



Fungsi Manajemen sebagai Strategi Keberlanjutan Media Massa di Tengah Disrupsi Teknologi

¹Azzahra Khumairah dan ²Ricka Handayani

^{1,2}Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Email: azzahrakhumairah80@gmail.com, rickahandayani@uinsyahada.ac.id

Keywords	Abstract
Management Functions, Mass Media Sustainability, Technological Disruption, Media Management, Digital Media	Digital technological disruption has brought significant changes to the mass media industry, affecting the production, distribution, and consumption of information. This condition requires mass media organizations to implement strategic adjustments in order to maintain sustainability and relevance amid increasingly intense competition. This study aims to analyze management functions as a sustainability strategy for mass media in the context of technological disruption. The research employs a qualitative approach with a descriptive-analytical method. Data were collected through in-depth interviews, document analysis, and relevant literature review related to mass media management. The findings indicate that the implementation of management functions, including planning, organizing, directing, and controlling, plays a crucial role in supporting media adaptation to technological change. Integrated management functions encourage content innovation, adaptive human resource management, transformation of media business models, and the strengthening of public trust. This study concludes that management functions constitute a key strategy for ensuring the sustainability of mass media from economic, organizational, and social responsibility perspectives in the digital era.
Fungsi Manajemen, Keberlanjutan Media Massa, Disrupsi Teknologi, Manajemen Media, Media Digital	Disrupsi teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap industri media massa, baik dari sisi produksi, distribusi, maupun konsumsi informasi. Kondisi ini menuntut media massa untuk melakukan penyesuaian strategis agar dapat mempertahankan keberlanjutan dan relevansinya di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fungsi manajemen sebagai strategi keberlanjutan media massa di tengah disrupsi teknologi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan kajian kepustakaan yang relevan dengan pengelolaan media massa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan fungsi manajemen yang meliputi

	perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan berperan penting dalam mendukung adaptasi media terhadap perubahan teknologi. Fungsi manajemen yang diterapkan secara terpadu mampu mendorong inovasi konten, pengelolaan sumber daya manusia yang adaptif, transformasi model bisnis media, serta penguatan kepercayaan publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fungsi manajemen merupakan strategi kunci dalam menjaga keberlanjutan media massa, baik dari aspek ekonomi, organisasi, maupun tanggung jawab sosial di era digital.		
Article Info			
Submit: 28/01/2026		Accepted: 07/02/2026	Publish: 08/02/2026
Corresponding Author		Azzahra Khumairah	

Introduction

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam industri media massa, baik pada aspek produksi, distribusi, maupun konsumsi informasi. Media cetak, radio, dan televisi yang sebelumnya menjadi sumber utama informasi kini harus bersaing dengan media daring, platform digital, serta media sosial yang bergerak cepat dan real time (Effendy, 2020). Perubahan ini memengaruhi pola konsumsi informasi masyarakat, preferensi audiens, serta tingkat kepercayaan publik terhadap media (Deddy Mulyana, 2019). Kondisi tersebut menempatkan media massa pada situasi yang penuh tantangan sekaligus peluang, sehingga media dituntut melakukan transformasi agar tetap relevan dan berkelanjutan di era digital.

Disrupsi teknologi tidak hanya berdampak pada aspek teknis penyampaian informasi, tetapi juga pada model bisnis, pola kerja organisasi, serta strategi pengelolaan media (Morissan, 2019). Media massa menghadapi tekanan penurunan pendapatan iklan konvensional, meningkatnya persaingan dengan platform digital global, serta perubahan ekspektasi audiens terhadap kualitas dan kecepatan informasi (Ruliana, 2024). Situasi ini menimbulkan persoalan strategis mengenai bagaimana media massa dapat mempertahankan keberlanjutan organisasi tanpa kehilangan fungsi sosialnya sebagai penyedia informasi yang kredibel (Elvinaro, 2019). Oleh karena itu, penguatan fungsi manajemen menjadi aspek penting yang perlu dikaji dalam konteks disrupsi teknologi media.

Selain itu, perkembangan teknologi digital juga mendorong perubahan signifikan dalam pola produksi dan distribusi konten media massa. Media tidak lagi hanya berfokus pada penyampaian informasi satu arah, tetapi dituntut menghadirkan konten yang interaktif, cepat, dan relevan dengan kebutuhan audiens digital. Perubahan ini menyebabkan media harus mengintegrasikan teknologi digital dalam proses kerja redaksional maupun manajerial. Adaptasi tersebut mencakup penggunaan analitik data audiens, pemanfaatan multimedia, serta optimalisasi distribusi melalui berbagai platform digital. Integrasi teknologi digital dalam manajemen media menjadi faktor penting dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan organisasi media di era konvergensi.

Di sisi lain, tantangan disrupsi teknologi juga berkaitan dengan upaya mempertahankan kepercayaan publik terhadap media massa. Maraknya informasi yang tidak terverifikasi di media sosial menuntut media profesional untuk semakin menegaskan standar etika jurnalistik dan kualitas informasi. Media yang mampu menjaga kredibilitasnya cenderung memiliki posisi lebih kuat dalam persaingan industri informasi digital. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan media tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknologi dan model bisnis, tetapi juga oleh kualitas tata kelola organisasi serta profesionalisme sumber daya manusianya. Manajemen media yang efektif berperan penting dalam membangun legitimasi sosial dan mempertahankan kepercayaan publik di tengah arus disrupsi teknologi.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas transformasi media massa di era digital dari berbagai perspektif. Beberapa studi menyoroti perubahan model bisnis media dan strategi adaptasi digital yang dilakukan organisasi media untuk mempertahankan pendapatan dan audiens (European Media Management Association, 2025). Penelitian lain membahas inovasi konten digital, konvergensi media, serta perubahan perilaku audiens dalam mengonsumsi informasi. Selain itu, terdapat penelitian yang menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya manusia media agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi. Kajian-kajian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika industri media, namun sebagian besar masih membahas aspek tertentu secara terpisah (Gershon, 2016).

Meskipun penelitian mengenai transformasi media digital telah cukup berkembang, masih terdapat ruang kosong dalam kajian yang secara komprehensif mengaitkan fungsi manajemen klasik perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dengan strategi keberlanjutan media massa di tengah disrupsi teknologi (Hidayat, Dkk., 2025). Banyak studi lebih berfokus pada aspek teknologi, bisnis, atau konten, sementara integrasi fungsi manajemen sebagai kerangka strategis keberlanjutan media belum banyak dibahas secara sistematis. Padahal, keberlanjutan media tidak hanya ditentukan oleh inovasi teknologi, tetapi juga oleh kualitas pengelolaan organisasi secara menyeluruh.

Berdasarkan kondisi tersebut, artikel ini menawarkan kebaruan dengan menempatkan fungsi manajemen sebagai kerangka utama dalam menganalisis strategi keberlanjutan media massa di era disrupsi teknologi. Artikel ini tidak hanya membahas adaptasi teknologi media, tetapi juga mengkaji bagaimana fungsi manajemen berperan dalam perencanaan strategis, pengorganisasian sumber daya, pengarahan budaya organisasi, pengawasan kualitas konten, inovasi konten digital, pengelolaan sumber daya manusia, transformasi model bisnis, serta penguatan kepercayaan publik. Pendekatan ini memberikan perspektif yang lebih holistik dalam memahami keberlanjutan media massa di tengah perubahan teknologi. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran fungsi manajemen sebagai strategi keberlanjutan media massa di tengah disrupsi teknologi digital. Secara khusus, penelitian ini bertujuan mengkaji penerapan fungsi manajemen dalam perencanaan strategis media, pengorganisasian dan pengelolaan sumber daya manusia, inovasi konten, transformasi model bisnis media, serta penguatan kepercayaan publik sebagai faktor penting keberlanjutan media massa di era digital.

Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam penerapan fungsi manajemen dalam organisasi media massa, khususnya pada media daring Kompas.com sebagai salah satu media digital nasional yang aktif melakukan transformasi di tengah disrupsi teknologi. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena manajerial secara kontekstual dan holistik. Penelitian kualitatif juga relevan untuk menganalisis strategi keberlanjutan media yang tidak dapat diukur hanya melalui data kuantitatif. Dengan demikian, pendekatan ini dianggap paling sesuai untuk menjelaskan realitas sosial dan organisasi dalam industri media massa (Lexy J. Moleong, 2028).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola media, seperti pimpinan redaksi, manajer media, dan praktisi yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan manajerial. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat menggali informasi secara fleksibel namun tetap terarah. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen organisasi, laporan media, buku, serta artikel jurnal yang relevan dengan topik

penelitian. Kombinasi sumber data ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan kelengkapan informasi yang diperoleh.

Prosedur pengambilan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu penentuan informan berdasarkan relevansi posisi dan keterlibatan mereka dalam pengelolaan media, penyusunan pedoman wawancara, pelaksanaan wawancara secara langsung maupun daring, serta pencatatan dan perekaman data untuk menjaga keakuratan informasi. Selain itu, peneliti juga melakukan pengumpulan dokumen organisasi dan literatur pendukung yang berkaitan dengan manajemen media massa dan disrupsi teknologi.

Adapun prosedur pengelolaan dan analisis data dilakukan secara bertahap melalui proses transkripsi hasil wawancara, pengelompokan data berdasarkan tema penelitian, serta reduksi data untuk memilih informasi yang paling relevan. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis untuk memudahkan interpretasi. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara berkelanjutan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini juga menerapkan triangulasi sumber dan metode sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Result and Analysis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan media massa di tengah disrupsi teknologi sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi media dalam menerapkan fungsi manajemen secara strategis dan adaptif. Disrupsi teknologi tidak hanya berdampak pada aspek teknis produksi dan distribusi informasi, tetapi juga pada pola kerja, budaya organisasi, serta strategi bisnis media. Media massa yang mampu mengelola perubahan secara terencana cenderung lebih stabil dalam menjaga eksistensinya. Sebaliknya, media yang mengabaikan fungsi manajemen mengalami penurunan kinerja dan kesulitan beradaptasi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dianalisis berdasarkan penerapan fungsi manajemen sebagai strategi keberlanjutan media massa.

Perencanaan Strategis sebagai Dasar Adaptasi Media Massa

Perencanaan strategis terbukti menjadi fondasi utama dalam upaya media massa menghadapi disrupsi teknologi. Media yang memiliki perencanaan jangka panjang mampu memetakan perubahan lingkungan eksternal secara lebih sistematis. Perencanaan tersebut mencakup penyesuaian visi dan misi media agar selaras dengan perkembangan teknologi digital. Selain itu, perencanaan strategis membantu media menentukan prioritas pengembangan konten dan platform distribusi. Dengan adanya perencanaan yang jelas, media tidak bersikap reaktif, melainkan proaktif terhadap perubahan (Ahmad Junaidi, Dede Lilis Chaerani, 19(2), 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan yang efektif mendorong media untuk melakukan transformasi digital secara bertahap dan terukur. Media yang berhasil bertahan tidak serta-merta meninggalkan platform konvensional, tetapi mengintegrasikannya dengan media digital (Jawa Pos Multimedia Study Team, 2023). Strategi ini memungkinkan media menjangkau audiens yang lebih luas tanpa kehilangan identitas awalnya. Perencanaan juga berperan dalam pengelolaan sumber daya keuangan agar investasi teknologi dilakukan secara efisien. Dengan demikian, perencanaan strategis menjadi instrumen penting dalam menjaga stabilitas organisasi media.

Selain itu, perencanaan strategis berfungsi sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan manajerial. Ketika media dihadapkan pada ketidakpastian pasar dan persaingan yang ketat, perencanaan memberikan arah yang jelas bagi pimpinan dan karyawan. Hal ini mengurangi potensi konflik internal akibat perbedaan persepsi terhadap perubahan.

Perencanaan yang matang juga meningkatkan koordinasi antarbagian dalam organisasi media. Dengan kata lain, perencanaan berkontribusi pada efektivitas dan efisiensi kerja organisasi (Rini Darmastuti, 7(1), 2022).

Dalam konteks keberlanjutan, perencanaan strategis tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada tanggung jawab sosial media. Media yang berkelanjutan tetap menjaga kualitas dan etika jurnalistik meskipun berada dalam tekanan persaingan digital. Perencanaan yang mengintegrasikan nilai-nilai profesionalisme dan inovasi teknologi mampu memperkuat kepercayaan publik. Kepercayaan tersebut menjadi modal utama bagi keberlangsungan media massa. Oleh karena itu, perencanaan strategis merupakan elemen kunci dalam fungsi manajemen media massa.

Pengorganisasian, Pengarahan, dan Pengawasan dalam Menjaga Keberlanjutan Media

Pengorganisasian yang adaptif menjadi faktor penting dalam mendukung strategi keberlanjutan media massa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang mampu menata struktur organisasi secara fleksibel lebih siap menghadapi perubahan teknologi. Pengorganisasian tidak lagi bersifat hierarkis kaku, melainkan kolaboratif dan lintas fungsi. Hal ini memungkinkan percepatan alur kerja serta peningkatan inovasi dalam produksi konten (Yosal Iriantara, Usep Syaripudin, 2024). Dengan pengorganisasian yang tepat, media dapat memaksimalkan potensi sumber daya manusia yang dimiliki.

Pengarahan berperan penting dalam membangun budaya organisasi yang responsif terhadap perubahan. Pimpinan media yang mampu memberikan arahan secara jelas dan komunikatif mendorong karyawan untuk menerima transformasi digital sebagai peluang, bukan ancaman. Pengarahan yang efektif juga meningkatkan motivasi dan komitmen karyawan terhadap tujuan organisasi (Jin, D. Y., 2025). Dalam kondisi disrupsi, pengarahan membantu menyatukan visi seluruh elemen organisasi. Tanpa pengarahan yang baik, strategi manajemen cenderung tidak berjalan optimal.

Pengawasan menjadi fungsi manajemen yang memastikan keberlangsungan penerapan strategi media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang melakukan pengawasan secara berkelanjutan mampu menjaga kualitas konten dan kinerja organisasi. Pengawasan tidak hanya difokuskan pada aspek finansial, tetapi juga pada etika jurnalistik dan kepatuhan terhadap nilai-nilai profesional. Melalui pengawasan, manajemen dapat segera mengidentifikasi dan memperbaiki penyimpangan yang terjadi. Dengan demikian, pengawasan berfungsi sebagai alat kontrol sekaligus evaluasi (Suryadi, Rahmat Kriyantono, 18(1), 2024).

Integrasi antara pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan membentuk sistem manajemen yang solid dalam organisasi media. Ketiga fungsi tersebut saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Media yang mampu mengintegrasikan fungsi-fungsi ini menunjukkan tingkat adaptasi yang lebih tinggi terhadap disrupsi teknologi. Keberlanjutan media tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kualitas manajemen internal. Oleh karena itu, hasil penelitian menegaskan bahwa penerapan fungsi manajemen secara terpadu merupakan strategi utama keberlanjutan media massa.

Inovasi Konten sebagai Dampak Penerapan Fungsi Manajemen

Inovasi konten merupakan salah satu hasil nyata dari penerapan fungsi manajemen yang efektif dalam organisasi media massa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang menerapkan perencanaan dan pengorganisasian secara baik lebih mampu menghasilkan konten yang relevan dengan kebutuhan audiens digital. Inovasi tidak hanya berkaitan dengan format konten, tetapi juga dengan cara penyajian dan distribusi informasi. Media mulai

memanfaatkan multimedia, data visualisasi, serta interaktivitas untuk menarik perhatian audiens (Klass, N, 2020). Dengan demikian, inovasi konten menjadi strategi penting dalam menjaga keberlanjutan media.

Penerapan fungsi perencanaan memungkinkan media untuk memetakan tren dan preferensi audiens secara lebih akurat. Media yang memiliki perencanaan konten berbasis riset audiens cenderung lebih berhasil dalam mempertahankan loyalitas pembaca. Inovasi konten tidak dilakukan secara sporadis, tetapi menjadi bagian dari strategi jangka panjang organisasi (Sedarmayanti, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang berkelanjutan memerlukan dukungan manajemen yang sistematis. Tanpa perencanaan yang jelas, inovasi konten berpotensi kehilangan arah dan tujuan.

Pengorganisasian yang adaptif juga berkontribusi terhadap lahirnya inovasi konten. Media yang mendorong kolaborasi lintas divisi memungkinkan pertukaran ide dan kreativitas yang lebih luas. Jurnalis, editor, dan tim teknologi bekerja secara terpadu dalam menciptakan produk media yang inovatif. Struktur organisasi yang fleksibel memudahkan proses eksperimen dan pengembangan konten baru (Mierzejewska, 2018). Dengan demikian, inovasi konten menjadi hasil dari sinergi fungsi manajemen dalam organisasi media.

Dalam konteks keberlanjutan, inovasi konten berperan dalam memperkuat posisi media di tengah persaingan digital. Media yang mampu berinovasi secara konsisten cenderung lebih mudah beradaptasi dengan perubahan teknologi. Inovasi juga meningkatkan daya tarik media bagi pengiklan dan mitra bisnis. Selain itu, konten yang inovatif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat kepercayaan publik. Oleh karena itu, inovasi konten menjadi indikator keberhasilan penerapan fungsi manajemen media massa (Noam, 2019).

Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Menghadapi Disrupsi Teknologi

Pengelolaan sumber daya manusia (SDM) menjadi aspek krusial dalam keberlanjutan media massa di era disrupsi teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang berhasil bertahan memiliki strategi manajemen SDM yang adaptif dan berorientasi pada pengembangan kompetensi. SDM media dituntut untuk memiliki kemampuan multidisipliner yang sesuai dengan kebutuhan era digital (Nofiasari, 2024). Pengelolaan SDM tidak hanya berfokus pada rekrutmen, tetapi juga pada pelatihan dan pengembangan berkelanjutan. Dengan demikian, fungsi manajemen berperan penting dalam meningkatkan kualitas SDM media (Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, 2024).

Fungsi perencanaan dalam manajemen SDM memungkinkan media memetakan kebutuhan kompetensi di masa depan. Media yang merencanakan pengembangan SDM secara strategis lebih siap menghadapi perubahan teknologi. Perencanaan ini mencakup pelatihan jurnalistik digital, penguasaan teknologi informasi, serta pemahaman analitik data. Dengan perencanaan yang matang, media dapat mengurangi kesenjangan kompetensi di internal organisasi. Hal ini berdampak positif pada kinerja dan produktivitas karyawan.

Pengarahan berperan dalam membentuk sikap dan budaya kerja SDM media. Pimpinan media yang mampu memberikan arahan secara visioner mendorong karyawan untuk terus belajar dan beradaptasi. Pengarahan yang efektif juga membantu mengurangi resistensi terhadap perubahan teknologi. SDM yang merasa didukung oleh manajemen cenderung lebih terbuka terhadap inovasi. Oleh karena itu, pengarahan menjadi faktor penting dalam pengelolaan SDM media massa (Silviani, I, dkk., 2021).

Pengawasan terhadap kinerja SDM dilakukan untuk memastikan bahwa pengembangan kompetensi berjalan sesuai dengan tujuan organisasi. Media yang menerapkan pengawasan secara konsisten mampu mengevaluasi efektivitas pelatihan dan penugasan karyawan. Pengawasan juga membantu mengidentifikasi potensi masalah sejak

dini. Dengan demikian, pengelolaan SDM yang berbasis fungsi manajemen mendukung keberlanjutan media massa. SDM yang kompeten menjadi aset utama dalam menghadapi disrupsi teknologi (Fajar Junaedi, 2023).

Transformasi Model Bisnis Media Massa

Transformasi model bisnis menjadi salah satu strategi utama media massa dalam menghadapi disrupsi teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang bertahan tidak lagi bergantung pada satu sumber pendapatan. Media mulai mengembangkan model bisnis digital seperti langganan daring, konten premium, dan kolaborasi dengan platform digital (Sucahya, 2018). Transformasi ini membutuhkan perencanaan yang matang dan pengelolaan yang profesional. Tanpa dukungan fungsi manajemen, transformasi model bisnis sulit untuk diwujudkan secara berkelanjutan (Albarran, A. B, 2017).

Perencanaan strategis berperan dalam menentukan arah transformasi model bisnis media. Media perlu menganalisis potensi pasar dan perilaku audiens sebelum menerapkan model bisnis baru. Perencanaan yang baik membantu media menghindari risiko kerugian finansial akibat investasi teknologi yang tidak tepat sasaran. Selain itu, perencanaan memungkinkan media menyesuaikan model bisnis dengan identitas dan nilai jurnalistik yang dimiliki. Dengan demikian, transformasi bisnis tetap sejalan dengan visi media (Wahana Komunikasi Research Group, 2024).

Pengorganisasian mendukung implementasi model bisnis baru melalui penyesuaian struktur dan sistem kerja. Media membentuk unit khusus yang menangani pengembangan bisnis digital dan pemasaran. Pengorganisasian yang tepat memastikan koordinasi antarbagian berjalan dengan baik. Hal ini mempercepat proses adaptasi dan pengambilan keputusan. Dengan struktur organisasi yang mendukung, transformasi model bisnis dapat berjalan lebih efektif (Yosal Iriantara, Usep Syaripudin, 2023).

Pengawasan menjadi fungsi manajemen yang memastikan keberlanjutan model bisnis media. Melalui pengawasan, manajemen dapat mengevaluasi kinerja finansial dan efektivitas strategi bisnis. Pengawasan juga membantu media menyesuaikan model bisnis sesuai dengan dinamika pasar. Dengan demikian, transformasi model bisnis tidak bersifat sementara, tetapi berkelanjutan. Hal ini memperkuat posisi media massa di tengah persaingan digital.

Kepercayaan Publik sebagai Hasil Penerapan Manajemen Media yang Efektif

Kepercayaan publik merupakan aset penting bagi keberlanjutan media massa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang dikelola dengan fungsi manajemen yang baik cenderung memiliki tingkat kepercayaan publik yang lebih tinggi. Kepercayaan ini dibangun melalui konsistensi kualitas konten dan kepatuhan terhadap etika jurnalistik. Dalam era digital, kepercayaan publik menjadi pembeda utama antara media profesional dan informasi yang tidak terverifikasi. Oleh karena itu, manajemen media berperan strategis dalam menjaga kredibilitas.

Perencanaan yang berorientasi pada nilai dan etika jurnalistik membantu media menjaga integritasnya. Media yang memasukkan prinsip profesionalisme dalam perencanaan strategis lebih mampu menghadapi tekanan komersial. Perencanaan ini memastikan bahwa inovasi teknologi tidak mengorbankan kualitas informasi. Dengan demikian, media tetap menjalankan fungsi sosialnya secara optimal. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kepercayaan publik.

Pengawasan terhadap proses produksi dan distribusi konten menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan publik. Media yang melakukan pengawasan ketat mampu meminimalkan kesalahan dan pelanggaran etika. Pengawasan juga memungkinkan media melakukan koreksi secara cepat ketika terjadi kesalahan. Transparansi dalam pengawasan

memperkuat hubungan media dengan audiens. Dengan demikian, pengawasan menjadi instrumen penting dalam manajemen media (Suryadi, Rahmat Kriyantono, 2024).

Integrasi seluruh fungsi manajemen menghasilkan sistem pengelolaan media yang profesional dan akuntabel. Media yang dikelola secara profesional lebih dipercaya oleh masyarakat. Kepercayaan publik ini berdampak langsung pada keberlanjutan media, baik dari sisi audiens maupun bisnis. Oleh karena itu, hasil penelitian menegaskan bahwa fungsi manajemen tidak hanya berperan dalam aspek internal organisasi, tetapi juga dalam membangun legitimasi sosial media massa. Kepercayaan publik menjadi indikator utama keberhasilan strategi manajemen media di tengah disrupsi teknologi.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi manajemen memiliki peran yang sangat strategis sebagai dasar keberlanjutan media massa di tengah disrupsi teknologi yang terus berkembang. Penerapan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terbukti mampu membantu media massa beradaptasi secara sistematis terhadap perubahan teknologi, pergeseran perilaku audiens, serta dinamika persaingan industri media. Perencanaan strategis memungkinkan media merumuskan arah dan visi jangka panjang yang selaras dengan perkembangan digital, sementara pengorganisasian yang adaptif mendukung efektivitas kerja dan kolaborasi lintas fungsi dalam organisasi media. Pengarahan berperan dalam membangun budaya organisasi yang responsif terhadap inovasi dan perubahan, sedangkan pengawasan memastikan konsistensi kualitas konten, kepatuhan terhadap etika jurnalistik, serta efektivitas strategi bisnis yang diterapkan. Selain itu, hasil penelitian menegaskan bahwa keberlanjutan media massa tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknologi dan aspek ekonomi semata, tetapi juga oleh kualitas manajemen internal yang mampu menyeimbangkan kepentingan bisnis dengan tanggung jawab sosial media sebagai institusi publik. Dengan demikian, fungsi manajemen yang diterapkan secara terpadu dan berkelanjutan menjadi kunci utama bagi media massa untuk mempertahankan relevansi, meningkatkan kepercayaan publik, serta memperkuat posisinya di tengah arus disrupsi teknologi yang semakin kompleks.

Daftar Pustaka

- Albarran, A. B. (2017). *Media management and economics*. Routledge.
- Ardianto, E. (2019). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2017). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- Darmastuti, R. (2022). Strategi keberlanjutan media massa di tengah perubahan teknologi digital. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1).
- Effendy, O. U. (2020). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- European Media Management Association. (2025). Media innovation and transformation studies. *Journal of Media Business Studies*.
- Gershon, R. (2016). *Media telecommunications management*. Routledge.
- Hidayat, D., Gustini, L. K., & Lampe, I. (2025). *Komunikasi massa dan media digital*. Simbiosis Rekatama Media.

- Iriantara, Y., & Syaripudin, U. (2023). *Manajemen media dan strategi bisnis digital*. Simbiosis Rekatama Media.
- Iriantara, Y., & Syaripudin, U. (2024). *Manajemen komunikasi media modern*. Simbiosis Rekatama Media.
- Jawa Pos Multimedia Study Team. (2023). Media transformation strategy in digital disruption era. *Jurnal Audiens*.
- Jin, D. Y. (2025). *Cultural production of Hallyu in the digital platform era*. University of Michigan Press.
- Junaedi, A., & Chaerani, D. L. (2022). Transformasi manajemen media massa di era disrupsi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2).
- Junaedi, F. (2023). Transformasi SDM media di era disrupsi digital. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2).
- Klass, N. (2020). *Media innovation and transformation studies*. Routledge.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenadamedia.
- Mierzejewska, B. (2018). *Media management in the digital age*. Routledge.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2019). *Manajemen media penyiaran: Strategi mengelola radio dan televisi*. Kencana.
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Noam, E. (2019). *Media and digital management*. Springer.
- Nofiasari, W. (2024). *Strategi komunikasi digital*. Widina Media Utama.
- Ruliana, P. (2024). *Komunikasi organisasi: Teori dan studi kasus*. RajaGrafindo Persada.
- Sedarmayanti. (2023). *Manajemen perencanaan dan pengembangan organisasi*. Refika Aditama.
- Silviani, I., Perwirawati, E., & Simbolon, B. R. (2021). *Manajemen media massa*. Scopindo Media Pustaka.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2024). *Manajemen sumber daya manusia strategik*. Andi.
- Sucahya, M. (2018). Manajemen media digital. *Jurnal Komunikasi*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryadi, & Kriyantono, R. (2024a). Adaptasi model bisnis media online di Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 7(1).
- Suryadi, & Kriyantono, R. (2024b). Kepercayaan publik dan profesionalisme media online di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Massa*, 18(1).
- Wahana Komunikasi Research Group. (2024). Masa depan media massa di era digital. *Jurnal Komunikasi*.