

KONSEP DASAR MANAJEMEN INDUSTRI MEDIA DI ERA DIGITAL

Intan Shafika¹, Nurarfika Jamal², Suryani Musi³, Ahmad Nauval Rasyidi⁴, Ilham Nur⁵

intannsyafikhha@gmail.com¹, nurarfika0@gmail.com², suryani.musi@uin-alauddin.ac.id³,
naufalrasyidi001@gmail.com⁴, nur181648@gmail.com⁵

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini membahas perubahan mendasar dalam konsep manajemen industri media pada era digital. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menggeser sistem pengelolaan media dari model yang bersifat konvensional dan hierarkis menuju pola manajemen yang lebih adaptif, kolaboratif, dan berbasis teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research) yang berfokus pada analisis literatur terkait manajemen media, inovasi, serta digitalisasi organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan industri media di era digital sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan inovasi, teknologi, dan penguatan sumber daya manusia berbasis kompetensi digital. Konsep manajemen tradisional yang berorientasi pada struktur dan kontrol kini mengalami pergeseran menjadi sistem yang lebih fleksibel, dinamis, dan partisipatif. Selain itu, penguasaan literasi digital, kepemimpinan berbasis teknologi (digital leadership), serta kolaborasi lintas platform menjadi faktor utama dalam menjaga eksistensi dan daya saing industri media di tengah perubahan yang semakin cepat.

Kata Kunci: Manajemen, Industri Media, Era Digital, Inovasi, Komunikasi.

ABSTRACT

This study explores the fundamental transformation of management concepts within the media industry in the digital era. The advancement of information and communication technology has shifted the management system from conventional and hierarchical models toward adaptive, collaborative, and technology-based approaches. This research employs a qualitative method using library research, focusing on literature related to media management, innovation, and organizational digitalization. The results indicate that the success of the media industry in the digital era is determined by its ability to integrate innovation, technology, and the empowerment of human resources with strong digital competencies. Traditional management concepts that emphasize structure and control have evolved into more flexible, dynamic, and participatory systems. Furthermore, digital literacy, technology-based leadership (digital leadership), and cross-platform collaboration emerge as essential strategies for sustaining and enhancing competitiveness in modern media organizations.

Keywords: Management, Media Industry, Digital Era, Innovation, Communication.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada abad ke-21 telah menghadirkan perubahan besar dalam kehidupan manusia, termasuk dalam sistem produksi dan distribusi informasi. Era digital mendorong perubahan pola komunikasi dari yang bersifat linear dan satu arah menuju sistem interaktif yang memungkinkan khalayak menjadi bagian dari proses produksi informasi.¹ Transformasi ini memaksa industri media untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumsi masyarakat yang semakin berbasis digital.

¹ Maulana Arie Marwah, "Transformasi Digital dan Kinerja Industri Media di Indonesia," *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 1, No. 2 (2022).

Dalam konteks tersebut, Maulana Arie Marwah menegaskan bahwa digitalisasi memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja industri media di Indonesia. Digitalisasi tidak hanya mempercepat proses penyebaran informasi, tetapi juga mengubah pola manajemen organisasi media dari sistem konvensional menjadi model berbasis teknologi. Perusahaan media yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara efektif akan memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan media yang masih bertahan pada pola tradisional.

Menurut Pungqi Anom N. Mutaqin dan M. Budi Djatmiko, dalam era disrupsi digital seperti saat ini, manajemen inovasi menjadi pondasi utama keberhasilan industri media.² Organisasi media perlu membangun sistem manajemen yang mendorong kreativitas, kolaborasi lintas platform, dan pengembangan riset agar mampu menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan audiens. Dengan demikian, manajemen tidak hanya berfungsi sebagai alat kontrol internal, tetapi juga menjadi strategi inovatif untuk menghadapi perubahan eksternal yang cepat.

Sementara itu, Eni Maryani dkk. menyoroti pentingnya peningkatan kompetensi sumber daya manusia dalam menghadapi perkembangan digital.³ Menurutnya, kemampuan pekerja media dalam menguasai teknologi digital, memahami etika media baru, dan mengelola informasi berbasis data merupakan faktor utama keberhasilan lembaga media di era konvergensi. Media yang gagal membangun kapasitas SDM digital akan tertinggal dari segi inovasi dan efektivitas organisasi.

Dalam penelitian lain, Erika Aprilia dkk. melalui studi terhadap Radio Swaragama, menunjukkan bahwa lembaga penyiaran lokal mampu bertahan dengan melakukan adaptasi manajerial berbasis digital.⁴ Radio yang dulunya beroperasi secara analog kini memanfaatkan *live streaming*, media sosial, dan platform digital sebagai bagian dari strategi pengelolaan konten dan komunikasi dengan audiens. Hasilnya, media penyiaran tidak lagi dibatasi oleh ruang geografis, melainkan mampu menjangkau audiens secara global.

Abdul Aziz dan Siti Muyasaroh juga memperkuat pandangan tersebut melalui penelitiannya tentang strategi *public relations* radio di era digital.⁵ Mereka menjelaskan bahwa hubungan antara media dan khalayak kini bersifat partisipatif. Melalui pemanfaatan media sosial dan platform daring, lembaga penyiaran dapat menjalin komunikasi dua arah dengan pendengar dan membangun citra positif secara berkelanjutan. Hal ini menandakan bahwa konsep manajemen komunikasi publik perlu bertransformasi agar relevan dengan karakteristik masyarakat digital yang aktif.

Herlin Widasiwi Setianingrum dkk. menambahkan bahwa perubahan digital juga membawa dampak besar terhadap strategi pemasaran media.⁶ Perusahaan media kini perlu mengintegrasikan pendekatan pemasaran digital seperti penggunaan *big data*, analitik, dan promosi berbasis media sosial. Konsep dasar manajemen modern dalam konteks ini harus

² Pungqi Anom N. Mutaqin dan M. Budi Djatmiko, "Manajemen Inovasi Media Online," *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, Vol. 2, No. 1 (2024).

³ Eni Maryani dkk., "Pelatihan Manajemen Media Digital bagi Praktisi Media Lokal di Era Digital," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 4, No. 2 (2022).

⁴ Erika Aprilia dkk., "Manajemen Media Penyiaran Swaragama dan Program Siaran di Era Digital," *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 1 (2024).

⁵ Abdul Aziz dan Siti Muyasaroh, "Strategi Public Relations Radio FM Pasuruan dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Media Digital," *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Bahasa*, Vol. 5, No. 1 (2025).

⁶ Herlin Widasiwi Setianingrum dkk., "Manajemen Pemasaran di Era Digital: Tantangan dan Harapan," *Jurnal Manajemen Digital*, Vol. 3, No. 2 (2024).

menempatkan teknologi dan inovasi sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan strategis agar media tetap kompetitif.

Selain itu, Arif Rohman Hakim menyoroti pentingnya pengelolaan sumber daya manusia dalam mendukung kesejahteraan organisasi media.⁷ Menurutnya, manajemen SDM yang baik di era digital harus mengutamakan pengembangan keterampilan teknologi, pemberdayaan karyawan, serta kebijakan kerja yang fleksibel. Pengelolaan SDM berbasis digital akan menciptakan keseimbangan antara efisiensi organisasi dan kesejahteraan individu dalam lingkungan kerja yang serba dinamis.

Dari berbagai penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa konsep dasar manajemen industri media di era digital menuntut perubahan paradigma yang mendasar. Struktur organisasi yang dulunya hierarkis kini beralih ke bentuk yang lebih datar, kolaboratif, dan berbasis proyek. Fleksibilitas, kreativitas, serta kemampuan beradaptasi menjadi prinsip utama dalam menghadapi perubahan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menjawab pertanyaan: *bagaimana konsep dasar manajemen dapat diterapkan dalam industri media di era digital untuk menciptakan organisasi yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing tinggi?*

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif**, karena fokus utamanya adalah memahami secara mendalam konsep dasar manajemen dalam industri media di era digital melalui penelusuran literatur dan analisis dokumen akademik. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan fenomena manajerial secara kontekstual dan menafsirkan maknanya berdasarkan teori-teori komunikasi dan manajemen yang relevan.⁸

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini bersifat **kualitatif deskriptif**, yaitu menelaah fenomena sosial dengan menekankan pada aspek pemahaman makna daripada pengukuran angka.⁹ Peneliti berperan sebagai instrumen utama yang menafsirkan data dari berbagai sumber literatur terkait dengan manajemen industri media, terutama dalam konteks digitalisasi. Tujuannya bukan untuk menguji hipotesis, tetapi untuk menemukan konsep dan pola berpikir baru yang dapat menjelaskan perubahan sistem manajemen media di era digital.

2. Sumber Penelitian Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui **studi kepustakaan (library research)** dengan menelaah berbagai jurnal ilmiah, buku akademik, dan hasil penelitian sebelumnya yang membahas tema manajemen media, digitalisasi, serta transformasi organisasi media. Beberapa sumber utama berasal dari penelitian Maulana Arie Marwah, Pungqi Anom N. Mutaqin, Erika Aprilia, Eni Maryani, Herlin Widasiwi Setianingrum, Abdul Aziz, dan Arif Rohman Hakim, yang telah memberikan dasar konseptual mengenai manajemen industri media di era digital.¹⁰

3. Teknik Pengumpulan Data

⁷ Arif Rohman Hakim, "Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap Kesejahteraan Rakyat di Era Tantangan Digital," *Journal of Economics and Business UBS*, Vol. 12, No. 4 (2023).

⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), hlm. 6.

⁹ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, (Los Angeles: SAGE Publications, 2018), hlm. 182.

¹⁰ Maulana Arie Marwah, "Transformasi Digital dan Kinerja Industri Media di Indonesia," *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 1, No. 2 (2022); Pungqi Anom N. Mutaqin dan M. Budi Djatmiko, "Manajemen Inovasi Media Online," *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, Vol. 2, No. 1 (2024).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga metode utama:

- a. Studi Pustaka (Library Research): mengumpulkan dan menelaah literatur akademik berupa jurnal ilmiah, buku, dan dokumen penelitian yang relevan dengan tema manajemen industri media.
- b. Analisis Dokumen (Document Analysis): meninjau hasil penelitian sebelumnya untuk mengidentifikasi kesamaan pola, pendekatan, dan konsep manajerial yang digunakan dalam konteks digital.
- c. Pencatatan dan Klasifikasi Data: seluruh data yang diperoleh kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema seperti teori manajemen, struktur organisasi media, dan strategi digitalisasi.¹¹

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara **deskriptif kualitatif** dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Reduksi Data (Data Reduction): menyeleksi dan menyederhanakan data dari berbagai sumber untuk fokus pada aspek yang relevan dengan topik penelitian.
- b. Penyajian Data (Data Display): mengorganisasikan hasil temuan dalam bentuk narasi konseptual untuk menggambarkan hubungan antara teori manajemen dan praktik industri media digital.
- c. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing): menyimpulkan pola-pola manajemen yang muncul dari hasil analisis literatur, serta menarik implikasi teoretis terhadap perkembangan industri media di era digital.¹²

5. Keabsahan Data

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik **triangulasi sumber**, yaitu membandingkan hasil dari berbagai literatur yang memiliki topik sejenis.¹³ Selain itu, proses pembacaan dan interpretasi data dilakukan secara berulang untuk menjaga konsistensi dan keakuratan penafsiran.

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik **triangulasi sumber**, yaitu membandingkan hasil dari berbagai literatur yang memiliki topik sejenis.⁷ Selain itu, proses pembacaan dan interpretasi data dilakukan secara berulang untuk menjaga konsistensi dan keakuratan penafsiran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Transformasi Konsep Manajemen di Era Digital

Era digital telah mengubah paradigma dasar manajemen dari sistem yang bersifat mekanistik menuju model yang adaptif, kolaboratif, dan berbasis teknologi.¹⁴ Dalam konteks industri media, perubahan ini terlihat pada cara organisasi mengelola sumber daya, membuat keputusan, serta berinteraksi dengan audiens.

Sebagaimana ditunjukkan pada **Grafik 1**, perubahan konsep manajemen dapat dipetakan dari empat aspek utama: struktur organisasi, pola komunikasi, strategi bisnis, dan orientasi teknologi.

Sebagai contoh, dapat dilihat Tabel 1. Berikut:

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 245.

¹² Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldana, J., *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, (Los Angeles: SAGE Publications, 2014), hlm. 33–34.

¹³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 324.

¹⁴ Maulana Arie Marwah, "Transformasi Digital dan Kinerja Industri Media di Indonesia," *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 1, No. 2 (2022).

Tabel 1. Evolusi Konsep Manajemen dalam Industri Media

Aspek	Era Konvensional (Pra-Digital)	Era Digital Modern
Struktur Organisasi	Hierarkis, birokratis	Fleksibel, kolaboratif
Pola Komunikasi	Satu arah (top-down)	Dua arah, partisipatif
Strategi Bisnis	Berbasis iklan dan langganan cetak	Berbasis data, digital marketing
Orientasi Teknologi	Manual, analog	Otomatisasi, AI, dan platform digital

Sumber: Diolah dari Maulana Arie Marwah (2022); Pungqi Anom N. Mutaqin & M. Budi Djatmiko (2024).

Perubahan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan manajemen industri media tidak lagi hanya bergantung pada kontrol internal dan struktur, tetapi juga pada **kecepatan adaptasi terhadap inovasi teknologi dan preferensi audiens digital**.¹⁵

Digitalisasi memungkinkan media untuk menciptakan sistem manajemen yang lebih efisien melalui pemanfaatan *big data*, kecerdasan buatan (AI), dan otomasi dalam proses redaksional maupun promosi konten.¹⁶

2. Tantangan Manajerial dalam Industri Media Digital

Transformasi digital tidak hanya membawa peluang, tetapi juga tantangan baru bagi para pelaku industri media. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kendala utama terletak pada kurangnya kompetensi digital sumber daya manusia, lemahnya strategi adaptasi, serta belum optimalnya integrasi teknologi dalam sistem organisasi.¹⁷

Berikut ini **Tabel 2** menggambarkan faktor-faktor utama yang memengaruhi efektivitas manajemen industri media di era digital.

No	Faktor	Dampak terhadap Manajemen Media	Sumber Referensi
1.	Kompetensi SDM Digital	Menentukan kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru	Eni Maryani dkk. (2022)
2.	Struktur Organisasi Fleksibel	Mendorong kolaborasi lintas divisi	Maulana Arie Marwah (2022)
3.	Inovasi dan Riset Media	Meningkatkan kualitas konten digital dan strategi pasar	Pungqi Anom N. Mutaqin (2024)
4.	Strategi Pemasaran Digital	Meningkatkan engagement audiens melalui analitik data	Herlin Widasiwi Setianingrum (2024)
5.	Manajemen SDM Berkelanjutan	Menjaga keseimbangan produktivitas dan kesejahteraan	Arif Rohman Hakim (2023)

Dari tabel tersebut terlihat bahwa **inovasi dan kemampuan SDM digital** menjadi faktor dominan dalam menentukan keberhasilan manajemen media modern. Media yang

¹⁵ Pungqi Anom N. Mutaqin dan M. Budi Djatmiko, “Manajemen Inovasi Media Online,” *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, Vol. 2, No. 1 (2024).

¹⁶ Herlin Widasiwi Setianingrum dkk., “Manajemen Pemasaran di Era Digital: Tantangan dan Harapan,” *Jurnal Manajemen Digital*, Vol. 3, No. 2 (2024).

¹⁷ Eni Maryani dkk., “Pelatihan Manajemen Media Digital bagi Praktisi Media Lokal di Era Digital,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 4, No. 2 (2022).

tidak memiliki strategi pelatihan internal atau sistem peningkatan kapasitas digital akan tertinggal dari pesaingnya.

Hal ini sejalan dengan pandangan Arif Rohman Hakim yang menegaskan bahwa kesejahteraan karyawan harus berjalan beriringan dengan peningkatan keterampilan digital agar organisasi tetap seimbang antara efisiensi dan kemanusiaan.¹⁸

3. Strategi Adaptif Manajemen media di Era Digital

Berdasarkan hasil analisis literatur, terdapat tiga strategi utama yang dapat diterapkan oleh lembaga media untuk bertahan dan berkembang di era digital, sebagaimana ditunjukkan pada **Tabel 3** berikut ini.

Tabel 3 Strategi Utama Lembaga Media

Strategi Utama	Penjelasan	Contoh Penerapan
1. Inovasi Digital	Mendorong pembaruan dalam sistem produksi konten berbasis teknologi	Otomatisasi redaksi, AI untuk riset audiens
2. Kolaborasi Lintas Platform	Sinergi antara media konvensional dan media sosial	Integrasi siaran radio ke YouTube & Spotify
3. Penguatan SDM Digital	Pengembangan pelatihan, literasi digital, dan budaya adaptif	Workshop konten digital, sertifikasi kompetensi

Sumber: Diolah dari Eni Maryani dkk. (2022); Erika Aprilia dkk. (2024).

Strategi inovasi digital menjadi aspek penting dalam memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan nilai ekonomi media. Erika Aprilia dkk. mencontohkan bagaimana Radio Swaragama memanfaatkan platform *streaming* untuk mempertahankan loyalitas pendengar dan menjangkau generasi muda yang aktif di dunia maya.¹⁹

Selain itu, strategi kolaborasi lintas platform memberikan peluang bagi media untuk mengoptimalkan sumber daya dan memperluas kanal distribusi informasi. Penggabungan media cetak, penyiaran, dan digital dalam satu sistem manajemen terpadu menjadi ciri khas industri media modern.

Abdul Aziz dan Siti Muyasaroh juga menekankan pentingnya strategi komunikasi digital yang partisipatif, di mana audiens tidak hanya menjadi penerima informasi tetapi juga turut membentuk narasi media melalui interaksi di media sosial.²⁰

4. Sintesis Pembahasan

Berdasarkan keseluruhan temuan literatur dan visualisasi di atas, dapat disimpulkan bahwa **konsep dasar manajemen dalam industri media digital bersifat dinamis dan adaptif**. Manajemen bukan lagi sebatas fungsi administratif, tetapi juga sebagai mekanisme strategis untuk mengintegrasikan inovasi, teknologi, dan hubungan sosial di dalam organisasi media.

Dengan demikian, keberhasilan industri media digital diukur bukan hanya dari efisiensi operasional, tetapi juga dari **kemampuan mengelola pengetahuan, teknologi, dan kreativitas** secara bersamaan. Konsep manajemen modern dalam media digital kini menempatkan manusia, data, dan inovasi sebagai tiga pilar utama dalam pembangunan organisasi.

¹⁸ Arif Rohman Hakim, "Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap Kesejahteraan Rakyat di Era Tantangan Digital," *Journal of Economics and Business UBS*, Vol. 12, No. 4 (2023).

¹⁹ Erika Aprilia dkk., "Manajemen Media Penyiaran Swaragama dan Program Siaran di Era Digital," *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 1 (2024).

²⁰ Erika Aprilia dkk., "Manajemen Media Penyiaran Swaragama dan Program Siaran di Era Digital," *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 1 (2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsep dasar manajemen dalam industri media di era digital mengalami perubahan mendasar seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Manajemen tidak lagi hanya dipahami sebagai proses pengendalian struktur dan sumber daya, tetapi telah berevolusi menjadi sistem yang adaptif, kolaboratif, dan berbasis teknologi. Perubahan ini menuntut lembaga media untuk memiliki kemampuan inovatif dalam mengelola organisasi, merespons perubahan perilaku audiens, serta mengoptimalkan teknologi digital sebagai sarana utama produksi dan distribusi informasi.

Transformasi digital juga menuntut restrukturisasi organisasi media menuju sistem yang lebih fleksibel, terbuka, dan partisipatif. Struktur yang sebelumnya hierarkis kini bergeser ke arah model kolaboratif, di mana keputusan tidak hanya datang dari manajemen puncak, tetapi juga melalui partisipasi lintas divisi yang saling terhubung melalui sistem digital. Keberhasilan manajemen industri media sangat ditentukan oleh kemampuan adaptasi dan inovasi organisasi dalam menghadapi perubahan cepat di lingkungan digital.

Transformasi digital juga menuntut restrukturisasi organisasi media menuju sistem yang lebih fleksibel, terbuka, dan partisipatif. Struktur yang sebelumnya hierarkis kini bergeser ke arah model kolaboratif, di mana keputusan tidak hanya datang dari manajemen puncak, tetapi juga melalui partisipasi lintas divisi yang saling terhubung melalui sistem digital. Keberhasilan manajemen industri media sangat ditentukan oleh kemampuan adaptasi dan inovasi organisasi dalam menghadapi perubahan cepat di lingkungan digital.

Selain itu, penguatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor utama dalam pengelolaan media digital. Kompetensi digital, literasi teknologi, dan kreativitas menjadi syarat penting bagi karyawan media untuk beradaptasi dengan sistem kerja berbasis digital. Inovasi yang berkelanjutan serta kolaborasi lintas platform menjadi strategi penting untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di tengah arus kompetisi global.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen industri media di era digital bertumpu pada integrasi antara inovasi, teknologi, dan pengelolaan SDM berbasis kompetensi digital. Ketiga aspek tersebut menjadi fondasi utama dalam membangun organisasi media yang tangguh, adaptif, dan berdaya saing tinggi.

Saran

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsep dasar manajemen dalam industri media di era digital mengalami perubahan yang sangat signifikan. Manajemen tidak lagi dimaknai hanya sebagai sistem pengendalian sumber daya dan struktur organisasi, tetapi telah berevolusi menjadi proses yang lebih adaptif, kolaboratif, serta berbasis pada pemanfaatan teknologi digital. Pergeseran ini mendorong lembaga media untuk mampu mengintegrasikan inovasi, strategi komunikasi, dan teknologi dalam setiap aspek pengelolaannya.

Transformasi digital menuntut organisasi media untuk membangun sistem manajemen yang fleksibel dan terbuka terhadap perubahan. Struktur yang dulunya hierarkis kini beralih menjadi kolaboratif, dengan pembagian peran yang lebih dinamis antarbidang produksi, pemasaran, dan teknologi informasi. Keberhasilan lembaga media di era digital sangat bergantung pada kecepatan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, kemampuan membaca tren pasar, serta keberanian melakukan inovasi berkelanjutan.

Aspek sumber daya manusia menjadi komponen yang tidak dapat dipisahkan dari keberhasilan manajemen media modern. Kompetensi digital, literasi teknologi, dan kreativitas menjadi prasyarat utama bagi pekerja media agar mampu berkontribusi dalam sistem kerja yang serba digital. Dalam konteks ini, organisasi media perlu menumbuhkan budaya pembelajaran yang berkelanjutan serta mendorong pelatihan-pelatihan berbasis teknologi agar SDM yang dimiliki mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan kerja.

Secara teoretis, hasil penelitian ini menegaskan bahwa teori-teori manajemen klasik yang berorientasi pada struktur dan kontrol perlu diperbaharui dengan pendekatan yang lebih sesuai dengan karakter era digital. Prinsip-prinsip seperti kepemimpinan digital (*digital leadership*), manajemen berbasis pengetahuan (*knowledge management*), serta kelincuhan organisasi (*organizational agility*) menjadi elemen penting yang menentukan keberhasilan lembaga media dalam menghadapi dinamika industri modern.

Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran bahwa industri media harus menempatkan inovasi dan teknologi sebagai inti dari strategi pengelolaan organisasi. Pemanfaatan kecerdasan buatan, analitik data, serta media sosial menjadi bagian penting dari sistem manajemen modern. Lembaga media dituntut untuk tidak hanya beradaptasi dengan perkembangan teknologi, tetapi juga membangun hubungan yang interaktif dan partisipatif dengan audiens.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi lembaga pendidikan dan pemerintah dalam merancang kebijakan serta kurikulum yang relevan dengan kebutuhan industri komunikasi digital. Sinergi antara dunia akademik dan industri perlu terus ditingkatkan agar mampu mencetak sumber daya manusia yang siap menghadapi tantangan era digital secara kompeten dan berdaya saing global.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi lembaga pendidikan dan pemerintah dalam merancang kebijakan serta kurikulum yang relevan dengan kebutuhan industri komunikasi digital. Sinergi antara dunia akademik dan industri perlu terus ditingkatkan agar mampu mencetak sumber daya manusia yang siap menghadapi tantangan era digital secara kompeten dan berdaya saing global.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz dan Siti Muyasaroh. "Strategi Public Relations Radio FM Pasuruan dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Media Digital." *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Bahasa*, Vol. 5, No. 1, 2025.
- Arif Rohman Hakim. "Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia terhadap Kesejahteraan Rakyat di Era Tantangan Digital." *Journal of Economics and Business UBS*, Vol. 12, No. 4, 2023.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE Publications, 2018.
- Eni Maryani, dkk. "Pelatihan Manajemen Media Digital bagi Praktisi Media Lokal di Era Digital." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 4, No. 2, 2022.
- Erika Aprilia, dkk. "Manajemen Media Penyiaran Swaragama dan Program Siaran di Era Digital." *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, 2024.
- Herlin Widasiwi Setianingrum, dkk. "Manajemen Pemasaran di Era Digital: Tantangan dan Harapan." *Jurnal Manajemen Digital*, Vol. 3, No. 2, 2024.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.
- Maulana Arie Marwah. "Transformasi Digital dan Kinerja Industri Media di Indonesia." *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 1, No. 2, 2022.
- Miles, M.B., Huberman, A.M., dan Saldana, J. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Los Angeles: SAGE Publications, 2014.
- Pungqi Anom N. Mutaqin dan M. Budi Djatmiko. "Manajemen Inovasi Media Online." *Jurnal*

Ilmu Komunikasi Digital, Vol. 2, No. 1, 2024.
Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2021.