

## Strategi Manajemen Penyiaran dan Penyajian Berita dalam Integrasi Media Radio, TV, dan Media *Online*

Winda Kustiawan<sup>1</sup>, Yohani Putri Dinar<sup>2</sup>, Lulu Ul Jannah<sup>3</sup>, Novia Irawan Dalimunthe<sup>4</sup>, Irfan Aqil Ramadan<sup>5</sup>, Rifky Bas Praptama Sembiring<sup>6</sup>, Haikal Mohammad Amri<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

[windakustiawan@gmail.com](mailto:windakustiawan@gmail.com)

\*Correspondent Author: \* Winda Kustiawan

DOI: 10.56832/10.56832/pema.v4i3

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap media penyiaran secara signifikan, mendorong integrasi antara radio, televisi, dan media online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen penyiaran dan penyajian berita dalam konteks integrasi ketiga media tersebut. Metode kualitatif digunakan dengan studi kasus pada beberapa stasiun penyiaran di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi media mampu meningkatkan jangkauan audiens dan efektivitas penyampaian berita. Namun, diperlukan strategi manajemen yang adaptif untuk mengatasi tantangan seperti konsistensi konten, koordinasi antar-platform, dan perubahan preferensi audiens. Kesimpulan penelitian ini memberikan panduan bagi pengelola media untuk mengoptimalkan integrasi media dalam penyajian berita.

**Kata Kunci:** Integrasi Media, Media *Online*, Radio, Strategi Penyiaran, Televisi.

### ABSTRACT

*The development of digital technology has significantly changed the landscape of broadcast media, encouraging integration between radio, television, and online media. This research aims to analyze broadcast management strategies and news presentation in the context of the integration of the three media. A qualitative method was used with case studies on several broadcasting stations in Indonesia. The results show that media integration can increase audience reach and the effectiveness of news delivery. However, adaptive management strategies are needed to overcome challenges such as content consistency, inter-platform coordination, and changing audience preferences. The conclusion of this research provides guidance for media managers to optimize media integration in news presentation.*

**Keywords:** Media Integration, Online Media, Radio, Broadcasting Strategy, Television.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam lanskap media penyiaran. Radio, televisi, dan media online yang sebelumnya beroperasi secara terpisah, kini mulai berintegrasi ke dalam ekosistem digital. Integrasi ini tidak hanya membawa peluang baru dalam distribusi informasi, namun juga tantangan bagi manajemen dan strategi penyiaran.

Perubahan-perubahan ini memaksa lembaga penyiaran untuk menyesuaikan cara mereka beroperasi, baik dalam memproduksi konten maupun menyampaikan pesan kepada

khalayak yang semakin beragam dan paham digital. Seiring dengan meningkatnya penggunaan Internet dan perangkat seluler, konsumsi media khalayak juga berubah secara signifikan. Konsumen tidak lagi hanya mengandalkan satu sumber media saja, melainkan menggunakan berbagai *platform* untuk mendapatkan informasi secara *real-time* (Prinaldi & Anggi, A, 2017: 53).

Radio, televisi, dan media online harus mampu beradaptasi dengan preferensi tersebut agar tetap relevan dan kompetitif. Konsolidasi media merupakan langkah strategis untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan

efisien dengan menyediakan konten yang konsisten dan dapat diakses kapan saja, di mana saja (Novia & Simbolon, B.R, 2019: 28).

Namun, integrasi ini juga menghadirkan tantangan pengelolaan dan koordinasi. Lembaga penyiaran harus mengembangkan strategi untuk menyelaraskan operasi lintas platform, menjaga konsistensi konten, dan beradaptasi dengan dinamika preferensi pemirsa yang selalu berubah. Oleh karena itu, kajian ini penting untuk mempertimbangkan strategi pengelolaan penyiaran yang efektif dalam konteks integrasi media dan bagaimana penyajian berita dapat dioptimalkan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat di era digital (Takariani & Suprpti, D, 2013: 71; Mailana & Assingkily, 2024).

Penelitian ini fokus menganalisis strategi manajemen penyiaran dan penyajian berita melalui studi kasus pada beberapa stasiun penyiaran di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan terperinci mengenai langkah terbaik dalam integrasi media dan memberikan panduan strategis bagi para manajer media untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital ini.

## **METODE**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam manajemen penyiaran dan strategi penyajian berita dalam konteks integrasi radio, televisi, dan media online. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan kita menyelidiki aspek non-kuantitatif terkait proses, dinamika, dan strategi pengelolaan media penyiaran.

Data dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik antara

lain: *Pertama*, wawancara mendalam: Wawancara dilakukan dengan manajer, editor berita, dan profesional media di stasiun-stasiun yang disurvei. Tujuan wawancara ini adalah untuk memberikan wawasan langsung mengenai strategi bisnis, proses penyajian berita, serta tantangan dan solusi dalam integrasi media.

*Kedua*, Studi Pustaka: Studi kepustakaan merupakan pendekatan penelitian yang mengandalkan sumber-sumber tertulis, seperti buku, jurnal, artikel, laporan, dan dokumen-dokumen lainnya untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik penelitian.

Selanjutnya Analisis data. Data yang terkumpul dianalisis secara tematis dengan menggunakan teknik analisis isi. Proses ini mencakup pengkodean data untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait strategi manajemen penyiaran dan penyajian pesan dalam integrasi media. Hasilnya dianalisis dengan membandingkan dan membedakan praktik lembaga penyiaran yang berbeda untuk menemukan pola, variasi, dan faktor keberhasilan atau tantangan utama.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi media antara radio, televisi, dan media online mempunyai dampak signifikan terhadap pertumbuhan audiens. Stasiun penyiaran yang berhasil mengintegrasikan ketiga jenis media ini memperoleh peningkatan jumlah audiens, baik secara lokal maupun nasional. Hal ini karena media online memungkinkan lembaga penyiaran untuk melampaui batas-batas geografis yang sebelumnya membatasi radio dan televisi tradisional.

Kehadiran media online memungkinkan kita menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam, termasuk berbagai kelompok masyarakat di berbagai daerah, tanpa dibatasi oleh jarak

fisik. Selain itu, konten dapat dilihat di berbagai platform secara bersamaan, sehingga memberikan fleksibilitas yang besar kepada pemirsa.

Kita dapat mengakses berita kapan saja dan dimana saja sesuai selera dan kebutuhan. Sekalipun audiens tidak mempunyai waktu untuk mendengarkan acara radio atau menonton TV, mereka tetap bisa mendapatkan informasi yang sama melalui media online seperti *website*, aplikasi *mobile*, dan platform media sosial lainnya yang dapat dijangkau dengan mudah oleh audiens di era digital saat ini. Hal ini membuat konten berita lebih mudah diakses dan relevan bagi khalayak modern, yang cenderung menggunakan berbagai perangkat dan platform untuk memperoleh informasi.

Salah satu temuan utama studi ini adalah pentingnya manajemen adaptif dan inovatif dalam mengelola dinamika integrasi media. Lembaga penyiaran yang berhasil melakukan integrasi ini telah menunjukkan kemampuannya dalam beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan perilaku konsumen media. Struktur manajemen kami yang fleksibel dan inovatif memungkinkan kami merespons tantangan baru dengan cepat, memanfaatkan teknologi terkini, dan memenuhi kebutuhan audiens yang terus berkembang.

Penelitian juga menunjukkan bahwa kreativitas dalam memanfaatkan kekuatan masing-masing platform media adalah kunci untuk menciptakan sinergi yang kuat dan memberikan pengalaman yang konsisten dan berkualitas tinggi kepada pemirsa. Misalnya, radio dapat digunakan untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan efisien, terutama dalam keadaan darurat dan berita terkini. Melalui kekuatan gambar, televisi dapat memberikan pemberitaan rinci dan menarik emosi pemirsa melalui gambar dan video.

Media online kini memiliki keunggulan dalam hal interaktivitas dan aksesibilitas, yang memungkinkan pemirsa tidak hanya menerima informasi tetapi juga berpartisipasi dalam diskusi dan memberikan umpan balik langsung. Namun, tantangan dalam proses integrasi media ini tidak dapat diabaikan (Darmayanti & Harahap, 2022). Salah satu tantangan terbesarnya adalah menjaga konsistensi konten di berbagai platform. Setiap platform memiliki format, audiens, dan gaya penyampaian yang berbeda. Oleh karena itu, diperlukan koordinasi yang matang untuk memastikan konten yang ditampilkan tetap relevan dan menarik di semua platform.

Konten yang berfungsi dengan baik di radio mungkin tidak mempunyai dampak yang sama di TV atau media online, dan sebaliknya. Oleh karena itu, lembaga penyiaran harus mampu menyusun strategi konten yang tidak hanya konsisten dalam pesannya, namun juga menyesuaikan dengan karakteristik dan ekspektasi audiens masing-masing platform. Koordinasi lintas platform juga merupakan tantangan besar dalam proses integrasi media.

Stasiun penyiaran yang tidak memiliki struktur organisasi yang kuat atau sistem komunikasi internal yang efektif sering kali kesulitan mengoordinasikan operasinya. Hal ini dapat menyebabkan duplikasi upaya, jadwal pengiriman konten yang tidak sesuai, dan pesan yang tidak sinkron di seluruh *platform* ketika tim di setiap *platform* bekerja secara independen tanpa sinergi.

Selain itu, inefisiensi dapat muncul dalam proses produksi berita, sehingga memperlambat arus informasi dan mengurangi kemampuan lembaga untuk merespons perubahan keadaan. Tantangan ini semakin diperburuk oleh perbedaan budaya kerja dan sistem operasi yang mungkin telah ditetapkan

pada setiap platform sebelum integrasi. Setiap platform mungkin mempunyai metode kerja, prosedur, dan prioritas yang berbeda, sehingga dapat menimbulkan hambatan dalam menciptakan unit kerja yang efisien dan harmonis.

Dengan demikian, lembaga penyiaran harus mengambil pendekatan holistik dan kolaboratif untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, memastikan bahwa semua bagian organisasi bekerja menuju tujuan yang sama dengan pemahaman yang terpadu dan komitmen terhadap integrasi media yang perlu diperiksa secara mendalam.

### **Pembahasan**

Dari hasil yang telah diperoleh, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan integrasi media antara radio, televisi, dan media online sangat bergantung pada penerapan strategi pengelolaan yang adaptif dan proaktif. Di era yang semakin digital, pengelola stasiun harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi, perilaku konsumen, dan tren pasar. Untuk mencapai hal ini diperlukan pengembangan sistem dan proses operasional yang memungkinkan koordinasi yang efisien dan efektif antar departemen dan *platform* (Erika, 2024: 12).

Salah satu pendekatan yang berpotensi efektif adalah dengan menerapkan sistem manajemen konten terpusat. Sistem ini memungkinkan lembaga penyiaran untuk mengelola dan memantau konten yang disiarkan di platform apapun, termasuk radio, televisi, dan media online, secara real time. Sistem terpusat ini memungkinkan manajer untuk memungkinkan semua tim dari departemen berbeda bekerja dari data dan informasi yang sama, meminimalkan kemungkinan kesalahan dan meningkatkan efisiensi operasional. Konten yang sudah dikembangkan dan didistribusikan dapat lebih disesuaikan dan

konsisten, sehingga memberikan pengalaman yang lebih baik bagi para audiens yang mendengar dan menerimanya (Kotaniartha, 2020: 19).

Selain pengembangan sistem, aspek sumber daya manusia (SDM) juga berperan penting dalam mendukung keberhasilan integrasi media. Karyawan di semua tingkatan harus memiliki keterampilan yang tepat, terutama dalam memahami karakteristik dan kebutuhan audiens di berbagai *platform* media. Pelatihan sangat penting dalam hal ini. Pelatihan yang berfokus pada penggunaan alat digital, analisis data, dan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen media digital meningkatkan keterampilan karyawan dalam mengelola dan menyajikan konten yang disesuaikan dengan preferensi audiens.

Selain itu, kemampuan untuk secara inovatif menciptakan konten yang menarik dan relevan untuk setiap platform media juga harus menjadi prioritas pengembangan talenta utama. Dengan cara ini, lembaga penyiaran tidak hanya dapat memenuhi harapan pemirsa namun juga memperkuat loyalitas pemirsa terhadap merek media (Winda, K & Nadya, S, 2022: 30).

Manajemen perubahan organisasi juga merupakan aspek yang sangat penting dalam proses integrasi media ini. Bukan hal yang aneh jika perubahan besar seperti integrasi lintas platform mendapat penolakan dari dalam suatu organisasi. Hal ini mungkin terjadi karena karyawan terbiasa dengan cara kerja yang lama atau merasa tidak siap menghadapi perubahan besar yang diperlukan oleh integrasi ini. (Intan, 2023: 36).

Oleh karena itu, pengelola harus mampu mengkomunikasikan visi, tujuan, dan manfaat integrasi media ini secara efektif. Penting juga untuk melibatkan seluruh tim dalam proses perubahan, tidak hanya sebagai pelaksana, namun sebagai bagian integral dari perubahan itu

sendiri. Melalui partisipasi aktif karyawan, resistensi berkurang dan rasa tanggung jawab bersama terhadap proses perubahan diperkuat, yang pada akhirnya menumbuhkan komitmen dan semangat tim dalam mengatasi berbagai tantangan dan peluang yang muncul dari integrasi media ini (Muhammad, A. & Mariesa G, 2022: 47).

Dalam konteks di Indonesia, dimana persaingan antar lembaga penyiaran semakin ketat dan dinamis, integrasi media menawarkan potensi besar untuk meningkatkan aksesibilitas berita dan informasi kepada masyarakat luas. Dengan memanfaatkan kekuatan integrasi ini, lembaga penyiaran dapat memperluas pemirsanya, memperkuat posisi pasarnya, dan meningkatkan daya saingnya. Selain itu, integrasi media juga memungkinkan lembaga penyiaran untuk meningkatkan interaksi mereka dengan pemirsanya. Hal ini dapat dicapai melalui fitur interaktif pada platform digital seperti komentar langsung, jajak pendapat, dan konten yang dapat dibagikan oleh pemirsa (Nurhasanah, 2018: 60).

Namun, untuk benar-benar mewujudkan potensi tersebut, lembaga penyiaran harus mampu mengatasi berbagai tantangan manajemen dan operasional yang ada. Dengan mengambil pendekatan terstruktur dan berbasis data serta fokus pada inovasi dan adaptasi, integrasi media dapat memberikan landasan yang kuat untuk mentransformasi industri penyiaran di Indonesia. (Razali, Geofakta, P. & Deria, 2020: 44). Perubahan ini tidak hanya akan menguntungkan lembaga penyiaran itu sendiri dalam hal peningkatan penayangan dan pendapatan, namun juga akan memberikan dampak positif yang luas terhadap masyarakat. Informasi yang lebih mudah diakses, relevan, dan interaktif membantu membangun

masyarakat yang lebih terinformasi, kritis, dan proaktif terhadap isu-isu penting.

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini bahwa integrasi media antara radio, televisi, dan media online memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan audiens dan efektivitas penyampaian berita. Dengan integrasi ini, stasiun penyiaran mampu melampaui batas geografis, memperluas jangkauan, dan meningkatkan fleksibilitas konsumsi media oleh audiens.

Keberhasilan integrasi media sangat bergantung pada strategi manajemen yang adaptif, inovatif, dan kolaboratif. Manajemen harus mampu mengembangkan sistem operasional yang terkoordinasi lintas platform untuk memastikan konsistensi konten dan efisiensi dalam produksi serta distribusi berita. Penggunaan sistem manajemen konten terpusat menjadi solusi efektif dalam memantau dan menyelaraskan konten di berbagai media secara *real-time*. Selain itu, pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan dalam keterampilan digital dan analitik menjadi kunci untuk mengelola kebutuhan audiens yang terus berkembang. Kreativitas dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan di setiap platform media juga diperlukan untuk memenuhi ekspektasi audiens.

Manajemen perubahan yang efektif diperlukan untuk mengatasi resistensi terhadap integrasi. Komunikasi yang jelas tentang visi dan tujuan integrasi, serta keterlibatan aktif dari seluruh tim, akan membantu meningkatkan komitmen dan semangat kerja dalam menghadapi tantangan integrasi. Dalam konteks persaingan media di Indonesia, integrasi media membuka peluang besar bagi stasiun penyiaran untuk meningkatkan aksesibilitas berita dan informasi kepada

masyarakat. Dengan strategi yang tepat, integrasi ini dapat memperkuat posisi pasar, meningkatkan interaksi dengan audiens, dan menciptakan pengalaman media yang lebih kaya dan memuaskan, sehingga membawa transformasi positif bagi industri penyiaran dan masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Darmayanti, N., & Harahap, A. C. P. (2022). Upaya Meningkatkan Kemandirian Belajar Siswa Kelas VIII SMPN 2 Panyabungan Melalui Pemberian Layanan Informasi. *Cendekiawan: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 1(3), 123-130. <https://www.zia-research.com/index.php/cendekiawan/article/view/63>.
- Erika, A. (2024). Manajemen Media Penyiaran Swaragama dan Program Siaran di Era Digital. *Jurnal Audiens*. Volume 5 No. 3. <https://journalaudiens.umy.ac.id/index.php/ja/article/view/379>.
- Intan, I & Aminah, S. (2023). Manajemen Penyiaran Berita di Radio Dakta Bekasi dalam Pemenuhan Informasi Pendengar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 21 No. 3. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/8314>.
- Kotaniartha. (2020). Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia Dalam Membangun Eksistensi Sebagai Lembaga Penyiaran Publik. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi* Volume 20 Nomor 1. <http://ejournal.undwi.ac.id/index.php/ilkom/article/view/952>.
- Mailana, A., & Assingily, M. S. (2024). The Urgency of Contemporary Era Science Education in Islam. *Cendekiawan: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 3(1), 373-379. <https://zia-research.com/index.php/cendekiawan/article/view/223>.
- Muhammad, A. & Mariesa G. (2022). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Smart FM Makassar dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Komunikasi*. Volume 15 No. 2. <https://journal.unifa.ac.id/index.php/jku/article/download/446/332>.
- Novia & Simbolon, B.R. (2019). Strategi Komunikasi Penyiar Radio SLA FM 105.6 hz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4 (1).
- Nurhasanah, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 2 Nomor 2.
- Prinaldi & Anggi, A. (2017). *Strategi Komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam Menarik Minat Pendengar*. Program Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Razali, Geofakta, P. & Deria. (2020). Manajemen Penyiaran Radio dalam Menghadapi Persaingan Media di Era Digital pada Industri Penyiaran. *Jurnal Akrab Juara*. Volume 5 Nomor 2.
- Takariani & Suprapti, D. (2013). *Peluang dan Tantangan Radio Komunitas di Era Konvergensi Observasi Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi* Volume 11 Nomor 2.
- Winda, K & Nadya, S. (2022). Manajemen Penyiaran Serta Pengembangan Radio dan Televisi. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*. Volume 2 No. 2.