

Catatan Akhir Tahun 2024: Peluang dan Tantangan Bisnis Media Lokal

Updates. - GO.WEB.ID

Dec 31, 2024 - 22:44



Ilona Juwita, Wakil Ketua Umum SMSI Bidang Pengembangan Bisnis dan Digital Media

JAKARTA - Bisnis media digital di Indonesia bertumbuh secara signifikan selama tahun 2024. Salah satunya ditandai dengan pencapaian ekonomi digital Indonesia yang diperkirakan mencapai Gross Merchandise Value (GMV) sebesar \$90 miliar, naik 13% dibandingkan tahun 2023, menjadikannya yang terbesar di

Asia Tenggara, berdasarkan laporan e-Conomy SEA 2024 yang disusun oleh Google, Temasek, dan Bain & Company (Sumber: Google Blog)

Meningkatnya konsumsi konten digital, game, dan layanan streaming menjadi salah satu faktor besar tumbuhnya bisnis media digital, dengan GMV diperkirakan tumbuh 12% dari \$7 miliar pada tahun 2023 menjadi \$8 miliar pada tahun 2024.

Pertumbuhan ini juga berjalan seiring dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal 2024 mencapai 221 juta jiwa, atau sekitar 79,5% dari total populasi. Angka ini meningkat 2,75% dibandingkan awal tahun 2023.

Meskipun ada pertumbuhan, media digital menghadapi tantangan dalam hal pendapatan iklan dan persaingan dengan platform global. Penurunan belanja iklan perusahaan untuk media massa dan dominasi platform media sosial global menekan pendapatan media lokal. Selain itu, perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) menambah kompleksitas dalam industri ini.

Bagaimana media digital terutama media massa menghadapi tantangan ini kedepan?

Media digital perlu mengadopsi strategi inovatif, seperti memanfaatkan data pengunjung untuk meningkatkan interaksi dan pengalaman pengguna, serta mengembangkan model bisnis yang lebih beragam. Kolaborasi dengan pemerintah dan komunitas lokal juga penting untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan relevansi di era digital.

Pemanfaatan Data Pengunjung perlu diawali dengan membangun infrastruktur teknologi yang memadai. Media perlu mengimplementasikan platform manajemen data pelanggan yang memungkinkan media untuk memiliki database yang lebih terstruktur sehingga memudahkan analisa dan segmentasi. Selanjutnya media perlu melakukan berbagai inisiatif agar dapat mulai melakukan pengumpulan data termasuk salah satunya mendorong pengunjung berinteraksi dengan fitur, form registrasi, konten, dll. Media juga harus memastikan patuh terhadap regulasi hukum privasi terutama bagaimana data pelanggan tersebut akan digunakan. Melalui serangkaian analisis dan segmentasi yang bisa dilakukan melalui data tersebut, media dapat memberikan pengalaman berkunjung yang lebih personal, menawarkan targeting iklan yang lebih presisi, dan penawaran konten premium melalui skema berlangganan.

Skema bisnis berlangganan menjadi salah satu model bisnis baru yang patut dilirik terutama ketika media sudah mampu memastikan kualitas konten yang diproduksi dan pengelolaan data pelanggan yang tepat. Model bisnis ini menjadi salah satu bentuk inovasi media digital untuk memastikan bisnis yang berkelanjutan.

Kolaborasi dengan pemerintah dan komunitas lokal akan mendorong pertumbuhan media digital lebih baik lagi. Pemerintah melalui support infrastruktur digital dan literasi yang lebih luas akan meningkatkan indeks masyarakat digital. Hal ini akan mendorong tumbuhnya kebutuhan akan konten

digital yang lebih beragam. Komunitas lokal selanjutnya memiliki peranan penting dalam menghadirkan konten tersebut tentunya dengan pendekatan lokal yang memiliki relevansi lebih baik.

Oleh Ilona Juwita

(Wakil Ketua Umum SMSI Bidang Pengembangan Bisnis dan Digital Media)