

PENERAPAN KONSEP MANAJEMEN DALAM INDUSTRI MEDIA ONLINE HERALD.ID DI ERA DIGITAL

Shelah Putri Adinda¹, Jamila², Suryani Musi³, Muhammad Abdullah Kadir⁴, Mirwan B⁵
shelahputriadinda12@gmail.com¹, jamilabinmuhammad@gmail.com², suryani.musi@uin-alauddin.ac.id³, acokadir235@gmail.com⁴, mone85674@gmail.com⁵
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Era digital membawa perubahan yang signifikan dalam sebuah industri media, terutama dalam pergeseran dari media cetak ke media yang berbasis online. Penelitian ini mengkaji, bagaimana penerapan konsep manajemen pada media online Herald.Id dalam menghadapi tantangan era digital saat ini. Metode kualitatif deskriptif digunakan untuk menganalisis proses manajerial di divisi redaksi dan media sosial Herald.Id dengan teknik wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Herald.Id, menerapkan fungsi-fungsi manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) dan konsep 6 M (Man, Money, Material, Machine, Method, Market) secara efektif untuk menghasilkan sebuah konten yang cepat, akurat, dan relevan dengan tren audiens atau masyarakat. Pemanfaatan teknologi digital dan AI dalam manajemen strategi juga diperkuat dengan prinsip verifikasi guna menjaga kredibilitas berita. Penerapan manajemen yang adaptif dan profesional ini menjadi kunci keberhasilan Herald.Id dalam meningkatkan Engagement dan mempertahankan kepercayaan audiens di tengah persaingan media online saat ini. Studi ini, menegaskan bahwa manajemen strategis adalah faktor penting dalam mengoptimalkan produksi dan distribusi konten di era digital sekaligus menjaga keseimbangan antara kecepatan, akurasi, dan kualitas sebuah informasi.

Kata Kunci: Industri Media, Manajemen Media, Era Digital, Media Online.

ABSTRACT

The digital era has brought significant changes to the media industry, particularly the shift from print to online media. This study examines the application of management concepts to the online media outlet Herald.id in facing the challenges of the digital era. A qualitative descriptive method was used to analyze the managerial processes in Herald.id's editorial and social media divisions, using interviews and observations. The results show that Herald.id effectively applies the POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) management functions and the 6M (Man, Money, Material, Machine, Method, Market) concept to produce content that is fast, accurate, and relevant to audience trends. The use of digital technology and AI in its management strategy is also strengthened by a verification function to maintain news credibility. This adaptive and professional management implementation is key to Herald.id's success in increasing engagement and maintaining audience trust amidst intense online media competition. This study confirms that management strategy is a crucial factor in optimizing content production and distribution in the digital era while maintaining a balance between speed, accuracy, and quality of information.

Keywords: Media Industry, Media Management, Digital Era, Online Media.

PENDAHULUAN

Era digital, membawa banyak perubahan dalam aspek kehidupan saat ini, banyak hal yang mengalami perubahan termasuk dalam perusahaan media. Menghadapi perubahan tersebut, perusahaan juga harus sensitif untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Jika tidak sensitif terhadap perubahan sosial yang tengah menuju era digital, maka perusahaan harus siap mengalami kehancuran. Banyak media massa beralih ke

media yang berbasis internet atau online karena ada pergeseran budaya dalam penyampaian informasi¹. Media massa mengalami perubahan yang signifikan yang ditandai dengan perubahan platform medianya, salah satunya dalam media cetak. Dulu kita membaca sebuah informasi melalui Koran atau majalah, sekarang sudah beralih ke media online yang berbasis digital. Selain itu, dengan ada kemajuan atau perubahan akan teknologi, kini masyarakat atau audiens akan lebih mudah mendapatkan dan mencari sebuah informasi karena sekarang, sudah banyak media beralih ke media online seperti web atau aplikasi yang menyediakan informasi terbaru kepada pendengarnya secara real-time. Sebuah media harus melek akan kemajuan teknologi agar tidak tertinggal dan kehilangan audiensnya dan untuk itu sebuah media harus bisa memanajemenkan medianya agar berjalan lebih efektif dan efisien apalagi di era digital saat ini, yang semuanya serba cepat dan instan.

Manajemen atau sering disebut dengan pengelolaan atau tatalaksana merupakan suatu proses dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengkoordinasian serta pengendalian. Sehingga manajemen dalam sebuah media dapat didefinisikan sebagai pengelolaan atau suatu proses merencanakan, mengorganisir dan mengarahkan suatu media dalam menyajikan suatu informasi atau berita kepada khalayak².

Sedangkan, kata media berasal dari bahasa latin yaitu tunggal : *medium* yang berarti sesuatu yang ada di antara atau muncul secara publik atau ada bagi publik sebuah ruang publik. Dengan demikian, hakekat media tidak dapat dipisahkan dari keterhubungan antara privasi dan publik. Media sebagai pihak yang memproduksi pesan, tidak dapat dicampuri secara langsung oleh penonton atau pembaca. Media sebagai pihak aktif yang memproduksi sebuah pesan dan penonton sebagai pihak yang pasif, yang mengonsumsi pesan tersebut³.

Industri media juga harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi dan pola konsumsi audiens. Digitalisasi media membawa perubahan mendasar dalam produksi, distribusi, dan interaksi dengan audiens. Oleh karena itu, media manajemen industri harus adaptif dan inovatif agar mampu bersaing dan bertahan.

Seperti kita ketahui bahwa media bukan hanya sekedar penyampai informasi, tetapi juga merupakan institusi sosial dan bisnis yang harus dijalankan secara profesional agar bisa bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat saat ini, khususnya dengan kemunculan teknologi digital dan media online. Karena, teknologi tidak hanya memengaruhi produksi dan distribusi media cetak, tapi juga mendorong ke arah mana bisnis media itu mengarah. Kemajuan teknologi komunikasi seperti internet memberikan dampak yang cukup besar bagi industri manajemen media cetak (surat kabar, majalah dan tabloid)⁴. Maka, terkait hal ini perlu kita pahami lebih dalam mengenai bagaimana bentuk manajemen sebuah media, khususnya pada media online agar bisa tetap bertahan di era digital saat ini, memberikan informasi-informasi yang menarik dan memudahkan pembacanya dalam mencari informasi dan pembacanya tidak tertinggal informasi di setiap harinya.

¹ Jurnal Ilmu Komunikasi, Link Jurnal, and Link Doi, 'No Title', 6.2 (2018), pp. 91–100.

² Agus Muhamad Nadin and Gunawan Ikhtiono, 'MANAJEMEN MEDIA MASSA MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA ONLINE', 3.1 (2019), pp. 206–13.

³ Media Sucahya, Dosen Universitas, and Serang Raya, 'Media Sucahya', 3.01 (2017), pp. 43–58.

⁴ Sucahya, Universitas, and Raya, 'Media Sucahya'.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data-data berupa kalimat secara tertulis maupun lisan dari subjek penelitian serta suatu perilaku yang terjadi kemudian di amati dalam konteks yang alami. Penelitian Kualitatif mengacu pada pendekatan penelitian yang menghasilkan data berupa data deskriptif dan data-data deskriptif tersebut bersumber dari hasil pengamatan baik dalam bentuk tertulis, lisan atau perilaku dari subjek penelitian⁵. Penelitian Kualitatif menurut Creswell (2008) mendefinisikan bahwa metode penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut, peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi yang didapatkan kemudian dikumpulkan yang berupa kata maupun teks. Kumpulan informasi tersebut kemudian dianalisis dan dari hasil analisis tersebut peneliti kemudian menjabarkan dengan penelitian-penelitian ilmuwan lain yang dibuat sebelumnya dan penelitian deskriptif adalah upaya pengolahan data menjadi sesuatu yang dapat diutarakan secara jelas dan tepat dengan tujuan agar dapat dimengerti oleh orang yang tidak langsung mengalaminya sendiri. Sehingga yang dimaksud dengan penelitian kualitatif deskriptif adalah sebuah pendekatan terhadap sesuatu perilaku, fenomena, peristiwa, masalah atau keadaan tertentu yang menjadi object penelitian⁶.

Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap penerapan konsep manajemen dalam industri media Herald.id di era digital. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti berupaya menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai proses manajerial yang terjadi di lingkungan redaksi dan tim media sosial. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau realitas sosial sebagaimana adanya tanpa adanya perlakuan khusus dari peneliti. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam bagaimana penerapan konsep-konsep manajemen dijalankan dalam aktivitas operasional media online Herald.id, terutama dalam konteks adaptasi terhadap perkembangan digital.

Penelitian ini dilakukan di kantor redaksi Herald.id, yang merupakan salah satu media online yang beroperasi di wilayah Makassar. Subjek dalam penelitian ini terdiri atas dua informan, yaitu Bapak Ibnu, selaku Redaktur Herald.id dan Ibu Cindy selaku anggota tim media sosial Herald.id. Kedua informan dipilih secara purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap paling mengetahui dan memahami topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara langsung (in-depth interview) dengan informan yang telah ditentukan. Wawancara atau interview merupakan salah satu wujud dari komunikasi interpersonal dimana merupakan suatu bentuk komunikasi yang langsung tanpa perantara media antarindividu, dalam hal ini peran sebagai pembicara dan pendengar dilakukan secara bergantian serta sering kali peran itu menyatu⁷. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya, mencakup aspek-aspek manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam kegiatan redaksi serta pengelolaan

⁵ Marinu Waruwu, 'Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan', *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5.2 (2024), pp. 198–211, doi:10.59698/afeksi.v5i2.236.

⁶ S Leksono, 'Pendekatan Deskriptif', *Raja Grafindo*, 2013, pp. 181–213.

⁷ Niken laras Agustina, 'Wawancara', 2019, pp. 1–9.

konten digital. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap aktivitas redaksi dan penggunaan media digital sebagai data pendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kata "manajemen" berasal dari bahasa Prancis kuno *management* yang artinya seni, melaksanakan dan mengatur. Menurut Mary Parker Follet, manajemen adalah seni yang menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain yang maksudnya seorang manager yang bertugas untuk mengatur dan mengarahkan orang lain atau anggota untuk mencapai sebuah tujuan dalam organisasi. Hal ini sejalan dengan pengertian manajemen menurut Horold Koontz dan Cyril O'donnel yang mengartikan bahwa manajemen adalah usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain⁸.

Manajemen media adalah kajian tentang pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun sosial⁹. Manajemen media memberikan pengetahuan tentang bagaimana bentuk pengelolaan media, terkait prinsip-prinsip manajemen dan seluruh proses manajemennya secara utuh yang meliputi berbagai fungsi manajemen. Adapun fungsi manajemen dan konsep dasar dalam manajemen industri media dikenal dengan proses *POAC* yaitu : *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (mengerakkan), dan *Controlling* (pengawasan).

Industri media secara teori merupakan jenis industri kreatif yang fokus pada produksi dan penyebaran konten berupa informasi, pengetahuan, pendidikan, dan hiburan kepada publik melalui berbagai media seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, film, dan media digital. Produk utama industri media terutama dalam media online adalah konten atau informasi yang dikonsumsi oleh pembaca dan industri ini mengandalkan pembaca sebagai modal untuk menarik iklan serta menghasilkan pendapatan. Industri media memiliki karakteristik bisnis yang unik dengan orientasi profit namun juga berdampak signifikan pada sosial dan ekonomi masyarakat modern. Dalam industri media terutama dalam sebuah media online tetaplah dibutuhkan sebuah pedoman atau langkah-langkah dalam pencarian, penyelidikan atau investigasi, pengeditan dan penyajian sebuah berita atau informasi, agar berita tersebut layak untuk dibaca oleh pembaca atau audiens.

Manajemen industri media adalah proses pengelolaan media dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen untuk mencapai tujuan dalam suatu perusahaan media. Media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi tetapi juga sebagai sebuah institusi bisnis yang dimana harus mengelola sumber daya secara efektif dan efisien agar sebuah perusahaan media dapat berjalan dan berkembang secara berkelanjutan. Dalam konteks industri media, manajemen mencakup pengelolaan sumber daya manusia, modal, bahan, alat, metode kerja dan pasar dalam hal ini audiens yang semuanya harus dipadukan untuk menghasilkan produk media yang bernilai dan kompetitif di pasar. Menurut Heizer dan Render (2017), bahwa manajemen industri berfokus kepada bagaimana bentuk pengelolaan sumber daya, proses dan sistem untuk menghasilkan sebuah barang dan jasa yang berkualitas tinggi dengan biaya yang efisien. Lebih lanjut, Stevenson (2018) menekankan bahwa manajemen industri tidak hanya mencakup aspek teknis sebuah produksi, akan tetapi juga melibatkan pengambilan keputusan yang strategis yang mempengaruhi sebuah organisasi dan hal ini mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga pengendalian semua kegiatan yang terkait dengan proses produksi¹⁰.

⁸ Aplikasi Teori and others, 'Jurnal Ilmu Komunikasi Citra', 10.Nomor 1 (2024).

⁹ Widia Sulistiana and others, 'Industri Media Massa Lokal Dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal', 1.1, pp. 86–97.

¹⁰ Lemadi Gayuh Kusmindari Desi Christofora, Arsi Fadli, Laila Widya, *MANAJEMEN INDUSTRI*.

Studi media melihat bahwa sebuah media merupakan instrumen dari kekuatan ekonomi politik yang dimana beragam kepentingan mempengaruhi sebuah media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, sehingga manajemen media bisa dilihat sebagai arena pertarungan beragam kepentingan yang melibatkan struktur.. Secara lebih spesifik teori-teori manajemen dipergunakan untuk mengelola media. Karakteristik media sangat berpengaruh pada bagaimana media seharusnya dikelola dan tentunya manajemen media pada media cetak akan berbeda dengan media elektronika dan online.

Dalam konsep dasar manajemen industri media dikenal istilah *POAC (Planning, Organizing, Actuating dan Controlling)*. Perencanaan (*Planning*) adalah tahap merancang strategi, target pasar dan produktivitas sebuah konten yang akan diproduksi. Dalam media industri, perencanaan harus mengantisipasi perkembangan teknologi dan tren konsumsi media saat ini agar konten sampai pada audiens dengan efektif. Pengorganisasian (*Organizing*) adalah penataan sumber daya, teknologi agar dapat melaksanakan rencana kerja secara efektif. Pada bagian organizing, struktur organisasi media biasanya memberikan bagian konten, produksi, pemasaran dan aspek teknis. Penggerakkan (*Actuating*) adalah proses menggerakkan seluruh komponen organisasi untuk bekerja secara sinergis, termasuk motivasi dan komunikasi internal agar target perusahaan tercapai dan yang terakhir yaitu Pengawasan (*Controlling*) adalah pengendalian kualitas konten, anggaran, serta hasil kerja agar sesuai dengan rencana. Pengawasan juga berfungsi untuk cepat melakukan perbaikan jika terjadi suatu kesalahan.

Dalam penerapannya manajemen media juga memperhatikan konsep 6M yaitu : *Man* (Sumber Daya Manusia), yang terbagi menjadi wartawan, editor, teknisi dan staf manajemen. *Money* (Modal), dana yang diperlukan untuk produksi dan distribusi media, berasal dari iklan, investor atau penjualan. *Materi* (Bahan Baku), termasuk informasi, berita, gambar, serta konten lain yang menjadi produk media itu sendiri. *Mesin* (Teknologi), termasuk alat cetak, komputer, kamera, perangkat lunak editing, serta infrastruktur digital yang mendukung. *Metode* (Metode Kerja), termasuk prosedur jurnalistik, sistem produksi, distribusi, dan manajemen pemasaran. dan yang terakhir *Pasar*, audiens yang menjadi sasaran, sehingga audiens yang menentukan arah isi dan strategi media.

Dalam manajemen media, ada beberapa pembagian manajemen agar setiap departemen fokus menjalankan tugas masing-masing. Pembagian beberapa manajemen itu ialah bagian redaksional, produksi maupun bisnis. Bagian redaksional merupakan bagian yang mengurus pemberitaan. Bagian ini dipimpin oleh pemimpin redaksi yang pekerjaannya terkait pencarian dan penyampaian berita. Jajaran ini disibukkan oleh rapat redaksi yang akan membahas berita mana yang akan diangkat dan ditanggguhkan.

Manajemen industri media dapat menjadi sangat luas dan kompleks, karena didalamnya ada ekonomi media dan ekonomi politik media, perkembangan teknologi, serta sistem sosial politik tempat media itu berada dan yang penting dalam manajemen media, ekonomi media mencakup aspek sumber-sumber penghasilan dan lain-lain. Lingkup manajemen terbagi menjadi dua, yaitu manajemen perusahaan dan manajemen produksi content (koredaksian).

Dalam Manajemen Perusahaan termasuk Promosi (iklan, dsb), keuangan dan permodalan, hubungan masyarakat, pengelolaan sumber daya, distribusi atau sirkulasi dan produk cetak atau program dan sebagainya. Sedangkan aspek manajemen produksi yaitu *News gathering*, pedoman umum pencarian berita (syarat umum kelayakan berita) dan pedoman khusus pencarian berita berupa syarat berita khusus yang ditetapkan oleh perusahaan media dan *News writing*, yang termasuk beritas keras atau berita langsung,

berita ringan, fitur, investigasi mendalam atau pelaporan *interpretative*¹¹.

PT Herald Indonesia Media merupakan salah satu media online di Indonesia yang berdiri pada tahun 12 Juni 2022. Untuk mendukung dan memberikan informasi yang terpercaya ke masyarakat, Herald.id juga memiliki beberapa cabang perusahaan media online di Indonesia, yaitu Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat, Jawa Barat, Kalimantan Timur, dan Jawa Tengah. Di tengah gempuran media online saat ini dan berkembangnya teknologi, yang membuat media harus mengutamakan kecepatan. Akan tetapi, disamping kecepatan tersebut Herald.Id tetap berusaha memberikan informasi-informasi yang akurat, terpercaya dan mengikuti perkembangan zaman, dengan melihat konten-konten di media sosial yang lagi tren di kalangan masyarakat Herald.Id mampu menaikkan followersnya dan menjadi salah satu media yang maju walaupun saat ini tahun 2025, baru berusia 3 tahun sejak berdirinya. Herald.Id, mampu memberikan informasi yang sampai pada semua kalangan masyarakat mulai dari berita olahraga, selebriti, politik hingga life style dan menggunakan semua platform media termasuk Tiktok, Instagram, Twiter, Threads dan Youtube untuk menarik dan meningkatkan audiesnnya.

Bentuk penerapan fungsi-fungsi manajemen (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*) dalam industri media Herald.Id, yaitu dalam divisi media sosial mereka setiap harinya menganalisis dan melihat tren-tren yang lagi marak atau viral di sosial media. Jadi, bentuk manajemen Herald.id dalam divisi media sosial mereka memantau secara rutin media sosial dan pemberitaan yang lagi marak atau viral di bicarakan oleh masyarakat. Kemudian, setelah mengetahui berita apa yang lagi tren saat ini, mereka kemudian mengupload secara intens konten tersebut agar masyarakat dapat mengetahui dan mendapatkan informasi-informasi yang terbaru dan tentunya hal itu akan menaikkan followers media sosial Herald.id itu sendiri, sehingga dapat menarik pengiklan yang menjadi sumber bertahannya sebuah media.

Sedangkan, bentuk manajemen pada divisi redaksi yaitu contohnya pada proses produksi berita, mereka melakukan rapat rutin setiap minggu untuk menentukan isu-isu yang akan di beritakan satu minggu kedepan. Setelah menentukan dan mengetahui isu apa yang ingin di beritakan, seorang jurnalis atau wartawan harus mengawal isu apa yang ingin mereka buat atau beritakan, begitu juga dengan tugas seorang editor, dia juga ikut mengawal isu-isu yang di rencanakan sebelumnya. Dalam perkembangan era digital saat ini, seorang jurnalis memang di tuntutan untuk mengutamakan kecepatan terutama dalam media online. Akan tetapi, nilai keakuratan dalam media itu sendiri tidak boleh hilang dan hal tersebut harus diperhatikan. Jadi, herald.id menekankan kecepatan dalam menyampaikan beritan, akan tetapi selalu mengutamakan juga nilai-nilai jurnalistik, salah satunya keakuratan dalam pemberitaan. Mereka selalu memperhatikan penulisan, keakuratan dan verivikasi berita sebelum di upload atau diterbitkan agar tidak terjadi kesalahan dan apabila, setelah menentukan berita apa yang akan di liput dalam satu minggu ke depan dan satu harinya ada berita yang tiba-tiba, diluar dari perencanaan sebelumnya, maka tetap seorang jurnalis di tugaskan untuk meliput berita tersebut di hari itu.

Dalam strategi manajemen sumber daya manusia (SDM) yang digunakan oleh Herald id untuk meningkatkan produktivitas tim redaksi di era digital mereka juga melakukan rapat evaluasi pada tim redaksi termasuk, jurnalis dan editor. Pada rapat tersebut jurnalis dan editor saling bertukar pikiran atau saling bertukar pendapat terkait isu-isu apa yang lagi hangat dan mengevaluasi kesalahan-kesalahan yang terjadi, contohnya kesalahan dalam penulisan berita, mereka selalu mengevaluasi agar tersebut

¹¹ 'Manajemen Media Massa ':

tidak terjadi lagi. Herald.id juga memberikan pembekalan atau pelatihan kepada tim redaksi mereka, untuk meningkatkan kualitas mereka dan agar berita yang dibuat kedepannya semakin menarik dan sampai kepada penonton. Kemudian dari kajian atau pelatihan tersebut, seorang jurnalis dapat menjadi pemateri dan ini adalah salah satu peningkatan sumber daya manusia oleh Herald id.

Dalam memanfaatkan teknologi digital dan data analytics sebagai bagian dari manajemen strategis untuk menarik dan mempertahankan audiens, Herald.id memanfaatkan AI (*Artificial Intelligence*) untuk mempercepat dan mempermudah pekerjaan mereka. Mereka tidak menutup mata akan kemajuan teknologi saat ini, tidak menganggap bahwa AI itu sebagai ancaman tapi melihat sisi positifnya sebagai teknologi yang dapat mempermudah pekerjaan mereka. Akan tetapi, sebagai media online yang mengutamakan keakuratan tidak sepenuhnya terpaku pada AI (*Artificial Intelligence*) tersebut, mereka selalu memverifikasi data-data tersebut, untuk menghindari kesalahan dalam berita. Sedangkan, teknologi atau alat-alat analitis mereka sangat membutuhkan hal tersebut salah satunya, dalam divisi sosial media. Karena, di platform media, memiliki analisis yang berbeda-beda karena Algoritma. Algoritma, mempengaruhi konten-konten yang muncul di suatu platform dan berbeda-beda orang maka berbeda juga algoritma atau jenis konten yang diterima. Maka, dengan adanya data analitis Herald.Id, mampu menyesuaikan kebutuhan preferensi audiensnya, sehingga tetap mempertahankan medianya dan tidak kehilangan pembacanya.

Tantangan yang dihadapi oleh Herald.id dalam mempertahankan kredibilitas dan kecepatan berita di tengah persaingan media online yang sangat cepat saat ini yaitu, dengan menjaga keakuratan dalam pemberitaannya. Apabila, terjadi kesalahan dalam mengupload sebuah berita tentunya akan berdampak ke Herald,Id itu sendiri, karena, dapat mengakibatkan kehilangan kepercayaan dari audiens atau pembaca. Selanjutnya, mengenai tantangan disrupsi atau perubahan teknologi dalam industri media online bagi Herald.Id sendiri ia mencoba mencakup pada semua platform digital, jenis-jenis kontennya juga berbagai macam sehingga beritanya dapat meluas dan menjangkau banyak penonton atau pembaca. Dalam era digital saat ini, media sosial dan media online itu saling mendukung dan apabila tidak ada media sosial pasti nya jangkauan media online itu akan kurang.

Bagi media Herald.Id sendiri terkait penyebaran informasi hoaks menurutnya hal itu sudah pasti keliru dan keluar dari konteks media itu sendiri. Oleh karena itu, bagi Herald.Id, kesalahan-kesalahan seperti itu harus di perhatikan terutama pada saat proses pencarian dan pengumpulan sebuah informasi. Terkait keakuratannya haruslah di perhatikan ,yaitu dengan memverifikasi kembali terkait informasi yang nantinya akan di beritakan, itulah juga alasan yang dapat di simpulkan perbedaan antara masyarakat pada umumnya dengan seorang jurnalis, yang dimana jurnalis atau wartawan dalam sebuah media mempunyai akses lebih terkait sebuah informasi dan masyarakat tidak, mereka hanya menerima saja berita tersebut tanpa memverifikasi terlebih dahulu terkait kebenarannya.

Kemudian, terkait strategi konten dalam media Herald.Id, terutama pada bagian redaksi itu mereka di tuntut agar dapat membuat konten-konten atau informasi yang menarik ,bukan hanya fokus pada isu-isu atau berita viral yang berat saja. Namun, terkait informasi harian yang di butuhkan pada semua kalangan juga. Seperti berita hiburan,olahraga ,lifestyle yang tujuannya yaitu untuk menjangkau semua kalangan audiens.

KESIMPULAN

Penerapan konsep manajemen dalam industri media online, khususnya pada Herald.id menunjukkan pentingnya peran manajemen dalam menjaga efektivitas, efisien, dan keberlanjutan sebuah media di era digital. Manajemen dalam industri media tidak hanya berfokus pada pengelolaan sumber daya manusia, model, dan teknologi tetapi juga melibatkan pengambilan keputusan strategis dalam menghadapi perkembangan teknologi dan perubahan perilaku audiens.

Herald.id menerapkan prinsip manajemen yang dikenal dengan konsep POAC (Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling) secara konsisten pada setiap divisinya. Pada tahap perencanaan, media Herald berupaya menyesuaikan strategi konten dengan tren dan kebutuhan audiens. Dalam tahap pengorganisasian, Herald.id membentuk struktur kerja yang jelas antara divisi redaksi, produksi, media sosial dan tim marketing agar setiap tim dapat fokus pada tugasnya masing-masing. Pada tahap pelaksanaan, seluruh tim digerakkan secara sinergi untuk menghasilkan konten yang cepat, menarik, dan akurat. Sementara pada tahap pengawasan, dilakukan evaluasi rutin untuk menjaga kualitas berita serta menghindari suatu kesalahan dalam publikasi. Selain itu, Herald.id juga menerapkan konsep 6M (Man, Money, Material, Machine, Method, dan Market) dalam proses manajemennya. Penerapan ini memperkuat sistem kerja produksi, efisiensi produksi, serta efektivitas distribusi konten ke berbagai platform digital seperti Tiktok, Instagram, Threads, Twitter, dan YouTube. Dengan demikian, media ini mampu menjangkau audiens yang lebih luas serta meningkatkan engagement dan kepercayaan publik.

Dalam menghadapi tamtamtam era digital, Herald.id memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) dan data analytics sebagai bagian dari strategi manajemen modern untuk memahami preferensi audiens serta mengoptimalkan platform konten di berbagai platform. Namun demikian, media ini tepat menekankan prinsip keakuratan dan verifikasi berita sebagai bentuk tanggung jawab jurnalistik dan upaya menjaga kredibilitas di tengah persaingan serta maraknya penyebaran hoaks.

Jasi, secara keseluruhan untuk penerapan fungsi-fungsi manajemen yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi menjadikan Herald.id sebagai contoh media online yang mampu menyeimbangkan antara kecepatan, akurasi, dan kreabilitas. Hal ini membuktikan bahwa keberhasilan industri media di era digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh penerapan manajemen yang strategis, profesional, dan berorientasi pada kebutuhan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- ‘Manajemen Media Massa’: Nadin, Agus Muhamad, and Gunawan Ikhtiono, ‘MANAJEMEN MEDIA MASSA MENGHADAPI PERSAINGAN MEDIA ONLINE’, 3.1 (2019), pp. 206–13
- Agustina, Niken Iaras, ‘Wawancara’, 2019, pp. 1–9
- Komunikasi, Jurnal Ilmu, Link Jurnal, and Link Doi, ‘No Title’, 6.2 (2018), pp. 91–100
- Kusmindari Desi Christofora, Arsi Fadli, Laila Widya, Lemadi Gayuh, MANAJEMEN INDUSTRI
- Leksono, S, ‘Pendekatan Deskriptif’, Raja Grafindo, 2013, pp. 181–213
- Sucahya, Media, Dosen Universitas, and Serang Raya, ‘Media Sucahya’, 3.01 (2017), pp. 43–58
- Sulistiana, Widia, and others, ‘Industri Media Massa Lokal Dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal’, 1.1, pp. 86–97
- Teori, Aplikasi, and others, ‘Jurnal Ilmu Komunikasi Citra’, 10.Nomor 1 (2024)
- Waruwu, Marindu, ‘Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan’, Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan, 5.2 (2024), pp. 198–211, doi:10.59698/afeksi.v5i2.236