yogyakarta, Indonesia

e-mail: *¹harissaefulloh12@gmail.com, ²ludiromadu@upnyk.ac.id

Abstract

Google and Australia undertake news publishing rights conflict management in 2021. In that conflict Australia wants Google to pay media companies for any news they publish online. The peak of the conflict occurred when Google did not agree and had threatened to leave. The theory used in this research is conflict management theory. The theory states that there are five types of conflict management that can be used depending on the priorities of the conflict actors. This type of research is a descriptive qualitative research. Data was collected using the document method which was then analyzed using the Miles and Huberman model. The result of this research is that Google and Australia have reached a compromise after one year of negotiations in the conflict of news publishing rights. This compromise is contained in an amendment to the News Media Bargaining Code which was originally used as a tool for the Australian Government to achieve its goals.

Keywords : Australia, Digital Platform, Google, News Media Bargaining Code

Abstrak

Google dan Australia melakukan manajemen konflik hak penerbitan berita pada tahun 2021. Dalam konflik tersebut Australia ingin Google membayar perusahaan media pada setiap berita yang mereka terbitkan secara daring. Puncak konflik terjadi ketika Google tidak setuju dan sempat mengancam hengkang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori manajemen konflik. Teori tersebut menyebutkan ada lima jenis manajemen konflik yang dapat digunakan tergantung dari prioritas aktor konflik. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode dokumen yang kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Google dan Australia telah melakukan kompromi setelah satu tahun melakukan negosiasi dalam konflik hak penerbitan berita. Kompromi ini tertuang dalam amandemen Undang-undang *News Media Bargaining Code* yang awalnya digunakan sebagai alat Pemerintah Australia dalam mencapai tujuannya.

Kata kunci: Australia, Google, Penyelenggara Sistem Elektronik, Undang-undang Tawar Media

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Masalah bermula tanggal 4 Desember 2017, ketika Bendahara Negara yang kemudian menjadi Perdana Menteri Australia, Scott Morrison memerintahkan *Australian Competition & Consumer Commission* (ACCC) untuk mengadakan penyelidikan terbuka terkait dampak dari mesin pencari, sosial media, dan platform

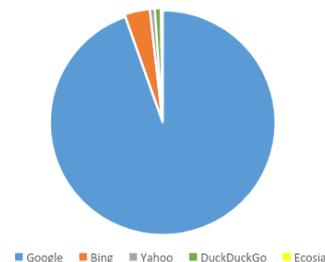
digital terhadap keadaan kompetisi di pasar media dan periklanan (Morrison dkk, 2019). Pemerintah Australia berpendapat bahwa keberadaan media digital selama satu dekade terakhir menjadi dirupsi dan berpotensi memonopoli pasar terhadap media konvensional.

Pendapatan media, baik konvensional maupun digital utamanya berasal dari iklan. Ketika menyebut bahwa pendapatan penerbit berita atau media konvensional

turun, yang dimaksud adalah karena penurunan drastis dari jasa pemasangan iklan. Pemerintah tidak bisa melarang platform digital seperti Google untuk tidak menayangkan iklan, tetapi mereka bisa menyerang mesin pencari yang merupakan produk utama Google. Inti dari masalah hak penerbitan berita sejatinya adalah Google yang menayangkan cuplikan konten berita para penerbit di mesin pencari mereka yang bernama Google Search. Hal tersebut menjadi celah yang dilirik Pemerintah Australia untuk menyerang Google dan meningkatkan nilai jual dari perusahaan penerbit berita konvensional.

Disisi lain, Google tidak setuju dengan pendapat Pemerintah Australia. Google berpendapat bahwa menampilkan cuplikan konten berita bukanlah suatu tindakan curang, melainkan seperti itulah cara mesin pencari bekerja. Google juga mengatakan bahwa produknya telah membawa banyak dampak positif di Australia. Google telah menyumbang dana untuk jurnalisme di Australia sebesar USD 1 Miliar. Terlebih lagi, ada lebih dari 3.500 kanal YouTube dengan penghasilan diantara USD 1.000 dan USD 100.000 di Australia dalam durasi antara Juni 2018 hingga Juni 2019 (Google Australia, 2022). Secara lebih lanjut ada sekitar lebih dari seratus kanal YouTube di Australia dengan lebih dari satu juta pelanggan. Tanpa menghitung keuntungan finansial pun, keadaan tersebut tetap menguntungkan bagi para pemilik kanal YouTube. Dari sudut pandang masyarakat Australia sendiri Google memiliki citra yang positif, terbukti dari Survey oleh Brand Institute of Australia pada tahun 2019 yang menobatkan Google sebagai *The most trusted brand* atau merek paling dipercaya di Australia (9News, 2019).

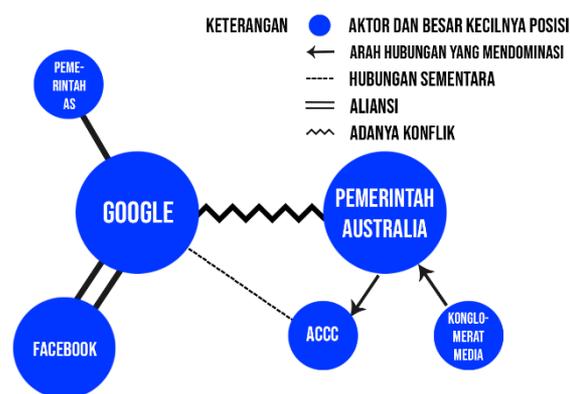
Grafik 1. Pembagian Pasar Mesin Pencari di Australia Januari 2021



Sumber: Statcounter (2021)

Google adalah pemimpin mesin pencari di Australia, dengan perbedaan yang sangat besar dengan kompetitornya (lihat Grafik 1). Dengan memanfaatkan pengaruh yang dimiliki, pada 31 Januari 2021 Google mengancam akan menutup operasinya di Australia (Bridget, 2021).

Gambar 1. Peta Aktor Masalah Hak Penerbitan Berita Antara Google dan Australia



Sumber: Diolah dari Diana Bossio dkk (2020:136-150)

Aktor utama dalam masalah hak penerbitan berita adalah perusahaan multinasional Google serta Pemerintah Australia yang secara spesifik terhitung saat pemerintahan Scott Morrison (lihat Gambar 1). Adapun Google memiliki Facebook sebagai perusahaan yang sama-sama dituntut oleh Pemerintah Australia. Kedua perusahaan tersebut secara pasif

didukung oleh Pemerintah Amerika Serikat, yang merupakan asal keduanya. Di sisi lain, Pemerintah Australia mendapat tuntutan tidak langsung dari konglomerat penerbit media lokal serta menggunakan ACCC sebagai kepanjangan tangan mereka dalam merumuskan undang-undang.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini mengangkat rumusan masalah, “Bagaimana manajemen konflik yang dilakukan Google dan Australia terkait masalah hak penerbitan berita?”

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1 Teori Manajemen Konflik

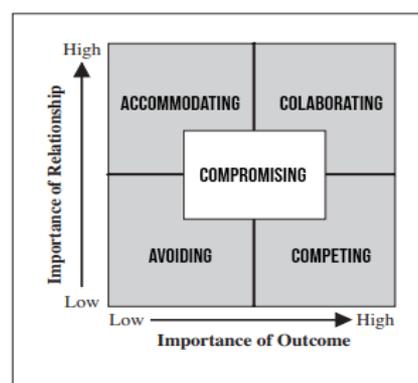
Definisi konflik menurut Tedeschi, Schlenker & Bonoma dalam bukunya yang berjudul “Conflict, Power and Games” tahun 1973 adalah keadaan interaktif di mana perilaku atau tujuan dari satu aktor sampai taraf tertentu tidak sesuai dengan perilaku atau tujuan dari beberapa aktor atau aktor lain. Terdapat tiga dimensi perspektif konflik yaitu konflik dapat dilihat dari sudut pandang persepsi dimana konflik adalah keyakinan atau pemahaman bahwa kebutuhan, kepentingan, keinginan, atau nilai seseorang tidak sesuai dengan orang lain, kedua perspektif perasaan yaitu konflik dipandang sebagai reaksi emosional terhadap situasi atau interaksi yang menandakan ketidaksepakatan antara beberapa orang, hal itu bisa berupa ketakutan, kesedihan, kemarahan, kepahitan, atau putus asa, dan yang terakhir perspektif tindakan yaitu konflik dipandang sebagai tindakan yang kita ambil untuk mengekspresikan perasaan kita, mengartikulasikan persepsi kita dan

memenuhi kebutuhan kita dengan cara yang berpotensi menyimpulkan kemampuan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Bernard Mayer konflik dapat disebabkan oleh faktor komunikasi yang tidak efektif tanpa disadari, emosi, perbedaan nilai, struktur, dan sejarah (Mayer, 2000).

Secara umum, manajemen konflik dapat digolongkan kedalam dua golongan, diselesaikan antara kedua belah pihak atau intervensi pihak ketiga (Wirawan, 2009). Pada golongan pertama konflik dapat diselesaikan melalui perundingan, nota kesepahaman, atau bahkan perang. Sedangkan pada golongan kedua pihak yang terlibat konflik dapat mengundang pihak ketiga baik sebagai pengamat, mediator, maupun pemberi keputusan.

Sama dengan konflik, manajemen konflik yang berhasil memiliki tiga dimensi yakni keyakinan bahwa konflik telah berakhir, tidak lagi merasa dalam konflik, dan menghentikan perilaku konflik serta menerapkan perilaku baru. Konflik antara Google dan Pemerintah Australia tidak melibatkan pihak ketiga sebagai mediator maupun adjudikator sehingga dapat digolongkan sebagai sebuah manajemen konflik dua pihak.

Gambar 2. Manajemen Konflik



Sumber: Lewicki dan Hiam. (2007:28)

Lewicki dan Hiam (2007) menyebutkan bahwa ada lima gaya manajemen konflik yang diambil berdasarkan ego masing-masing aktor, yaitu kompetisi, kolaborasi, kompromi, menghindari, dan akomodasi (lihat gambar 2). *Importance of Outcome* adalah tingkat kepentingan dari pihak terkait untuk mendapatkan kepentingannya dalam suatu konflik, sedangkan *Importance of Relationship* adalah tingkat keinginan suatu pihak untuk memenuhi kepentingan pihak lainnya. Apabila fokus suatu pihak kepada kepentingannya sendiri dan mengabaikan kepentingan pihak lain maka disebut sebagai gaya *competing*, sedangkan apabila mengabaikan kepentingan sendiri untuk memenuhi kepentingan lawan disebut *accommodating*. Apabila kepentingan kedua belah pihak sama-sama tidak diutamakan maka gaya yang diambil adalah *avoiding*, sedangkan apabila kedua belah pihak sama-sama berkomitmen untuk mengupayakan kepentingan masing-masing tanpa mengabaikan kepentingan lawan negosiasi disebut *collaborating*. Ada juga posisi dimana kedua belah pihak sama-sama mementingkan kepentingan sendiri tetapi berkomitmen mengurangnya sedikit demi memenuhi kebutuhan lawan disebut *compromising*.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif yang menggunakan latar belakang ilmiah untuk menafsirkan fenomena yang terjadi. Penelitian kualitatif melibatkan penelitian yang menggunakan metode observasi, komunikasi, dan dokumenter dalam lingkungan alamiah (Riehl, 2001) Metode penelitian kualitatif menghasilkan analisis yang lebih dekat kepada jenis deskriptif

daripada prediktif karena menekankan sudut pandang subjek penelitian.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kajian pustaka yaitu teknik pengumpulan yang menggunakan buku, arsip, dokumen, jurnal, catatan, dokumentasi film-fotografi, monografi, dokumentasi statistik, surat, ataupun sumber lain yang sudah dikumpulkan oleh sumber primer (Antonius dan Sosrodihardjo, 2014). Dalam skripsi ini data-data yang dikumpulkan mayoritas berasal dari media berita digital, dokumen yang diterbitkan secara digital, serta pernyataan aktor-aktor terkait yang juga diterbitkan secara digital.

3.3 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul kemudian akan dianalisa menggunakan model Miles dan Huberman. Data kualitatif haruslah melalui tiga proses utama agar dapat digunakan secara efektif dan tepat, yaitu mereduksi data, menyajikan data, dan penarikan kesimpulan (Miles dan Huberman, 1994). Proses pertama merupakan reduksi data dimana data-data yang sudah terkumpul akan dinilai kembali tingkat kepentingan dan relevansinya sehingga data-data yang kurang relevan atau tidak terlalu penting dapat disingkirkan. Proses kedua atau penyajian data dilakukan melalui pemilahan data yang sudah tereduksi berdasarkan kelompok-kelompoknya seperti per bab, per pokok bahasan, atau per urutan kronologi tergantung kepentingan. Proses terakhir yaitu penarikan kesimpulan yang mana diambil dari dua proses penyaringan sebelumnya.

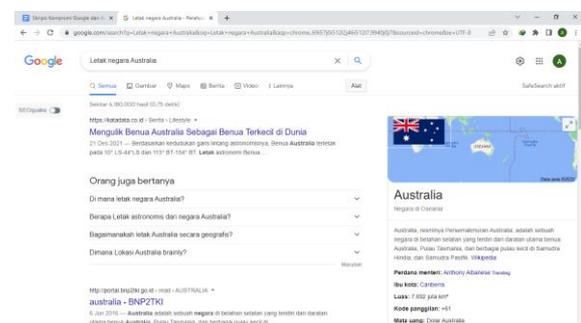
4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Riset Pemerintah Australia

ACCC telah melakukan penyelidikan terhadap platform digital sejak tahun 2017. Pada 29 Juli 2019 ACCC menerbitkan Laporan Final Penyelidikan Terhadap Platform Digital yang berisi rekomendasi untuk amandemen *Competition and Consumer Act* 2010 karna belum mencakup monopoli aset digital, notifikasi terhadap ACCC apabila platform digital hendak melakukan akuisisi, membuat Android memberikan pilihan bagi pengguna untuk menentukan browser default selain Chrome, ACCC harus memonitor pergerakan monopoli platform digital, penyelidikan terhadap penyedia layanan iklan digital, membuat aturan terkait pembuatan konten digital, membuat aturan kode etik terkait hubungan antara platform digital dan bisnis penerbitan berita, aturan yang memungkinkan penyedia konten menghapus konten berhak cipta dari platform digital, melakukan pendanaan terhadap *Australian Broadcast Commission* (ABC) dan *Special Broadcasting Services* (SBS), melindungi jurnalis lokal, mendorong pilantropis membayar pajak untuk jurnalisme publik, mendorong literasi media digital di masyarakat, mendorong literasi media digital di sekolah, memungkinkan ACMA mendapatkan data platform digital terkait hak pengguna menentukan sumber berita mereka, memungkinkan ACMA mendapatkan data platform digital untuk pencegahan penyebaran berita bohong, memperkuat proteksi data pengguna, memperluas UU privasi terkait pengumpulan data oleh platform digital, mendorong *Office of the Australian Information Commissioner* (OAIC) mengatur UU tentang privasi platform digital, gugatan hukum untuk pelanggaran

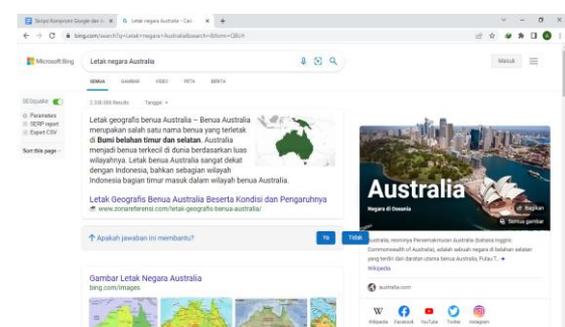
privasi yang serius, larangan terhadap penentuan kontrak yang tidak adil antara platform digital dengan bisnis, larangan praktik perdagangan yang tidak adil, mendorong platform digital memiliki standar minimal dalam penyelesaian sengketa, dan mewisadahi komplain yang menasar platform digital. Tahap ini menandakan awal mula konflik antara Google dan Australia.

Gambar 3. Hasil Pencarian Mesin Pencari Google Search



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

Gambar 4. Hasil Pencarian Perangkat Telusur Microsoft Bing



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

Cara kerja Google Search adalah untuk menampilkan hasil dari beberapa website, yang menurut mereka relevan dengan kata kunci pencarian (lihat gambar 3). Dalam

menampilkan hasil dari berbagai website, tentu mesin pencari manapun tidak bisa hanya menampilkan judul website dan judul konten saja. Google sebagai salah satu pionir mesin pencari juga ingin menampilkan hasil yang kredibel sehingga perlu menampilkan sedikit isi dari halaman web tersebut agar pengguna juga lebih mudah dalam memilih mana laman yang benar-benar relevan dan kredibel. Untuk mencapai tujuan itu, Google dan sebenarnya banyak mesin pencari lainnya perlu menampilkan sebagian kecil isi laman (lihat gambar 4).

Secara garis besar, memang begitu cara kerja mesin pencari tetapi dalam hal ini, ACCC menilai bahwa hal tersebut menyalahi aturan. Argumen dari pihak-pihak yang kontra terhadap cara kerja mesin pencari adalah terlepas dari berapa kecil yang ditampilkan, mesin pencari tetap menggunakan bahan konten pihak lain, dalam hal ini penerbit berita, sebagai umpan dan media iklan mereka. Pemerintah Australia yang mengetahui bahwa pendapatan Google sebagian besar berasal dari iklan, ditambah kejadian linear dimana pendapatan media konvensional menurun sejak adanya platform digital kemudian mempermasalahkan mesin pencari Google.

Google melalui *Managing Director* untuk bagian Australia, Mel Silva memberikan respon yang kooperatif. Perusahaan multinasional tersebut tidak menentang hasil penyelidikan ACCC tetapi menurutnya ada dua saran yang memerlukan perhatian khusus dan penyelidikan lebih lanjut. Pertama, Google berpendapat bahwa rekomendasi untuk campur tangan pemerintah terhadap sistem operasi Android tidak mempertimbangkan kondisi pasar Australia karena pada faktanya pengguna sistem operasi iOS buatan Apple justru sistem operasi yang

paling banyak digunakan oleh masyarakat daripada Android itu sendiri. Kedua, pihaknya kurang setuju dengan kebijakan pembagian keuntungan atau *revenue sharing* antara platform digital dan penerbit berita yang menurutnya kurang menghargai kesepakatan yang sudah ada. Sebelumnya, Google memang sudah menjalin beberapa kesepakatan dengan beberapa penerbit berita melalui Google News. Respon tersebut ditutup dengan penekanan Google bahwa mereka telah membantu mengirim lebih dari dua miliar klik ke penerbit berita di Australia.

Dari dialog tidak langsung antara kedua belah pihak dapat disimpulkan bahwa kepentingan dari Pemerintah Australia terhadap Google terkait masalah hak penerbitan berita adalah adanya remunerasi atau imbalan terhadap para penerbit berita karena telah menjadi produsen konten bagi iklan-iklan yang ditayangkan oleh perusahaan tersebut. Remunerasi tersebut diharapkan diberikan melalui pembayaran per klik terhadap tautan yang ditampilkan di halaman pencarian *Google Search*. Ada juga beberapa kepentingan tambahan sebagai kompensasi non-tunai terhadap para penerbit seperti memberikan pemberitahuan terkait perubahan algoritma yang mana hal ini dapat memberikan informasi lebih cepat terhadap para penerbit berita di Australia, pemberian hak pengguna untuk dapat memilih peramban *default* mereka, peningkatan perlindungan privasi pengguna, serta pembagian data dengan pemerintah. Disisi lain kepentingan Google adalah untuk membatalkan semua tuntutan yang diajukan Pemerintah Australia, terutama yang berkaitan dengan proses pembayaran per klik tautan.

Pemerintah Australia tidak memberikan tanggapan susulan terkait pernyataan Google, hanya saja pada

tanggal 10 Februari 2020 pemerintah Australia kembali memerintahkan ACCC untuk melakukan penyelidikan kedua selama lima tahun kedepan untuk berfokus pada pelayanan platform digital dan dampaknya terhadap kompetisi pasar dan konsumen (ACCC, 2022). ACCC diperintahkan untuk melapor pada Pemerintah Australia selama enam bulan sekali hingga target laporan versi final pada sekitar 31 Maret 2025 dengan opsi laporan interim pada tanggal 30 September 2020. Penyelidikan ini meliputi pada mesin pencari internet, layanan media sosial, layanan pesan online, layanan platform agregasi konten digital, layanan rujukan media, dan layanan pasar elektronik. Selain memberikan perintah lanjutan, Pemerintah Australia juga mengumumkan akan mengembangkan undang-undang yang memberikan kekuatan tawar lebih kepada media lokal agar posisinya sejajar dengan Google yang bernama *News Media Bargaining Code*.

4.2 *News Media Bargaining Code*

Pada 20 April 2020 Pemerintah Australia memberikan perintah kepada ACCC untuk mengembangkan rancangan peraturan yang memungkinkan bisnis media konvensional di Australia memiliki daya tawar terhadap platform digital khususnya Google dan Facebook (ACCC, 2021). Rancangan undang-undang yang kemudian dirilis pada tanggal 31 Juli 2020 dengan nama *News Media Bargaining Code* ini memungkinkan pelaku bisnis media konvensional di Australia untuk melakukan negosiasi baik secara individual maupun kolektif dengan Google dan Facebook terkait penampilan konten berita mereka secara daring. Undang-undang ini nantinya akan mencakup:

1. Memberikan peringatan awal apabila ada perubahan peringkat algoritmik dan penyajian berita;
2. Mengenali konten berita asli dengan tepat;
3. Memberikan informasi tentang bagaimana dan kapan platform digital akan menyediakan data pengguna yang dikumpulkan melalui interaksi pengguna dengan konten berita (ACCC, 2021).

Rancangan undang-undang ini menyorot perbedaan kekuatan dalam negosiasi antara media konvensional Australia dan platform digital. Perbedaan ini, menurut Pemerintah Australia, dianggap telah merugikan media karena menerima imbal balik yang tidak setimpal atas berita yang telah mereka terbitkan di Google maupun Facebook. Pemerintah Australia berdalih bahwa mengatasi ketidak seimbangan kekuatan negosiasi antara jurnalis dan platform media digital besar penting untuk meningkatkan kualitas demokrasi. ACCC juga akan bertanggung jawab untuk mengelola dan mengawasi penerapan rancangan undang-undang *News Media Bargaining Code* serta turut andil dalam memberikan pengajuan sebagai bagian dari arbitrase yang dilakukan berdasarkan atas undang-undang tersebut.

Langkah tersebut membuat Google tidak bisa tinggal diam. Pada 3 Mei 2020 Google menerbitkan sebuah artikel resmi yang menerangkan konsep dasar bagaimana mesin pencari mereka bekerja dan kenapa perusahaan tersebut tidak membayar perusahaan penerbit berita yang ada di Australia maupun belahan dunia lainnya. Mel Silva menegaskan bahwa Google Search yang berfungsi menampilkan berita tidak pernah mendapatkan uang sepeserpun dan Google telah secara aktif mencari solusi untuk meningkatkan pendapatan perusahaan

pencetak berita di Australia. Google tidak setuju terhadap saran dari ACCC yang mengharuskan Google dan Facebook untuk membayar USD 600 juta atau lebih terhadap para penerbit setiap tahunnya. Google setuju bahwa untuk meningkatkan kualitas pers dan jurnalisme adalah keharusan bagi setiap *stakeholders* tetapi secara ekonomi hal tersebut tidak memungkinkan. Alasan-alasan ekonomi yang kemudian dikemukakan Google adalah:

1. Google tidak mendapat keuntungan dari penampilan konten berita di Google Search. Hal ini disebabkan karena Google tidak menampilkan iklan secara langsung di laman hasil dari Google Search kecuali pengguna secara spesifik mencari kata kunci yang terkait dengan produk seperti misalnya kata 'sepatu lari' dan kemudian menekan iklan tersebut;
2. Secara nilai ekonomi yang berdampak tak langsung, keuntungan yang didapatkan oleh Google dari kata kunci bersifat berita sangat sedikit. Pada tahun 2019 di Australia jumlah pencarian dengan kata kunci yang berkaitan dengan berita hanya sebesar satu persen, sangat sedikit dibandingkan dengan kata kunci lain seperti resep makanan, olahraga, atau cuaca;
3. Daripada membuat sebuah aturan baru yang memungkinkan penerbit lokal menagih uang terhadap Google, sebenarnya sudah ada mekanisme khusus yang berupa simbiosis mutualisme terhadap Google dan pihak penerbit. Google telah membantu mengarahkan banyak pengguna di Australia menuju situs-situs berita lokal yang sebenarnya dapat mereka buat dengan sistem langganan berbayar, sehingga nilai yang Google

berikan apabila diuangkan sudah termasuk banyak;

4. Konten berita sangat penting untuk menjaga kualitas informasi yang dibagikan ke publik. Google tidak berminat membuat atau meningkatkan pendapatan dari konten-konten berita karena bagi Google berita adalah sebuah cara untuk memperkuat demokrasi, bukan untuk tujuan ekonomi belaka. Google juga sudah membayar kepada penyedia konten apabila pihaknya memuat keseluruhan konten berita di lamannya, contohnya pada laman skor olahraga dan cuaca. (ACCC, 2021).

Setelah serangkaian panjang *psywar* antara Google dan Pemerintah Australia sejak diterbitkannya laporan penyelidikan terbuka mengenai platform digital oleh ACCC, Australia secara resmi memantik perang dengan diumumkannya Draft Undang-undang *News Media Bargaining Code* pada tanggal 31 Juli 2020 (ACC, 2020). Seperti yang sudah banyak disebutkan sebelumnya, draf ini adalah tindak lanjut dari penyelidikan terbuka terhadap platform digital yang dianggap memiliki gap yang besar dengan perusahaan penerbitan berita konvensional.

Gambar 5. Proses Negosiasi dan Arbitrase Dalam Draft News Media Bargaining Code



Sumber: ACCC (2020)

Dalam skema yang diusung dalam Gambar 5, pemerintah akan mendukung setiap perusahaan percetakan berita yang tidak menemui titik temu dalam negosiasi dengan Google melalui arbitrase. Pada proses tersebut disebutkan bahwa pihak penerbit berita yang merasa tidak puas dengan Google boleh mengajukan negosiasi di bawah Undang-undang *News Media Bargaining Code*. Dalam negosiasi tersebut kedua belah pihak bebas memutuskan bagaimana jenis dan besaran remunerasi yang layak. Apabila tidak selesai dalam tiga bulan, maka masing-masing pihak diharuskan mengirimkan penawaran akhir kepada arbitrator. Arbitrator kemudian akan memilih salah satu tawaran akhir yang diberikan untuk kemudian menjadi kesepakatan antar pihak. Apabila ada pihak yang tidak menaati keputusan arbitrator maka akan dikenakan serangkaian denda dan bahkan hukuman dari pengadilan. Seperti yang sudah dicanangkan dari awal, aturan ini juga akan meliputi standar minimum terhadap hal-hal non-pembayaran seperti perintah terhadap Google untuk melakukan pemberitahuan minimal 28 hari terhadap perusahaan penerbit berita sebelum mengganti sistem algoritma mereka.

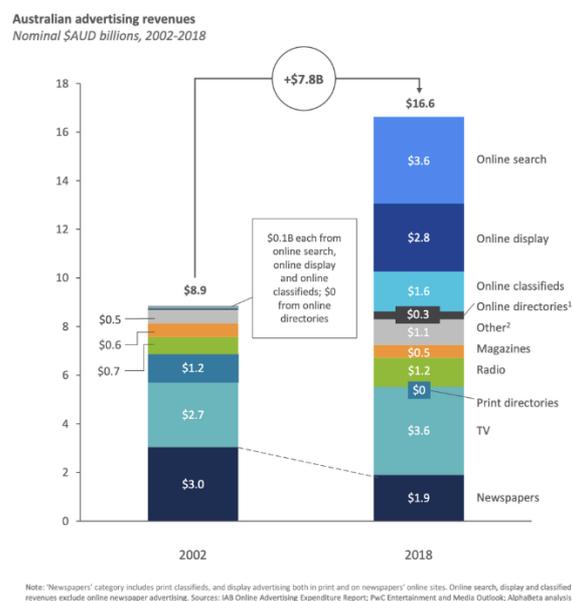
Google merilis surat terbuka pada 17 Agustus 2020 bagi warga Australia sebagai respon atas disahkannya draf *News Media Bargaining Code* (Silva, 2020). Google menyerukan bahwa rancangan undang-undang tersebut sangat mengancam proses pencarian warga Australia di Search, YouTube, dan layanan Google lainnya. Lebih lanjut Google menerangkan bahwa data pencarian setiap warga Australia mungkin dalam resiko karena ada kemungkinan harus disebar dengan pemerintah. Selain itu aturan ini juga akan berdampak terhadap layanan bebas bayar yang selama ini digunakan oleh warga

Australia karena aturan terbaru kemungkinan bisa disalah gunakan untuk menguntungkan pihak-pihak tertentu terutama perusahaan percetakan berita.

Pemerintah Australia merespon dengan cepat *open letter* milik Google di hari yang sama. Pemerintah menyatakan bahwa ada beberapa kekeliruan atau *hoax* dalam pernyataan Google. Pemerintah Australia menegaskan bahwa Google tidak akan diwajibkan untuk menarik bayaran terhadap pengguna mereka termasuk dalam Google Search dan YouTube akibat adanya *News Media Bargaining Code*, kecuali itu adalah kemauan dari perusahaan itu sendiri. Hal berikutnya yang ditegaskan oleh Pemerintah Australia adalah Google tidak akan diwajibkan untuk memberikan data apapun terkait pengguna, dimana dalam surat terbukanya Google terlihat sangat takut akan hal tersebut. Pemerintah Australia bersikeras bahwa undang-undang ini hanya bertujuan untuk memberikan ruang gerak dan kekuatan negosiasi terhadap penerbit berita agar tidak selalu dirugikan dengan adanya Google dan layanan turunannya.

Melihat pendekatan kompetisi terhadap Pemerintah Australia melalui sanggahan terbuka dan propaganda kepada masyarakat tidak membuahkan hasil, Google menggandeng AlphaBeta sebuah perusahaan penelitian untuk membuktikan bahwa Penyedia Sistem Elektronik termasuk Google tidak ada kaitannya dengan penurunan pendapatan media lokal.

Grafik 2. Komparasi Sumber Pendapatan Iklan Media di Australia Tahun 2002 dan 2018



Sumber: Nic Hopkins (2020)

Melalui laporan penelitian ini, Google hanya ingin membuktikan satu hal yaitu penurunan pendapatan surat kabar terjadi bukan karena eksistensi Google dan Facebook saja yang berkembang, melainkan perkembangan teknologi dan informasi secara keseluruhan. Hal ini dikarenakan perkembangan yang terjadi tidak hanya diciptakan oleh Google dan Facebook atau sosial media saja, tetapi juga banyak jenis model bisnis digital lain seperti *online display*, *online classifieds*, *online directories*, dan beberapa model bisnis daring lainnya (lihat grafik 2). Selain itu beberapa penerbit berita besar juga tetap memiliki banyak saham pada banyak model bisnis digital, hanya saja tidak terbatas pada jurnalisme. Contohnya ketika masyarakat Australia menjual sepeda melalui Gumtree atau berselancar pada laman jual beli mobil digital, kebanyakan uang dari hasil iklan baris tersebut mengalir kepada perusahaan penerbit. Hanya saja selain tidak secara terang-terangan, mereka juga tidak

memiliki mesin pencari mereka sendiri sehingga tidak terlihat secara langsung.

Google melanjutkan pendekatan berbasis data tersebut dengan menerbitkan dua artikel pada 13 September 2020 dan 27 September 2020 yang berisikan saran amandemen bagi Rancangan Undang-undang *News Media Bargaining Code*. Pada dua artikel tersebut Google menyebutkan bahwa rancangan yang sekarang tidak akan bekerja dengan baik karena merupakan sebuah aturan yang di Amerika Serikat disebut sebagai arbitrase baseball (Silva, 2022). Arbitrase baseball adalah ketika dua pihak dalam negosiasi tidak menemukan kata mufakat maka mereka akan memberikan tawaran akhir mereka untuk kemudian salah satu diantaranya akan dipilih oleh arbitrator sesuai beberapa kriteria yang berlaku. Hal ini cukup berbeda dengan arbitrase biasa dimana arbitrator akan memutuskan mana yang adil dengan melihat konteks. Kriteria yang ada dalam Rancangan Undang-undang *News Media Bargaining Code* dinilai oleh Google tidak memperhitungkan usaha yang telah dilakukan perusahaan mereka seperti investasi Google terhadap jurnalisme di Australia sekitar USD 1 miliar belum termasuk keuntungan tak uang. Google kembali menyebutkan bahwa mekanisme arbitrase yang ada dalam Rancangan Undang-undang *News Media Bargaining Code* berat sebelah terhadap perusahaan penerbitan berita. Google menuding Pemerintah Australia hipokrit karena membuat undang-undang ini untuk mengatasi ketimpangan negosiasi terhadap penerbit berita tetapi disisi lain malah membuat ketimbangan terhadap Google. Google sendiri menyarankan Pemerintah Australia untuk menggunakan metode arbitrase standar saja yang banyak digunakan oleh sistem internasional (Silva, 2020).

Google juga mengusulkan beberapa amandemen lain terkait algoritma, pembagian data, dan cakupan definisi undang-undang (Silva, 2020). Google menyarankan agar ada pembatasan terhadap jenis perubahan algoritma karena secara teknis tidak memungkinkan untuk memberikan semua jenis perubahan algoritma. Selain itu Google tidak ingin untuk diwajibkan membagikan data ataupun informasi pengguna dengan alasan ingin melindungi privasi pengguna mereka. Google juga menuntut untuk definisi lebih spesifik tentang layanan apa saja yang tercakup dalam Undang-undang *News Media Bargaining Code* agar pada penerapannya aturan ini tidak menimbulkan ambiguitas. Pada 25 September 2020 Google juga sempat menyebutkan bahwa apabila Rancangan Undang-undang *News Media Bargaining Code* ditetapkan apa adanya maka ditakutkan akan menjadi contoh bagi negara-negara lain (Silva, 2020). Google takut negara lain akan meniru strategi Australia karena hal tersebut adalah sebuah langkah buruk dan aksi secara lebih masif akan memperburuk keadaan. Usahawan asal Australia seperti Mike Cannon-Brookes, Matt Barrie, dan Daniel Petrie juga mengklasifikasikan hal ini sebagai sebuah intervensi pasar oleh Pemerintah Australia yang dianggap mencederai kebebasan. Mereka takut hal ini menyebabkan banyak perusahaan internasional takut atau bahkan mundur untuk berinvestasi di Australia karena dianggap tidak stabil.

Terlepas dari perselisihan naik turun yang tengah terjadi, Draf *News Media Bargaining Code* secara resmi diperkenalkan dan dirumuskan oleh *House of Representative* atau Dewan Perwakilan Rakyat Australia pada tanggal 9 Desember 2020 melalui agenda *first reading* atau

pengenalan pertama rancangan undang-undang (House of Representative Australia, 2020). Agenda dalam pengenalan Rancangan Undang-undang tersebut adalah pembacaan alasan kenapa *News Media Bargaining Code* penting bagi kondisi keadilan ekonomi di Australia serta hasil dari penyelidikan terhadap platform digital oleh ACCC (House of Representative Australia, 2020). Pemerintah beranggapan bahwa platform digital seperti Google adalah rekanan yang tidak mungkin dihindari oleh penerbit berita untuk bertahan pada masa ini, sehingga penting untuk mengadakan peraturan yang memastikan bahwa platform digital seperti Google tidak bertindak sesuka hati apalagi memanfaatkan penerbit berita untuk penyedia konten mereka. Mereka juga berargumen bahwa langkah tersebut bukan untuk melindungi perusahaan media konvensional dari gempuran platform digital dan kemajuan teknologi, tetapi untuk menciptakan lapangan dimana semua orang setara dan tidak menyalahgunakan kekuatan pasar.

Dalam pengenalan ini *House of Representative* hanya memasukan pasal mengenai arbitrase dalam negosiasi remunerasi penerbit berita dan platform digital seperti Google melalui mekanisme pembayaran klik terhadap tautan, pemberlakuan arbitrase penawaran akhir, dan kewajiban pemberitahuan terkait perubahan algoritma. Pemerintah tetap memasukan proses arbitrase yang disebut Google sebagai arbitrase bisbol, tetap menuntut untuk pembagian data pengguna, pemberitahuan awal apabila terjadi perubahan algoritma, dan beberapa tuntutan lainnya.

Segera setelah *House of Representative* Australia memperkenalkan *News Media Bargaining Code* dalam parlemen, Google memberikan tanggapan

mereka pada 17 Desember 2020. Dalam tanggapan tersebut Google menyebutkan bahwa *News Media Bargaining Code* telah berubah sejak pertama kali dirumuskan oleh ACCC dan mereka memberikan apresiasi atas hal tersebut, tetapi rancangan undang-undang tersebut dinilai tetap belum dapat diterima (Silva, 2020). Keberatan yang diajukan Google dalam tanggapan tersebut pun sama dengan keberatan mereka sebelumnya, yaitu tentang mekanisme pembayaran, sistem arbitrase yang digunakan, serta kebijakan pembagian data pelanggan. Google menyebutkan bahwa mereka enggan membayar untuk setiap *link* yang ditunjukkan di laman mereka, menentang kebijakan pemberitahuan selama 14 hari terhadap perubahan algoritma Google Search, serta menolak sistem arbitrase bisbol.

Ada beberapa tuntutan yang kembali diajukan Google dalam upaya amandemen rancangan undang-undang tersebut, yaitu pengalihan bentuk pembayaran menjadi melalui investasi pada aplikasi Google News Showcase, perubahan sistem arbitrase terhadap sistem arbitrase internasional, serta amandemen terhadap kebijakan pemberitahuan perubahan algoritma yang dianggap tidak memungkinkan secara teknis. Dalam tanggapan tersebut Google juga menuliskan serangkaian propaganda yang mereka sebut sebagai fakta terkait Google dan Rancangan Undang-undang *News Media Bargaining Code*. Propaganda tersebut berisikan pengulangan argumen-argumen Google sebelumnya terkait rancangan undang-undang seperti bahwa rancangan tersebut akan merusak sistem kerja mesin pencari, kelemahan model arbitrase bisbol, serta kontribusi yang telah dan akan mereka berikan terhadap jurnalisme di Australia.

Pemerintah Australia seperti tidak bergeming oleh aksi Google dan berbagai pemberitaan media yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut akan henggang. Dalam artikel tanggal 28 Januari 2021 ACCC menyebutkan bahwa *News Media Bargaining Code* penting untuk mengatasi masalah monopoli dalam bisnis iklan digital (ACCC, 2021). ACCC telah menerbitkan laporan interim terkait penyelidikan terhadap iklan digital dan menemukan bahwa Google adalah pelaku monopoli terhadap nilai iklan digital di Australia yang setara dengan USD 3.4 miliar. Argumen tersebut berdasarkan penilaian mereka bahwa sejauh ini hanya ada Google sebagai penyedia jasa iklan digital dengan nilai kapitalisasi pasar yang fantastis. ACCC khawatir apabila hal ini dibiarkan akan memberikan keleluasaan bagi Google untuk bertindak semena-mena dengan memanfaatkan data pengguna untuk melakukan penargetan iklan terperinci dan polarisasi. Hal ini mungkin akan berdampak buruk pada penerbit berita, pihak yang memasang iklan, dan konsumen itu sendiri. Akibat temuan tersebut, pada hari yang sama ACCC memberikan saran untuk memperketat Rancangan Undang-undang *News Media Bargaining Code* dengan:

1. Menambahkan aturan untuk mengelola konflik kepentingan dan mencegah polarisasi dan personalisasi iklan digital oleh para penyedia layanan dengan mempertimbangkan aturan tersebut juga sudah diterapkan oleh Eropa dan Inggris;
2. Anjuran terhadap platform penyedia jasa iklan digital untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menilai harga dan kualitas layanan termasuk dalam verifikasi transaksi independen;
3. Mempromosikan persaingan di industri iklan digital melalui proses

berbagi data pengguna dan interoperabilitas agar tidak dikuasai salah satu perusahaan;

4. Menuntut perusahaan besar yang memiliki basis data besar untuk melakukan *transfer* data kepada pesaing agar tercipta kompetisi.

Google yang sebelumnya telah menempuh alternatif pendekatan yang lebih kooperatif seperti terpantik oleh sikap Pemerintah Australia. Google menegaskan berita-berita yang telah beredar sebelumnya ketika tanggal 31 Januari 2021 raksasa teknologi asal Paman Sam tersebut mengancam akan menutup aplikasi Google Search apabila tidak ada amandemen terhadap versi undang-undang yang sekarang (Google, 2021). Ancaman ini adalah puncak dari konflik antara Google dan Pemerintah Australia terkait masalah hak penerbitan berita. Berita bahwa Google akan hengkang semakin banyak, sementara masyarakat mulai khawatir tidak bisa menggunakan layanan digital Google seperti biasanya. Meski pemerintah telah menyarankan masyarakat untuk mulai menggunakan alternatif Google, hal ini tetap menimbulkan kepanikan.

Seperti sadar dengan keputusan yang membuat panik masyarakat dan justru menjauh dari manajemen konflik yang konstruktif, Google memutuskan untuk kembali menggunakan cara halus. Sebagai bentuk realisasi argumen mereka bulan lalu, Google meluncurkan *News Showcase* pada 4 Februari 2021 (Beddoe, 2021). Seperti yang telah disebutkan sebelumnya Google menentang keras ide untuk memungut uang dari setiap tautan yang mereka tampilkan di laman hasil pencarian *Google Search*. Penolakan tersebut dengan alasan bahwa hal ini akan merusak nilai utama mesin pencari yang bersifat gratis dan akan menimbulkan persaingan bisnis baru. Google menyebutkan bahwa *News*

Showcase lebih menguntungkan dan masuk akal secara teknis karena tetap akan memberikan keuntungan tunai terhadap para penyedia konten berita tanpa mengganggu ekosistem mesin pencari gratis yang sudah ada. Selain bermanfaat kepada mitra bisnis, aplikasi tersebut juga bermanfaat bagi para pengguna karena mereka akan mendapatkan konten yang lebih kredibel dari sumber yang sudah diverifikasi sebelumnya. Pada masa peluncuran ini Google menyatakan sudah ada banyak penerbit berita yang bergabung dengan *Google News Showcase* seperti The Canberra Times, The Illawarra Mercury, The Saturday Paper, Crikey, The New Daily, InDaily, dan The Conversation. Meski perusahaan berita terbesar News Corp dan Nine Network belum bergabung dalam kesepakatan tersebut, daftar awal perusahaan yang bergabung menunjukkan citra yang positif terhadap inisiasi Google.

Selain meluncurkan *Google News Showcase*, *Chief Executive Officer* (CEO) perusahaan tersebut Sundar Pichai juga melakukan negosiasi melalui telepon video dengan Perdana Menteri Scott Morrison (Choudhury, 2021). Baik Pichai maupun Morrison tidak mengungkapkan pada publik tentang isi negosiasi tersebut, tetapi keduanya sepakat bahwa pertemuan tersebut berkonotasi positif dan memberikan hasil yang konstruktif. Pada intinya Morrison telah mendengar semua penjelasan dan saran dari Google, sebaliknya Pichai juga telah mengerti bahwa Pemerintah Australia ingin semua hal berjalan sesuai aturan yang mereka buat.

Untuk mencapai tujuan amandemen *News Media Bargaining Code* yang sesuai dengan kepentingan mereka, Google tidak hanya mengandalkan negosiasi dan diplomasi publik tetapi juga pengiriman *lobbyist* sejak 9 Februari 2021. Google

bersamaan dengan Facebook telah menyewa lima perusahaan pelobi paling handal di Australia untuk memperjuangkan amandemen (Maede, 2021). Target Google dalam mengirim pelobi ini adalah untuk membuat *Google News Showcase* menggantikan rencana awal dari *News Media Bargaining Code* yang akan membuat Google membayar untuk setiap tautan yang mereka tampilkan di laman hasil penelusuran *Google Search*. Google menyewa kelompok pelobi dari Christmas Jalili, Newgate Communications, TG Endeavour, Eloquium Group, dan orang-orang yang dekat dengan Perdana Menteri Scott Morrison. Daftar pelobi tersebut ditambah dengan pelobi internal dari perusahaan Google dan Facebook itu sendiri. Mereka bersama-sama bekerja untuk melobi anggota-anggota dewan hingga menteri untuk meloloskan tujuan Google.

4.3 Amandemen Sebagai Kompromi Google dan Pemerintah Australia

Setelah berbagai eskalasi dan penurunan konflik akhirnya terdapat beberapa amandemen terhadap *News Media Bargaining Code* meskipun tidak sama persis dengan apa yang diajukan oleh Google. Versi final dari Rancangan Undang-undang *News Media Bargaining Code* akhirnya disetujui oleh *House of Representative* dan *Senate* tanggal 25 Februari 2021. Melalui pembacaan terakhir undang-undang yang disahkan atau *Third Reading*, beberapa amandemen telah disetujui. Pada versi ini Pemerintah Australia tetap memaksa Google untuk membuat kesepakatan tentang remunerasi dengan perusahaan penerbit berita dan membuat Google memberikan laporan terhadap pemerintah apabila ada perubahan algoritma (House of Representative Australia, 2021). Hasil akhir ini tentu

sangat jauh dari apa yang direkomendasikan oleh ACCC dalam laporan final mereka tahun lalu. Banyak dari tuntutan ACCC tidak dimuat dalam *News Media Bargaining Code* versi final ini, tetapi tujuan utama untuk membuat Google membayar sejumlah uang kepada perusahaan penerbit berita telah tercapai. Google tentu tidak mendapatkan tujuan utamanya, yaitu membuat Pemerintah Australia mengurungkan niat dalam membuat undang-undang yang mewajibkan mereka membayar uang tetapi mereka tetap mendapat keuntungan.

Beberapa keuntungan yang diraih Google adalah kelonggaran untuk melakukan negosiasi dengan perusahaan penerbit berita sebelum menggunakan jalur arbitrase, mendapatkan notifikasi minimal 30 hari apabila ada aduan arbitrase, putusan arbitrase yang akan mempertimbangkan kontribusi Google di Australia, penghilangan kewajiban mengikuti undang-undang apabila telah memiliki kontrak kerjasama dengan perusahaan penerbit media sebelumnya, serta banyaknya tuntutan ACCC yang tidak dituangkan dalam pasal (Nicholls, 2021). Ini artinya apabila Google berhasil menjalin kesepakatan dengan media lokal baik melalui ataupun diluar *Google News Showcase*, mereka tidak diwajibkan mengikuti aturan arbitrase. Disisi lain Pemerintah Australia memang tidak mendapatkan banyak tujuan seperti apa yang tertuang dalam rekomendasi ACCC di laporan final mereka, tetapi kepentingan utama untuk membuat Google membayar perusahaan penerbit berita tetap didapatkan. Versi final *News Media Bargaining Code* kemudian disahkan oleh Gubernur Jenderal Australia, Jendral David Hurley tanpa perubahan pada tanggal 2 Maret 2021 (House of Representative Australia, 2021). Pengesahan tersebut

menjadi tanda bahwa fase usaha kompromi Google dan Australia saat *News Media Bargaining Code* dirumuskan.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Dapat disimpulkan bahwa dalam proses manajemen konflik antara Pemerintah Australia dengan Google terkait masalah hak penerbitan berita menggunakan metode negosiasi. Adapun jenis manajemen konflik yang digunakan secara spesifik adalah kompromi. Kompromi dipilih sebagai jalan terakhir yang efektif setelah sebelumnya ada banyak kompetisi antar kedua belah pihak.

Kompromi merupakan salah satu cara terbaik dalam mengakhiri konflik, yaitu dengan sedikit memberikan apa yang lawan minta tanpa kehilangan kepentingan utama kita. Dengan cara ini semua pihak dapat merasa senang karena tujuan mereka tercapai tanpa harus mengalami eskalasi konflik yang destruktif. Semua pihak yang menggunakan kompromi dalam gaya penyelesaian konflik pasti memiliki itikad yang baik untuk mencapai *win-win solutions* dan untuk itu gaya ini perlu diadopsi terutama oleh aktor-aktor hubungan internasional untuk mengurangi dampak destruktif secara masif.

Setelah dilakukan penelitian, ada serangkaian pelunakan aksi dalam mencapai kepentingan masing-masing pihak sebagai bukti bahwa dalam masalah hak penerbitan berita antara Google dan Australia menggunakan manajemen konflik kompromi. Tidak ada pihak yang benar-benar 100% mendapat apa yang mereka inginkan dengan cara mereka, tetapi semua pihak setuju bahwa kompromi yang ada adalah jalan keluar paling masuk akal dan baik bagi aktor yang terlibat. Semua ini tercapai berhak amandemen yang dilakukan selama masa perumusan undang-undang yang membuat Google

tetap bisa mengatur pengeluaran investasi yang mereka bayarkan, tetapi Pemerintah Australia tetap dapat meningkatkan kesejahteraan perusahaan penerbit berita dengan uang yang diperoleh dari undang-undang tersebut.

Dengan kesimpulan penelitian, penulis merekomendasikan manajemen konflik dengan metode kompromi untuk digunakan ketika ada masalah yang serupa dengan hak penerbitan berita. Penulis berpendapat cara ini jauh lebih efisien dan tidak menimbulkan banyak dampak destruktif daripada jenis manajemen konflik yang lain dimana para pihak harus memilih apakah ingin masalah cepat selesai tapi hubungan memburuk atau memenuhi seluruh kepentingan pihak terkait tetapi sangat menguras waktu dan sumber daya. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, masalah hak penerbitan berita antara Australia dan Google merupakan salah satu yang pertama di dunia bersamaan dengan Prancis.

Diprediksi akan ada banyak negara-negara lain yang akan menuntut perusahaan-perusahaan teknologi besar seperti pada kasus ini. Negara-negara yang hendak menuntut hal serupa dari perusahaan-perusahaan teknologi khususnya Google, dapat menggunakan kompromi baik melalui perundingan *lobbying* tertutup atau cara negosiasi lainnya daripada harus melalui aksi pemblokiran layanan aplikasi tertentu yang kemungkinan besar akan merugikan warganya sendiri.

Daftar Pustaka

Acuan dari buku:

- Miles, Matthew B. dan Huberman, A. Michael. 1994. *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publications.

Mayer, Bernard S. 2000. *The Dynamics of Conflict Resolution*. San Francisco: Jossey-Bass.

Wirawan. 2009. *Konflik dan Manajemen Konflik*. Jakarta: Salemba Humanika.

Brewster. David (Ed). 2016. *Indo-Pacific Maritime Security: Challenges and Cooperations*. National Security College: Australian National Security.

Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

S, Bungaran Antonius dan Sosrodihardjo, Soedjito. 2014. *Metode Penelitian Sosial* (Edisi Revisi). Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Acuan artikel dalam Jurnal:

Lewicki, Roy J & Hiam, Alexander. 2007. "Considering Outcome and Relationship Concern", dalam *The Flexibility of the Master Negotiator*, pp 25-36. 10.1002/joe.20130. [20/8/2022]

Miller, Ofir. 2014. "The Negotiation Style: A Comparative Study between the Stated and in- Practice Negotiation Style", dalam *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Vol. 124. pp. 200-209 [20/8/2022]

Riehl, Carolyn. 2001. "Bridges to the Future: The Contributions of Qualitative Research to the Sociology of Education", dalam *Sociology of Education by American Sociological Association*. Vol. 74. pp. 115-134. [20/8/2022]

Acuan artikel dalam website:

9News Staff. 2019. "Google and Bunnings named as brands most trusted by Aussies", dalam <https://www.9news.com.au/national/>

bunnings-and-google-named-as-brands-most-trusted-by-aussies/81e21986-2d46-4aeb-a4fc-eeaec0da3780 diakses 15 Mei 2022.

ACCC. 2007. "ACCC not to intervene in Google's acquisition of DoubleClick", dalam <https://www.accc.gov.au/media-release/accc-not-to-intervene-in-googles-acquisition-of-doubleclick> diakses 13 Mei 2022.

ACCC. 2020. "Australian news media to negotiate payment with major digital platforms", dalam <https://www.accc.gov.au/media-release/australian-news-media-to-negotiate-payment-with-major-digital-platforms> diakses 6 Juni 2022.

ACCC. 2021. "Draft news media bargaining code", dalam <https://www.accc.gov.au/focus-areas/digital-platforms/draft-news-media-bargaining-code#about-the-draft-code> diakses 4 Juni 2022.

ACCC. 2021. "Lack of competition in ad tech affecting publishers, advertisers and consumers", dalam <https://www.accc.gov.au/media-release/lack-of-competition-in-ad-tech-affecting-publishers-advertisers-and-consumers> diakses 17 Juni 2022.

ACCC. 2022. "Digital platform services inquiry 2020-2025", dalam <https://www.accc.gov.au/focus-areas/inquiries-ongoing/digital-platform-services-inquiry-2020-2025> diakses 2 Juni 2022.

Beddoe, Kate. 2021. "Answering your top questions about Google News Showcase", dalam <https://blog.google/around-the-globe/google-asia/australia/answering-your-top->

- questions-about-google-news-showcase/* diakses 1 Juli 2022.
- Beddoe, Kate. 2021. "Google News Showcase launches in Australia", dalam *https://blog.google/products/news/google-news-showcase-launches-australia/* diakses 18 Juni 2022.
- Coburn, Calum. 2020. "Negotiation Styles", dalam *https://www.negotiations.com/articles/negotiation-conflict-profiles/* diakses 28 April 2022.
- Colenso BBDO. 2020. "New Google Campaign Shares Inspirational Stories of Small Aussie Businesses", dalam *https://www.lbbonline.com/news/new-google-campaign-shares-inspirational-stories-of-small-aussie-businesses* diakses 13 Mei 2022.
- Choudhury, Saheli Roy. 2021. "Google CEO met Australia's Prime Minister After Threatening To Pull Out Its Search Engine", dalam *https://www.cnbc.com/2021/02/04/googles-goog-sundar-pichai-meets-australia-pm-after-fallout-over-new-law.html* diakses 5 Agustus 2022.
- Google. 2020. "Open letter to Australians", dalam *https://about.google/intl/ALL_au/google-in-australia/aug-17-letter/* diakses 8 Juni 2022.
- Google. 2022. "See the Impact of Google in Australia", dalam *https://about.google/intl/ALL_au/google-in-australia/* diakses 13 Mei 2022.
- House of Representatives. 2021. "Treasury Laws Amendment (News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code) Bill 2021", dalam *https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Bills_Legislation/Bills_Search_Results/Result?bId=r6652* diakses 30 Juni 2022.
- Johnston, Matthew. 2022. "How Google (Alphabet) Makes Money", dalam *https://www.investopedia.com/articles/investing/020515/business-google.asp* diakses 10 Mei 2022.
- Judd, Bridget. 2021. "Google is Threatening to Pull Its Search Engine from Australia. So What Does That Mean for You?", dalam *https://www.abc.net.au/news/2021-01-25/google-may-pull-search-engine-from-australia-what-happens-next/13086712* diakses 20 Agustus 2022.
- Keating, Eloise. 2020. "Google to make it free for Australian small businesses to list their products in Google Shopping", dalam *https://www.smartcompany.com.au/industries/retail/google-shopping-listings-free-australian-businesses/* diakses 13 Mei 2022.
- Meade, Amanda. 2021. "Google and Facebook using lobbyists with close ties to Morrison government to fight media code", dalam *https://www.theguardian.com/media/2021/feb/09/google-and-facebook-using-lobbyists-with-close-ties-to-morrison-government-to-fight-media-code* diakses 18 Juni 2022.
- Morrison, Hon Scott, dkk. 2019. "Response to Digital Platforms Inquiry", dalam *https://ministers.treasury.gov.au/ministers/josh-frydenberg-2018/media-releases/response-digital-platforms-inquiry* diakses 20 Agustus 2022.
- Motta, Carlo. 2016. "Can the EU really make Google and Facebook pay publishers and media?", dalam *https://europeansting.com/2016/08/30/can-the-eu-really-make-google-*

- and-facebook-pay-publishers-and-media/* diakses 23 Mei 2022.
- Nichollas, Rob. 2021. “This week’s changes are a win for Facebook, Google and the government — but what was lost along the way?”, dalam *https://theconversation.com/this-weeks-changes-are-a-win-for-facebook-google-and-the-government-but-what-was-lost-along-the-way-155865* diakses 30 Juni 2022.
- Page, Larry. 2016. “G iss for Google”, dalam *https://abc.xyz/* diakses 20 November 2022.
- Silva, Mel. 2020. “Australia’s media code won’t allow fair negotiations”, dalam *https://blog.google/around-the-globe/google-asia/australia/unfair-arbitration/* diakses 14 Juni 2022.
- Silva, Mel. 2020. “A workable publisher code for Australia”, dalam *https://blog.google/around-the-globe/google-asia/australia/workable-publisher-code-australia/* diakses 14 Juni 2022.
- Silva, Mel. 2020. “Small business and Australia’s media bargaining code”, dalam *https://blog.google/around-the-globe/google-asia/australia/small-business-and-australias-media-bargaining-code/* diakses 14 Juni 2022.
- Silva, Mel. 2020. “The News Media Bargaining Code remains unworkable—but there is a path forward”, dalam *https://blog.google/around-the-globe/google-asia/australia/news-code-path-forward/* diakses 17 Juni 2022.

Acuan dari publikasi resmi :

- House of Representatives. 2020. Treasury Laws Amendment (News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code) Bill 2020. Canberra: Parliament of Australia. pp. 1-55
- House of Representatives. 2020. Treasury Laws Amendment (News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code) Bill 2020 Second Reading Speech. Canberra: *Parliament of Australia*. Hal. 11013-11014.