

# Strategi Manajemen Komunikasi Media Online PT. Warta Global Republik Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia Online

Isbat Usman<sup>1</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Andrian Anwar L Nata<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Hengki Irawan<sup>3</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

JOURNAL OF  
INTERDISCIPLINARY  
SCIENCE AND EDUCATION  
©The Author(s) 2023

Corresponding Author: Isbat Usman

E-mail: [isbatusman@gmail.com](mailto:isbatusman@gmail.com)

## Abstract:

*The rapid growth of the internet has resulted in the widespread existence of online media in Indonesia. As a result, competition between these online media platforms is increasing. With so much competition between online media, this research was conducted to find out how the communication management strategy carried out by PT Warta Global Republik as a new online media company to overcome competition between other online media. The method applied in this research uses a qualitative approach by analyzing POAC communication management theory (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling). The data collection techniques implemented involved documentation studies, literature studies, observation, and in-depth interviews. The results of this study show that the management strategy implemented by PT Warta Global Republik has a good and effective communication foundation. Starting from the planning stage, Warta Global Republik takes steps to evaluate previous performance results, then maintains what is good and then replaces what is ineffective. At the organizing stage Warta Global uses a communication approach with the Journalist Organization, then at the actuating stage Warta Global uses effective communication to move the team, finally at the controlling stage the Chief Editor of Warta Global as the Warta Network oversees all articles to comply with company regulations. From the analysis of POAC management theory, it can be seen that the results of research on Warta Global Republik's management strategy say that Planning, Organizing, Actuating and Controlling are important points in the communication management of a company. In addition, the editor-in-chief of Warta Global Republik also holds full responsibility for competing with competing online media.*

**Keywords:** *Business Management; Communication Strategy; Online Media; Business Competition; POAC Analysis; Communication Effectiveness*

## Pendahuluan

Diera digital saat ini, pemasaran telah menjadi komponen penting bagi bisnis apa pun. Strategi pemasaran yang efektif sangat penting bagi bisnis untuk menjangkau audiens target mereka, membangun kesadaran merek, dan mendorong penjualan.

Digitalisasi saat ini menjadi salah satu hal yang masuk dalam kehidupan sehari-hari. Seiring berkembangnya zaman manusia mampu menciptakan era industri yang baru. Perkembangan zaman inilah membuat perkembangan teknologi juga semakin canggih. Termasuk perkembangan teknologi media komunikasi dan informasi. Karena digitalisasi ini lah akhirnya melahirkan sebuah perusahaan media baru. Dengan adanya perusahaan media baru inilah komunikasi kini bisa diakses hanya dengan menggunakan internet. Dalam (Komunikasi et al., 2016) Internet memiliki peranan yang cukup penting sebagai alat (Saluran) untuk mengirim atau menyampaikan pesan (*message*) dari seorang komunikator atau penyalur pesan (*source*) kepada seorang komunikan atau penerima pesan (*receiver*).

Sebagai media komunikasi internet memiliki sifat transaksional, yang berarti bahwa terdapat interaksi yang dilakukan antarindividu secara intensif (terus-menerus) dan adanya umpan balik (*feedback*) dari antarindividu saat berinteraksi tersebut. Manusia berbondong-bondong menciptakan media baru agar bisa digunakan lebih praktis. Penemuan teori media baru ini pertamakali ditemukan oleh Pierre Levy. Pierre Levy Dalam (Tilawah et al., 2017) memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai suatu lingkungan informasi yang fleksibel, terbuka dan dinamis, yang pada akhirnya memungkinkan untuk manusia dapat mengembangkan orientasi pengetahuan baru dan terlibat dalam dunia yang demokratis tentang pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan masyarakat.

Media baru ini sangat berbeda dengan media kontemporer sebelumnya seperti TV, Radio, Koran dan media massa lainnya. Sebab media baru atau media digital ini dapat diakses oleh siapapun tanpa persyaratan apapun, dengan bermodalkan internet semua orang bisa menggunakan media baru dan mendapatkan informasi yang ia inginkan dengan cepat.

Dengan adanya media baru ini manusia sangat dimudahkan untuk mendapatkan informasi yang cepat hanya dengan internet. Karena adanya digitalisasi inilah media komunikasi atau media informasi juga mengalami perkembangan mengikuti zaman, seperti media online. Adanya media online ini terbentuk karena digitalisasi dan kebutuhan informasi yang cepat dan di inginkan masyarakat. New Media atau media online dapat diartikan sebagai produk dari komunikasi yang diberikan tempat oleh teknologi seperti komputer digital atau teknologi-teknologi canggih lainnya. (Creeber dan Martin, 2009)

Sedangkan media online itu sendiri adalah media baru atau new media yang memiliki cara penyampaian informasi berbeda dari media kontemporer yaitu media massa seperti media cetak dan media elektronik. Media online ini dapat diakses dan digunakan jika menggunakan perangkat berbasis komputer dan adanya koneksi internet untuk mencari dan menerima informasi yang

diinginkan. Selain itu, internet yang digunakan untuk mengakses media online ini memiliki karakteristik yang tidak terbatas, artinya semua pengguna internet bebas mengakses apapun. Seperti saat mengakses informasi dan menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online.

Menurut (Asep Syamsul M. Romli, 2012) dalam bukunya *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, Media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak seperti koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (*electronic media*) seperti radio, televisi, dan film/video. Media Online juga termasuk dalam produk jurnalistik online atau *cyber journalism*. Jurnalistik online adalah laporan yang bersifat fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Selanjutnya, media online dapat disimpulkan sebagai media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet) seperti *website* (situs web, termasuk *blog*), *radio online*, *TV online*, dan *email*.

Salah satu media online yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah warta global dot id ([wartaglobal.id](http://wartaglobal.id)). Warta Global merupakan media online yang dibawah oleh Warta Media Network. Warta Global itu sendiri merupakan media online yang memberitakan mengenai informasi-informasi terkini yang kredibel. Warta Global memfokuskan beritanya pada informasi-informasi umum seperti Pemerintahan, Ekonomi, Pendidikan, teknologi, pendidikan, hingga berita mengenai politik. Namun Warta Global ini merupakan salah satu portal yang masih dibidang baru dan belum dikenal oleh masyarakat sehingga Warta Global harus mampu bersaing dengan platform-platform kompetitor yang lebih besar. Karena itulah perusahaan ini membutuhkan strategi manajemen yang baik agar mampu berdiri kokoh dan mampu mencapai tujuannya.

Manajemen merupakan unsur kritis dalam mendirikan dan menjalankan suatu perusahaan. Kegiatan manajemen sendiri bertujuan untuk mencapai tujuan awal yang telah ditetapkan. Baik individu maupun organisasi dapat melakukan manajemen untuk mencapai pencapaian yang diinginkan dengan melibatkan aspek-aspek penting dalam praktik manajemen. Menurut Wilson Bangun (2016:6) sebagaimana dikutip oleh Khoerunnisa (2019), manajemen adalah kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang atau anggota organisasi dengan tujuan mencapai target organisasi secara terencana, teratur, dan terstruktur dengan baik. Definisi lain dari manajemen, yang dikemukakan oleh James A.F. Stoner, menyatakan bahwa manajemen adalah suatu proses yang harus dilaksanakan oleh anggota organisasi, melibatkan perencanaan, kepemimpinan, pengorganisasian, dan pengendalian, guna mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya (Stoner, n.d)

Dalam konteks strategi manajemen perusahaan, peran komunikasi menjadi sangat vital. Kehadiran komunikasi yang efektif membantu kelancaran pelaksanaan strategi manajemen. Menurut Stewart L. Tubb dan Sylvia Moss sebagaimana disitir oleh Handayani (2011), komunikasi secara sederhana diartikan sebagai suatu proses pertukaran informasi yang membentuk makna antara dua orang atau lebih. Ketika dikaitkan dengan manajemen, definisi ini mengindikasikan

bahwa komunikasi memegang peran kunci dalam pengelolaan perusahaan. Komunikasi digunakan untuk mengatur berbagai aspek manajemen seperti perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, dan pengendalian.

Mengacu pada berbagai pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen komunikasi adalah suatu aktivitas yang didalamnya terdapat perencanaan, penggerakan, pengorganisasian serta pengendalian yang mana seluruhnya diharuskan menggunakan komunikasi yang efektif untuk mendapatkan hasil sesuai dari tujuan perusahaan yang telah disepakati. Fungsi dari manajemen komunikasi adalah sebagai kendali jalannya sebuah perusahaan, sebagai motivasi bagi para anggota organisasi, sebagai bentuk pengungkapan emosional antara anggota organisasi, serta sebagai alat penyampaian informasi yang efektif.

Namun fungsi manajemen komunikasi juga akan dianggap tidak berhasil jika komponen dalam manajemen komunikasi seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan tidak dilakukan dengan baik seperti hasil penelitian sebelumnya dengan judul Strategi Manajemen Redaksi Majalah Mingguan *Mangle* Di Era Digital yang ditulis (Suryani & Srimulyani, 2019) mengatakan bahwa strategi manajemen komunikasi Majalah *Mangle* adalah dengan adanya perencanaan pembuatan konten untuk rubrikasi dengan menggunakan riset dan terjun ke lapangan. Hal ini dilakukan majalah *Mangle* untuk tetap bertahan hidup di era konvergensi media. Namun tak dapat dipungkiri strategi manajemen komunikasi yang dilakukan majalah *Mangle* ternyata tidak semua efisien, perencanaan dan konsep yang dilakukan oleh majalah *Mangle* dinilai tidak matang sehingga memengaruhi ketiga fungsi manajemen tersebut tidak berjalan lancar. Hal ini dapat dilihat bahwa fungsi manajemen komunikasi akan gagal jika dari tahap perencanaan tidak dilakukan dengan matang dan terstruktur.

Namun selain itu jika manajemen komunikasi dilakukan dengan efektif maka akan mendapatkan hasil yang baik pula, seperti penelitian yang dilakukan (Cholis & Wardiana, 2019) dengan judul Manajemen Strategi Redaksi Dan Bisnis Koran Olahraga *Topskor* Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media *Online* Di Era Konvergensi Media mengatakan bahwa koran olahraga *Topskor* mampu menjalankan fungsi manajemen komunikasi dengan baik, bahkan strategi yang dilakukan oleh koran olahraga *Topskor* adalah dengan merencanakan untuk mendapatkan iklan dan melakukan promosi serta event untuk menarik perhatian publik.

Selain itu manajemen komunikasi juga memiliki tujuan utamanya yaitu untuk meningkatkan komunikasi dengan orang lain serta memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih (Sahputra, 2020). Karena pentingnya manajemen komunikasi inilah penelitian ini bermaksud untuk menganalisa strategi manajemen komunikasi yang dilakukan oleh media online *Warta Global* yang hingga kini masih mampu bertahan dan bersaing dengan media kompetitor lainnya.

## Kerja Sama WartaGlobal.ID dengan Eksternal

Warta Global telah berumur 7 bulan semenjak bergabung dengan Warta Network. Kini, WartaGlobal.id telah melakukan beberapa kerja sama dengan pihak terkait sesuai dengan kaidah-kaidah ilmu jurnalistik. Dalam mencari pembaca yang luas serta lintas umur, membuat banyak pihak menjalin kerja sama dengan Warta Global, pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Institut Teknologi Bandung, (ITB) ini telah menjalin kerjasama dengan Warta Global dengan memasang iklan di halaman website Warta Global.
2. Kominfo, Kementerian Komunikasi dan Informatika juga turut melakukan kerjasama dengan Warta Global.
3. Universitas Saburai Lampung juga bekerja sama dalam bidang publikasi Kampus, terutama kegiatan Kampus.
4. Universitas Muhammadiyah Pringsewu (UMPRI), selain ITB dan Kominfo, Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung juga melakukan kerjasama dengan WartaGlobal.
5. Beberapa Kepolisian Daerah Seperti Polda Bali, Polda Jawa Tengah, Polda Jawa Timur dan Polda Lampung Juga Menjaling Mitra Dengan Warta Global dengan Portal investigasi Warta Global.
6. Beberapa Organisasi Kewartawanan di antara-nya SWI (Sekber Wartawan Indonesia), Perss Indonesia dan Warta Network.

## Visi Misi WartaGlobal.id

Logo memiliki peran signifikan dalam konteks perusahaan. Logo merupakan sebuah representasi visual dan lambang identitas yang menjadi ciri khas suatu perusahaan. Berikut adalah logo dari wartaglobal.id:



## Struktur WartaGlobal.id

Struktur organisasi menggambarkan suatu sistem hierarki yang menyusun perusahaan. Tim Warta Global terdiri dari orang-orang yang mumpuni di bidang konten, komunikasi, dan promosi. Terdapat lebih dari 10 konten kreator yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia dari Aceh hingga Papua. Adapun struktur organisasi dari Warta Global adalah sebagai berikut:



Sumber: Arsip Penulis, September 2023

Gambar 1. Struktur Organisasi WartaGlobal.id

## Deskripsi Pembaca WartaGlobal.id

WartaGlobal.id menargetkan pembaca yang memiliki ketertarikan terhadap berbagai aspek kehidupan, menyediakan konten-konten informatif dan terkini dari sumber yang valid. Pembaca WartaGlobal.id dapat ditemukan dari berbagai latar belakang dan rentang usia, mencakup berbagai aspek kehidupan mulai dari pendidikan hingga gaya hidup.

### 1. Edukasi:

- **Profil Pembaca:** Mencakup kalangan pembaca dari berbagai tingkat pendidikan, mulai dari siswa sekolah dasar hingga mahasiswa perguruan tinggi.
- **Minat Pembaca:** Individu yang peduli terhadap perkembangan dunia pendidikan, termasuk pendidikan non formal dan pengembangan *soft skill*.

### 2. News:

- **Profil Pembaca:** Masyarakat umum yang ingin mendapatkan informasi berita hardnews terkini baik dari tingkat nasional, daerah, atau internasional.
- **Minat Pembaca:** Individu yang menginginkan pemahaman mendalam tentang isu-isu aktual dan perkembangan terkini di sekitar mereka.

### 3. Politik:

- **Profil Pembaca:** Orang-orang yang memiliki minat dan keinginan untuk memahami dinamika politik di tingkat nasional dan internasional.
- **Minat Pembaca:** Pembaca yang ingin terinformasi secara mendalam mengenai kebijakan, isu politik, dan peristiwa politik terkini.

### 4. Travel:

- **Profil Pembaca:** Penggemar perjalanan dan gaya hidup, termasuk mereka yang senang menjelajahi destinasi wisata.
- **Minat Pembaca:** Individu yang mencari informasi seputar perjalanan dengan gaya penyajian yang cair dan mudah dicerna.

### 5. Video:

- **Profil Pembaca:** Pembaca yang lebih memilih konten visual dan menyukai informasi dalam format audio-visual.
- **Minat Pembaca:** Individu yang tertarik dengan konten yang disajikan dalam bentuk video, menambah dimensi interaktif dan menarik.

## Metode

Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif yang berarti dalam penelitian kualitatif cenderung menggunakan analisis dan berusaha menjabarkan suatu gejala kepada sebuah

penjelasan ilmiah yang didasarkan pada penemuan dan pengumpulan fakta dan data selama proses penelitian.

Metode penelitian kualitatif deskriptif ini memiliki sudut pandang subjektif dari partisipan sehingga untuk hasil akhirnya tidak dapat digeneralisasikan. Dapat disimpulkan bahwa metode riset ini menggambarkan secara jelas suatu permasalahan atau fakta yang ditemukan di lapangan. Sebagai contoh penelitian tentang persepsi, perilaku, motivasi dan lain-lain secara holistic dan dideskripsikan dengan bentuk kata-kata atau kalimat.

Menurut (Sugiyono, 2017) teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang strategi dalam penelitian, karena dalam suatu penelitian, pengambilan data adalah tujuan utama dalam penelitian.

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, antara lain: teknik observasi, wawancara mendalam, studi kepustakaan dan dokumentasi. Selain itu untuk menganalisis manajemen komunikasi Warta Global, peneliti menggunakan teori manajemen yang secara umum terdapat empat fungsi yang merupakan aspek penting dalam bentuk manajemen komunikasi, yaitu perencanaan (*planning*), mengatur (*organize*), penggerakan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*) (Arumsari, 2017).

## Hasil dan Diskusi

Persaingan antara media online merupakan hal yang sangat lumrah di era digitalisasi ini, mengingat banyaknya pengguna internet di Indonesia yang kini bergantung pada akses internet. Warta Global merupakan salah satu media online baru dibawah naungan Warta Global Republik Media Network memiliki sejumlah tugas untuk dapat bersaing dengan media online kompetitor yang sebelumnya telah memiliki nama.

Hasil penelitian ini berupa strategi manajemen komunikasi bisnis yang telah dilakukan oleh Warta Global dalam menghadapi persaingan, antara lain: *Planing*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pimpinan Redaksi Warta Global, (Poltak Sinaga "Jawa Tengah" dan Netti Herawati" Bali", Wawancara By Call. 13 September 2023) menganggap bahwa persaingan antar media online ini sangat berat, mengingat menjamurnya media online di Indonesia yang mana harus bersaing untuk bertengger di Google. Dengan persaingan-persaingan inilah tim Warta Global memiliki strategi manajemen yang akan peneliti analisis dengan menggunakan Teori Manajemen POAC.

## Strategi Manajemen Komunikasi Warta Global

### *Planning*

Untuk menghadapi persaingan dengan media online lainnya Warta Global melakukan beberapa rencana, namun sebelum perencanaan tersebut dilakukan, pihak Warta Global melakukan evaluasi konten dan kinerja karyawan. Evaluasi ini dilakukan agar tim Warta Global

dapat merencanakan strategi manajemen yang lebih baik. Pimpinan Redaksi dari Warta Global mengevaluasi konten yang selalu tayang, bagaimana pembacanya, konten apa yang laris di bulan lalu, hingga kinerja Jurnalis. Tak segan-segan Pimpinan menegur *content creator* yang memiliki kinerja buruk, hal ini dilakukan agar bulan selanjutnya untuk meningkatkan kinerjanya.

Perencanaan ini dilakukan untuk menyusun berita atau konten yang akan di naikan. Evaluasi tiap minggu atau bulanan yang dilakukan oleh tim Warta Global ini masuk dalam tahap perencanaan. Penentuan konten apa yang harus dinaikan juga termasuk dalam perencanaan. Setelah evaluasi berlangsung biasanya Redaksi langsung memberikan strategi perencanaannya, misalnya untuk bulan ini ada beberapa berita yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat, seperti pencairan bantuan sosial dari pemerintah, atau ada event-event dari pemerintah dan drama-drama terbaru yang akan tayang. Konten-konten yang diprediksi akan banyak pembaca ini sebaik mungkin harus di tulis oleh setiap *content creator*. Selain itu, *content creator* juga diharuskan untuk update sosial media. Hal ini menjadi wajib karena sifat dari media online adalah kecepatan berita, *content creator* tidak boleh ketinggalan berita-berita ter-update yang sedang ramai diperbincangkan khalayak sosial media.

### ***Organizing***

Pengorganisasian merupakan hal yang cukup penting dalam manajemen perusahaan. Di pengorganisasian ini pihak Warta Global tentu mengedepankan komunikasi yang baik. Selain itu setelah adanya perencanaan, maka jajaran redaksi seperti Editor, *Cotent Creator* hingga tim Media *Social Marketing* melakukan tugasnya masing-masing. Namun ternyata beberapa *content creator* tidak bekerja semestinya, misal dalam tahap perencanaan Warta Global mewajibkan *content creator* menulis artikel berita setidaknya dalam sehari berjumlah 10 artikel. Namun jika ada *content creator* yang tidak dapat memenuhi kewajiban tersebut, pihak Warta Global akan menanyakan penyebab penurunan kinerja yang dilakukan *content creator* tersebut. Jika alasannya dapat diterima maka Warta Global akan mencari solusi bersama untuk meningkatkan kinerja tersebut, seperti memberikan bimbingan tambahan atau memahami tantangan yang dihadapi *content creator*. Namun, jika permasalahan tersebut persisten dan tidak dapat diatasi, pihak Warta Global mungkin akan melakukan penyesuaian dalam penugasan atau memberikan dukungan lebih lanjut untuk membantu *content creator* mencapai tujuan yang ditetapkan.

Dengan demikian, pengorganisasian di Warta Global bukan hanya sekadar menetapkan struktur dan peran, tetapi juga melibatkan monitoring kinerja, respon terhadap perubahan, dan upaya untuk memastikan kolaborasi yang efektif di antara seluruh tim untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan.

### ***Actuating***

*Actuating* atau penggerakan dilakukan agar perencanaan yang sudah di atur sedemikian rupa sehingga dapat terlaksana dengan baik. Setelah tahap perencanaan dan pengorganisasian anggota organisasi atau divisi diharapkan mengerjakan tugasnya sesuai dengan perannya masing-

masing. Penggerakan ini dilakukan oleh pimpinan perusahaan yang mana dalam tahap ini gaya kepemimpinan dari sang pemimpin menjadi poin penting.

Adanya penggerakan ini dimaksudkan untuk menggerakan tim divisi agar seluruh tim divisi dapat bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan tersebut. pelaksanaan kerja yang dilakukan tim divisi haruslah sejalan dengan rencana kerja yang telah disusun sebelumnya pada tahap perencanaan dan pengorganisasian. Dengan begitu sistem manajemen komunikasi pada perusahaan tersebut bisa berjalan dengan baik.

Maka dari itu dari pihak Warta Global melakukan penggerakan dengan mengingatkan semua *content creator* untuk menulis sesuai dengan jumlah kesepakatan yaitu 10 artikel sehari. Hal ini dilakukan agar jumlah artikel naik di Warta Global ini sesuai target yang nantinya akan menunjang posisi di *Google Analytics* sesuai perencanaan yang telah di sepakati sebelumnya.

### ***Controlling***

*Controlling* atau pengawasan merupakan aksi yang harus dilakukan guna memastikan alur kerja berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan utama dilakukannya pengawasan adalah agar menjaga proses bisnis berjalan sesuai rencana atau tidak. Dalam hal ini pemimpin organisasi atau perusahaan tersebut memiliki peran yang cukup penting. Seperti dalam tahap *actuating*, pimpinan redaksi Warta Global akan mengawasi kinerja *content creator*, melihat berapa jumlah artikel yang telah di tulis, dan artikel apa yang telah di naikan, apakah artikel yang ditulis sudah sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan di Warta Global.

Pengawasan ini juga berlaku pada konten yang ditulis oleh *content creator*, konten yang di naikan di Warta Global tidak boleh memuat isu-isu sara yang nantinya akan menimbulkan kegaduhan, selain itu pimpinan redaksi Warta Global juga akan melihat penulisan dari *content creator* tersebut, mulai dari judul hingga gambar yang digunakan. Hal ini dilakukan karena Warta Global ini merupakan salah satu platform media online yang menjunjung idealisme jurnalistik, sehingga konten-konten yang di naikan juga harus sesuai dengan idealisme jurnalistik

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Warta Global memiliki strategi manajemen komunikasi bisnis meliputi tahap *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* semua strategi tersebut dilakukan oleh Kepala Perwakilan Wilaya sebagai Pimpinan Redaksi dengan menggunakan komunikasi yang baik. Komunikasi menjadi dasar yang kuat untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik, sehingga perusahaan Warta Global ini bisa bertahan dan mampu bersaing dengan media online kompetitor.

Di tahap *planning* Warta Global mengedepankan pemilihan konten yang nantinya akan membuat pembaca melirik platform media online tersebut dan menyajikan berita yang terupdate dan teraktual. Selanjutnya ditahap *organizing* Warta Global mencoba untuk menerapkan efisiensi *content creator*. *Actuating* yang dilakukan oleh Warta Global adalah mengingatkan dan

menyemangati setiap *content creator* untuk meningkatkan kinerjanya. Dan yang terakhir tahap *controlling* yang dilakukan oleh Warta Global adalah dengan mengawasi semua kinerja karyawan yang tergabung dalam Warta Global agar perusahaan berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan awal.

### Daftar Pustaka

- Al-Qassemi, A. J. N. A., & Al-Shihi, A. (2023). The impact of communication strategy on media competitiveness in the digital age. *International Journal of Business Communication*, 50(3), 321-345.
- Arumsari, N. R. (2017). Penerapan Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling di UPTD Dikpora Kecamatan Jepara. *Jurnal Ekonomi Bisnis Kontemporer*, 3(2), 90–104.
- Asep Syamsul M. Romli. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia.
- Cholis, N., & Wardiana, D. (2019). Manajemen Strategi Redaksi Dan Bisnis Koran Olahraga Topskor Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online Di Era Konvergensi Media. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(2), 124–146. <https://doi.org/10.24198/jkj.v1i2.21336>
- Handayani, T. (2011). Membangun Komunikasi Efektif Untuk Meningkatkan Kualitas Dalam Proses Belajar Mengajar. *Ta'dib*, 16(02), 273–302. <https://doi.org/10.19109/tjie.v16i02.64>
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 152–162. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069>
- Stoner, M. J. A. F. (n.d.). T. Hani Handoko. (2012). *Manajemen*, BPFE. Yogyakarta. [digilib.uinsby.ac.id](http://digilib.uinsby.ac.id)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryani, N., & Srimulyani, H. (2019). Strategi Manajemen Redaksi Majalah Mingguan Mangle Di Era Digital. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 2(1), 1–24. <https://doi.org/10.24198/kj.v2i1.21071>
- Tilawah, M., Di, O., Pekanbaru, K., Rusni, B. A., Lubis, E. E., & Si, M. (2017). Penggunaan media online. 2(1), 1–15