



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini ditujukan untuk menjawab tujuan dari penelitian, yaitu untuk mengetahui bagaimana manajemen inovasi dalam media digital yang terjadi dalam redaksi 20Detik. Analisis data yang digunakan peneliti adalah beberapa konsep manajemen media dari Hollifield et al. (2016, p. 134-160) yang dijabarkan dalam tiga pendekatan konsep, yaitu *Approach*, *Impact*, dan *Convergence and Innovation as a Product*.

Dalam pendekatan *approach*, ditemukan bahwa *strategy*, *peripheral vision*, *vehicle*, dan *leadership* memberikan pengaruh dalam mengelola redaksi 20Detik. Manajer media, atau redaktur pelaksana, menjelaskan bahwa target audiens 20Detik sama dengan Detikcom, yaitu rentang usia 20-40 tahun. Dengan target audiens yang termasuk dalam generasi *millennials*, 20Detik memproduksi menyajikan konten bervariasi. Dalam proses produksinya 20Detik juga mengedepankan kecepatan dan keakuratan, namun tetap memperhatikan budaya karyawan. Walaupun terdapat hierarki organisasi, tidak berarti atasan dapat bersikap semena-mena dengan bawahannya. Redaksi 20Detik diawasi langsung oleh Redaktur Pelaksana Gagah Wijoseno, yang dibantu oleh dua wakilnya, yaitu

Wakil Redaktur Pelaksana *Live/Client Service* Fuad Fariz dan Wakil Redaktur Pelaksana *News* Triono WS. Ketiganya saling berkoordinasi dan mendistribusikan penugasan kepada koordinator liputan tiap-tiap divisi, yang kemudian diteruskan kepada *video journalist*.

Redaktur Pelaksana 20Detik Gagah Wijoseno selaku manajer media, memosisikan dirinya sebagai rekan sederajat dan berusaha hadir setiap dibutuhkan bawahannya. Peran Gagah Wijoseno sebagai manajer media atau supervisi, memegang kendali atas alur kerja dalam organisasi di redaksi 20Detik, terutama hal-hal redaksional seperti, urusan dengan pihak ketiga (klien), kebutuhan alat di redaksi 20Detik, serta berhubungan dengan divisi di luar redaksi 20Detik.

Selanjutnya dalam pendekatan *impact*, ditemukan bahwa *agenda setting*, *matching*, *redefining/restructuring*, *clarifying*, dan *routinizing* memberikan pengaruh dalam mengelola redaksi 20Detik. Dalam pendekatan ini juga ditemukan bahwa *agenda setting* merupakan hal penting dalam mengelola produksi konten 20Detik. Setiap harinya, masing-masing koordinator membuat agenda bagi para reporter atau *video journalist*, dan melaporkan agenda tersebut kepada redaktur pelaksana. Pelaksanaan rapat di redaksi 20Detik tidak sama seperti media lain yang sudah ada waktu pastinya, rapat dalam konteks ini adalah bertemu dan berkumpul dalam satu ruangan yang sama. Rapat baru akan dilaksanakan apabila ada *event* khusus atau *event* besar (contohnya: piala dunia, lebaran), biasanya dilakukan h-3 sebelum acara. Setiap hari hasil produksi dan kinerja karyawan dipantau oleh manajer. Sementara itu untuk menunjang kinerja karyawan,

pendekatan *routinizing* diperlukan dalam mengelola karyawan. Rutinitas pemberian penghargaan menjadi bentuk apresiasi yang efisien dalam menunjang produktivitas karyawan. Penghargaan akan diberikan pada karyawan yang memperlihatkan kinerja yang baik. Penghargaan dapat berupa pujian, liputan bebas atau ke luar kota, hingga bonus tahunan. Hal ini dilakukan supaya karyawan merasa diapresiasi dan meningkatkan produktivitas untuk pemasukkan perusahaan.

Pada pendekatan *Convergence and Innovation as a Product*, ditemukan bahwa *value, superior supervision, external concerns, competition, dan consumer behavior* memberikan pengaruh dalam pengelolaan redaksi 20Detik. Perusahaan menyadari bahwa saat ini mereka harus berjuang di era konvergen. Untuk mempertahankan diri, 20Detik memiliki nilai-nilai penting sebagai tolok ukur. Selain itu, manajer memegang peranan penting untuk mengevaluasi dan memutuskan inovasi apa yang harus dilakukan. Hubungan antara manajer dengan para karyawannya juga harus dibangun dan dijaga sebaik mungkin dari segala sisi. Dengan begitu akan tercipta komunikasi yang baik antar rekan kerja, dan akan mempengaruhi produktivitas karyawan dalam menjalankan tugas-tugas.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan temuan peneliti, 20Detik sebagai sebuah bentuk inovasi media Detikcom yang menyajikan konten bervariasi. Adapun saran yang dapat peneliti berikan.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Manajemen media merupakan proses dinamis, disesuaikan seiring perkembangan media, teknologi, dan audiens. Maka dari itu, kedepannya manajemen media berpotensi akan mengalami kemajuan dan pembaharuan.

Peneliti berharap dalam penelitian selanjutnya mampu lebih menggali lebih dalam mengenai proses pengelolaan redaksi 20Detik, atau Detikcom, atau pengelolaan media daring lainnya. Kedepannya, penelitian ini juga dapat dikembangkan dengan melakukan penelitian analisis resepsi audiens dengan membandingkan konten video singkat dan konten tulisan.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, peneliti memiliki beberapa saran bagi perusahaan-perusahaan terkait. 20Detik sebagai kanal media hasil inovasi Detikcom perlu menegaskan lagi keunikan video dan intensitas mengunggah video di berbagai platform. Sehingga, audiens dapat lebih tertarik dan mengetahui informasi terbaru dari konten video 20Detik.

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A