

**Transformasi Media Penyiaran Digital dalam Strategi
Komunikasi Publik: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis**

*The Transformation of Digital Broadcasting in Public
Communication Strategies: A Systematic Literature Review*

Dimas Sulthon Ubaidillah Lubis*

Sendy Ayu Mitra Uktutias

Fitri Noor Febriana

Mahasiswa Sekolah Pascasarjana
Universitas Airlangga

Alamat: Department of Human Resource Development, Faculty of Graduate
School, Universitas Airlangga, Surabaya 60115, Indonesia
dimas.sulthon.ubaidillah-2024@pasca.unair.ac.id

Dikirim: 31 Agustus 2025, Direvisi: 20 Juni 2026, Diterima: 21
Juni 2026, Terbit: 28 Juni 2026. Sitasi: Lubis, Dimas S.U. dkk
(2026). Transformasi Media Penyiaran Digital dalam Strategi
Komunikasi Publik: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis.
Promedia: Public Relation dan Media Komunikasi, 12(1), 1-21.

Abstract

This study aims to map and synthesize the research landscape concerning the intersection of digital broadcasting transformation and public communication strategy, examining how Public Service Media (PSM) adapt to technological disruption while upholding their mandate. The method used is a Systematic Literature Review (SLR) following PRISMA guidelines. A comprehensive search of major databases yielded 20 relevant studies, which were analyzed using qualitative thematic synthesis. The main results identify six key themes, including the evolution of broadcasting to an OTT ecosystem, the adaptation of communication to participatory models, and organizational transformation through newsroom convergence. The findings indicate that while technology adoption is rapid, strategic and organizational adaptation is often slower and more complex. The originality of this study lies in its comprehensive synthesis connecting technological innovation, strategy, and organization. Its value is in providing an evidence-based guide for practitioners and policymakers, as well as

identifying future research directions on sustainable monetization models and the ethical implications of new technologies.

Keywords: Digital Broadcasting, Public Communication, Public Service Media, Media Convergence, Audience Engagement

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan dan menyintesis lanskap penelitian mengenai perpotongan antara transformasi penyiaran digital dengan strategi komunikasi publik, mengkaji bagaimana Media Layanan Publik (PSM) beradaptasi terhadap disrupsi teknologi sambil mempertahankan mandatnya. Metode yang digunakan adalah Tinjauan Literatur Sistematis (SLR) mengikuti pedoman PRISMA. Pencarian komprehensif pada basis data utama menghasilkan 20 studi relevan yang dianalisis menggunakan sintesis tematik kualitatif. Hasil utama mengidentifikasi enam tema kunci, termasuk evolusi penyiaran ke ekosistem *Over-the-Top* (OTT), adaptasi komunikasi ke model partisipatif, dan transformasi organisasional melalui konvergensi ruang redaksi. Temuan menunjukkan bahwa adopsi teknologi berjalan cepat, namun adaptasi strategis dan organisasional sering kali lebih lambat dan kompleks. Orisinalitas studi ini terletak pada sintesis komprehensifnya yang menghubungkan inovasi teknologi, strategi, dan organisasi. Nilainya adalah menyediakan panduan berbasis bukti bagi praktisi dan pembuat kebijakan, serta mengidentifikasi arah penelitian masa depan mengenai model monetisasi berkelanjutan dan implikasi etis dari teknologi baru.

Kata Kunci: Penyiaran Digital, Komunikasi Publik, Media Layanan Publik, Konvergensi Media, Keterlibatan Audiens

I. PENDAHULUAN

Konvergensi teknologi penyiaran digital, yang didorong oleh platform *Over-the-Top* (OTT) dan *live streaming*, memicu revolusi dalam industri media global. Transformasi ini secara fundamental mengubah cara konten didistribusikan dan dikonsumsi, serta menggeser audiens dari pasif menjadi partisipan aktif, sehingga memaksa setiap lembaga penyiaran untuk merumuskan ulang strategi mereka agar tetap relevan (Kalorth, 2024).

Literatur akademis telah banyak mendokumentasikan aspek-aspek transformasi ini, termasuk disrupsi model bisnis oleh OTT, perubahan budaya kerja akibat konvergensi ruang redaksi, dan penerapan teknologi baru seperti Kecerdasan Buatan (AI) untuk personalisasi konten serta *live streaming* untuk meningkatkan keterlibatan audiens (Doyle, 2020; Tian & Frank, 2024).

Beberapa tinjauan literatur sebelumnya telah mengkaji aspek spesifik dari transformasi media digital. Misalnya, Fieiras-Ceide, Vaz-Álvarez, & Túnuez-López (2023) berfokus pada personalisasi algoritmik di Media Layanan Publik Eropa, sementara Kalorth (2024) menyoroti implikasi OTT terhadap produksi dan konsumsi media. Namun, kajian-kajian tersebut cenderung bersifat tematik-terbatas dan belum mengintegrasikan secara holistik tiga dimensi kunci transformasi, yaitu teknologi, strategi komunikasi, dan organisasi, khususnya dalam konteks Media Layanan Publik (PSM) di tengah disrupsi digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian ini menawarkan sintesis komprehensif yang secara simultan menghubungkan inovasi teknologi (OTT, AI, XR), adaptasi strategi komunikasi publik (partisipatif, dialogis, multiplatform), dan transformasi organisasional (konvergensi ruang redaksi, multi-skilling), yang belum dilakukan secara terintegrasi dalam tinjauan sebelumnya. Kedua, penelitian ini secara khusus menyoroti dilema unik yang dihadapi PSM, keharusan berinovasi secara kompetitif di ranah digital sambil

tetap memegang teguh mandat layanan publik, sebuah persimpangan yang masih kurang mendapat perhatian dalam literatur sintesis. Ketiga, penelitian ini mengembangkan model konseptual integratif yang memetakan interaksi dinamis antara ketiga dimensi tersebut, memberikan kerangka analitis baru bagi akademisi dan panduan strategis berbasis bukti bagi praktisi serta pembuat kebijakan.

Namun, terdapat kesenjangan dalam literatur yang menyintesis temuan-temuan ini secara holistik, khususnya dalam konteks Media Layanan Publik (PSM). Problematika utama yang belum terpetakan secara utuh adalah dilema yang dihadapi PSM, yaitu keharusan untuk berinovasi secara kompetitif di ranah digital sambil tetap memegang teguh mandat layanan publiknya (Direito-Rebollal & Donders, 2022).

Oleh karena itu, tujuan Tinjauan Literatur Sistematis (SLR) ini adalah untuk memetakan dan menyintesis lanskap penelitian mengenai perpotongan antara transformasi penyiaran digital dengan strategi komunikasi publik. Ruang lingkup analisis mencakup tema-tema kunci seperti evolusi ekosistem digital, adaptasi strategi konten dan keterlibatan audiens, serta tantangan konvergensi organisasional.

Signifikansi penelitian ini terletak pada kontribusinya yang bersifat multidimensional, yaitu menyediakan sintesis komprehensif bagi akademisi, menawarkan kerangka kerja strategis berbasis bukti bagi praktisi media, dan memberikan wawasan mendalam bagi pembuat kebijakan untuk mengembangkan regulasi yang adaptif di era digital (Kumar & Kamau, 2023).

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Tinjauan Literatur Sistematis (Systematic Literature Review - SLR). Metode ini dipilih untuk memastikan proses tinjauan yang transparan, dapat

direplikasi, dan komprehensif, dengan mengikuti pedoman PRISMA 2020 (Page et al., 2021).

A. Kriteria Seleksi

Studi yang ditinjau adalah artikel jurnal peer-reviewed berbahasa Inggris yang dipublikasikan antara 2015-2025. Kriteria inklusi utama adalah studi harus membahas perpotongan antara teknologi penyiaran digital (seperti OTT, *live streaming*, atau AI) dengan strategi komunikasi publik, manajemen media, atau keterlibatan audiens. Studi yang murni teknis, berjenis opini (*commentary/editorial*), atau tidak dapat diakses secara penuh dieksklusi dari tinjauan ini.

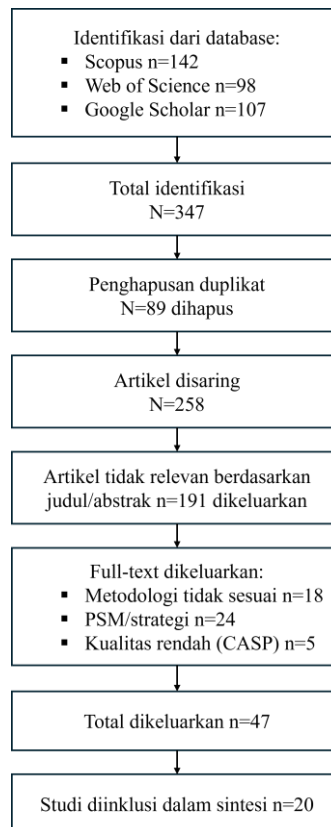
B. Identifikasi Studi

Identifikasi studi dilakukan melalui pencarian sistematis pada tiga basis data elektronik utama: Scopus, Web of Science, dan Google Scholar. Pemilihan ketiga basis data ini didasarkan pada cakupannya yang komprehensif dalam bidang komunikasi, media, dan manajemen, serta kemampuannya untuk menjangkau literatur akademis yang terindeks secara internasional (Scopus dan Web of Science) sekaligus melengkapi dengan literatur yang lebih beragam melalui Google Scholar. Strategi pencarian menggunakan kombinasi kata kunci Boolean yang telah dirancang untuk memaksimalkan cakupan literatur yang relevan: ("*digital broadcasting*" OR "*OTT*" OR "*live streaming*" OR "*media convergence*") AND ("*public communication*" OR "*public service media*" OR "*audience engagement*") AND ("*strategy*" OR "*adaptation*" OR "*transformation*").

Proses seleksi dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama yaitu screening judul dan abstrak. Pada tahap ini seluruh hasil pencarian dari ketiga database disaring berdasarkan judul dan abstrak oleh dua peneliti secara independen. Tahap Kedua adalah evaluasi teks lengkap. Pada tahap ini artikel yang lolos tahap

pertama dievaluasi teks lengkapnya untuk memastikan pemenuhan semua kriteria inklusi. Alasan eksklusi didokumentasikan secara sistematis.

Proses seleksi studi mengikuti diagram alir PRISMA 2020 sebagaimana disajikan pada Gambar 1. Dari total 347 artikel yang teridentifikasi, setelah penghapusan duplikat (n=89), penyaringan judul dan abstrak (n=258), serta evaluasi teks lengkap (n=67), diperoleh 20 studi yang memenuhi kriteria inklusi. Jumlah ini sejalan dengan studi SLR serupa di bidang komunikasi dan media yang umumnya memiliki rentang 15-40 artikel (lihat misalnya Fieiras-Ceide et al., 2023; Kumar & Kamau, 2023). Keterbatasan jumlah studi ini mencerminkan spesifisitas topik yang mengintegrasikan tiga dimensi (teknologi, strategi, organisasi) sekaligus fokus pada PSM, yang memang merupakan area penelitian yang masih berkembang.



Gambar 1 Diagram Alir PRISMA 2020 untuk Identifikasi, Screening, dan Inklusi Studi.

C. Quality Appraisal

Kualitas metodologis dari setiap studi yang diinklusi dinilai menggunakan Critical Appraisal Skills Programme (CASP) checklist yang diadaptasi untuk studi kualitatif dan *mixed-methods* di bidang media dan komunikasi (Long & Godfrey, 2004). Penilaian mencakup: (a) kejelasan tujuan penelitian, (b) ketepatan metodologi, (c) desain penelitian, (d) strategi pengumpulan data, (e) analisis data, (f) pertimbangan etis, dan (g) kejelasan pernyataan temuan. Setiap studi diberi skor kualitas (Tinggi/Sedang/Rendah). Hanya studi dengan kualitas Tinggi dan Sedang yang dipertahankan; studi dengan kualitas Rendah

dieksklusi. Dari 67 artikel yang dievaluasi teks lengkap, 20 artikel dinyatakan memenuhi kriteria kualitas dan inklusi.

C. Ekstraksi Data

Data diekstraksi dari setiap studi yang diinklusi menggunakan formulir standar yang dirancang khusus untuk tinjauan ini. Informasi yang diekstraksi mencakup: (a) detail bibliografi (penulis, tahun, judul), (b) tujuan dan pertanyaan penelitian, (c) desain metodologi, (d) konteks geografis dan tipe media yang diteliti, (e) temuan utama yang relevan, (f) kesimpulan, dan (g) keterbatasan yang diidentifikasi oleh penulis. Proses ekstraksi dilakukan oleh satu peneliti dan diverifikasi oleh peneliti kedua untuk memastikan akurasi dan konsistensi data.

Tabel 1 Ringkasan Karakteristik Studi yang Diinklusi

No	Penulis (Tahun)	Tujuan Studi	Temuan Utama
1	Kalorth (2024)	Mengkaji implikasi OTT terhadap produksi dan konsumsi media	OTT mendisrupsi model bisnis tradisional dan menggeser audiens dari pasif ke aktif
2	Wymer (2024)	Menganalisis dampak streaming pada industri media	Streaming mengubah distribusi konten dan model bisnis media
3	Papathanasopoulos & Stavrianea (2024)	Mengeksplorasi evolusi layanan subscription di Yunani	Transisi dari TV satelit ke OTT mengubah pola konsumsi audiens
4	Sağlam & Kirçova (2024)	Mengkaji dampak OTT pada periklanan dan pemasaran	OTT memungkinkan personalisasi berbasis data dan hubungan audiens langsung
5	Pierson & Bauwens (2015)	Memperkenalkan konsep penyiaran digital	Konvergensi media mengubah ekosistem penyiaran secara fundamental
6	Bodó (2019)	Mengkaji personalisasi algoritmik berita	Munculnya logika personalisasi berita berbasis algoritma

7	Fieiras-Ceide et al. (2023)	Mendesain personalisasi di PSM Eropa	Pengembangan "algoritma layanan publik" untuk PSM
8	Hernández & García (2024)	Mengkaji inovasi dan adaptasi TV publik Eropa	Transisi dari linear ke OTT menghadapi tantangan strategis
9	Bartolomé (2023)	Menganalisis strategi multiplatform TV Basque	Strategi menjangkau audiens baru di tengah tantangan bahasa minoritas
10	Penaherrera-Pulla et al. (2022)	Mengkaji KQI untuk layanan VR	Integrasi teknologi imersif membutuhkan infrastruktur jaringan yang mumpuni
11	Ceide, Ruiz, & Verdú (2024)	Mengkaji prioritas inovasi di platform OTT	Teknologi imersif (XR) menjadi garda terdepan inovasi
12	Valerii & Dubois (2021)	Menganalisis algoritma PSM dan nilai publik	Algoritma PSM harus menyeimbangkan engagement dengan nilai publik
13	Etike (2020)	Mengkaji transformasi digital dalam PR	Model komunikasi partisipatif menjadi keniscayaan di era digital
14	Santoso (2023)	Mengkaji keterlibatan generasi muda di PSM Indonesia	Fitur interaktif dan multimedia penting untuk menjangkau audiens muda
15	Stiekolshchikova et al. (2024)	Mengkaji pendekatan modern dalam jurnalisme digital	Peran multimedia dan interaksi audiens dalam jurnalisme kontemporer
16	Chen, Ramasamy, & She (2024)	Mengkaji DHT dalam live streaming	Digital Human Technology menawarkan pengalaman interaktif baru
17	Yan, Tang, & Liu (2024)	Mengkaji efek virtual streamer pada purchase intention	Virtual streamer dapat menjadi alternatif human streamer
18	Jensen et al. (2015)	Mengkaji efek second screen pada brand awareness	Dual coding theory menjelaskan engagement multiscreen

19	Heo, Kim, & Yan (2020)	Mengkaji strategi live streamer dan modal sosial	Keberhasilan streaming bergantung pada modal sosial dan kepercayaan
20	Kim, Liu, & Chang (2022)	Mengkaji hubungan trans-parasosial di live streaming	Hubungan parasosial mempengaruhi stickiness dan purchase intention

III. PEMBAHASAN

A. Hasil

Proses Coding dan Thematic Development

Analisis tematik dilakukan mengikuti prosedur sistematis yang diadaptasi dari Braun & Clarke (2006) dan sekarang diperluas dengan pendekatan sintesis tematik dari Thomas & Harden (2008). Proses ini melibatkan tiga tahap utama. Tahap pertama adalah coding awal. Pada tahap ini seluruh teks dari 20 artikel yang diinklusi dibaca berulang kali oleh dua peneliti secara independen. Kode-kode awal dihasilkan dari unit-unit teks yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Sebagai contoh, kode "personalization algorithms" dihasilkan dari studi Bodó (2019) dan Fieiras-Ceide et al. (2023), "multi-platform distribution" dari Kalorth (2024) dan Pierson & Bauwens (2015), serta "audience participation" dari Etike (2020) dan Santoso (2023). Total 47 kode awal berhasil diidentifikasi.

Tahap kedua adalah pengelompokan kode ke tema potensial (*Axial Coding*). Pada tahap ini kode-kode awal dikelompokkan berdasarkan kemiripan konseptual menjadi tema-tema potensial. Misalnya, kode "personalization algorithms," "AI-driven content curation," dan "algorithmic news personalization" dikelompokkan ke dalam tema "Adopsi Teknologi untuk Personalisasi." Proses ini melibatkan diskusi antara dua peneliti untuk mencapai konsensus.

Tahap ketiga adalah penajaman dan definisi tema (*Selective Coding*). Pada tahap ini tema-tema potensial ditinjau

kembali, digabungkan jika tumpang tindih, atau dipisahkan jika terlalu luas, untuk menghasilkan tema-tema final yang koheren dan mencerminkan keseluruhan data. Proses ini menghasilkan enam tema utama yang menggambarkan lanskap transformasi penyiaran digital dalam strategi komunikasi publik, seperti disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Proses Pengembangan Tema dari Kode-kode Awal

Tema Utama	Kode-kode Awal	Studi Sumber
Evolusi Penyiaran ke Ekosistem OTT	<ul style="list-style-type: none"> • Multi-platform distribution • OTT disruption of business models • Shift from linear to on-demand • Digital ecosystem fragmentation 	Kalorth (2024); Wymer (2024); Papathanasopoulos & Stavrianea (2024); Sağlam & Kirçova (2024); Pierson & Bauwens (2015)
Adopsi Teknologi Personalisasi dan AI	<ul style="list-style-type: none"> • Algorithmic news personalization • Public service algorithms • AI-driven content curation • Data-based audience targeting 	Bodó (2019); Fieiras-Ceide et al. (2023); Valerii & Dubois (2021)
Transformasi Komunikasi ke Model Partisipatif	<ul style="list-style-type: none"> • Audience as active participants • Dialogical communication models • Interactive features • Multi-platform engagement 	Etike (2020); Santoso (2023); Stiekolshchikova et al. (2024); Heo et al. (2020); Kim et al. (2022)
Eksplorasi Teknologi Imersif	<ul style="list-style-type: none"> • Extended Reality (XR) • 360-video • Digital Human Technology • Volumetric video 	Penaherrera-Pulla et al. (2022); Ceide et al. (2024); Chen et al. (2024); Yan et al. (2024)
Konvergensi Organisasional dan Restrukturisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Newsroom convergence • Multi-skilling • Organizational restructuring • Integrated workflows 	Hernández & García (2024); Bartolomé (2023); Doyle (2020); Molina & Badenes (2012); Müller & Baumann (2020)

Tantangan Regulasi dan Keberlanjutan	<ul style="list-style-type: none">• Regulatory frameworks• Funding sustainability• Spectrum allocation• Public value vs. commercial pressures	Gadringer et al. (2019); Choi (2018); Direito-Rebollal & Donders (2022); Punchihewa (2015)
--------------------------------------	--	--

Evolusi Penyiaran Menuju Ekosistem Digital Multiplatform

Evolusi penyiaran digital ditandai oleh pergeseran fundamental dari model linier ke ekosistem multiplatform yang kompleks, didorong oleh disrupsi layanan OTT dan *streaming* (Kalorth, 2024; Wymer, 2024). Transformasi ini tidak hanya mengubah cara konten didistribusikan, tetapi juga merombak model bisnis menuju personalisasi berbasis data dan hubungan audiens secara langsung, yang ditopang oleh konvergensi media (Papathanasopoulos & Stavrianea, 2024; Sağlam & Kirçova, 2024; Pierson & Bauwens, 2015). Dalam arena kompetitif ini, PSM beradaptasi dengan mengembangkan "algoritma layanan publik" yang memprioritaskan loyalitas jangka panjang dan nilai editorial di atas keterlibatan komersial jangka pendek (Bodó, 2019; Fieiras-Ceide, Vaz-Álvarez, & Tüñez-López, 2023). Meskipun demikian, inovasi ini masih dihambat oleh tantangan strategis internal seperti ketergantungan pada model konten "tayang ulang" dan kesulitan menjangkau audiens muda, yang direspons melalui restrukturisasi organisasi (Hernández & García, 2024; Bartolomé, 2023). Garda terdepan dari evolusi ini kini mengarah pada integrasi teknologi imersif seperti *Extended Reality* (XR) dan video volumetrik, yang menjanjikan era baru pengalaman media yang lebih interaktif dan mendalam (Penaherrera-Pulla et al., 2022; Ceide, Ruiz, & Verdú, 2024).

Adaptasi Strategis Media Layanan Publik (PSM)

Media Layanan Publik (PSM) menghadapi tantangan ganda di era digital, berinovasi untuk bersaing dengan platform

komersial sambil tetap memegang teguh mandat layanan publik. Sebagai respons, mereka mengembangkan "algoritma layanan publik" yang memprioritaskan loyalitas dan keberagaman di atas keterlibatan jangka pendek, serta mengadopsi model komunikasi dialogis dan partisipatif (Valerii & Dubois, 2021; Etike, 2020; Santoso, 2023). Untuk menjangkau audiens muda, PSM mengimplementasikan fitur interaktif dan multimedia pada platform on-demand, bahkan mengeksplorasi teknologi canggih seperti *Digital Human Technology* (DHT) (Stiekolshchikova et al., 2024; Chen, Ramasamy, & She, 2024; Yan, Tang, & Liu, 2024). Pada akhirnya, keberhasilan adaptasi strategis ini tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi, tetapi juga pada kemampuan untuk membangun modal sosial dan kepercayaan yang sejalan dengan nilai-nilai layanan publik (Jensen, Walsh, Cobbs, & Turner, 2015; Heo, Kim, & Yan, 2020; Kim, Liu, & Chang, 2022).

B. Diskusi

Bagian ini membahas implikasi dari temuan-temuan utama, mengevaluasi keandalan dan keteraplikasiannya, serta membandingkannya dengan literatur yang lebih luas untuk merumuskan rekomendasi bagi praktisi, pembuat kebijakan, dan arah penelitian di masa depan. Berbeda dengan bagian Hasil yang menyajikan temuan secara deskriptif, bagian Diskusi ini menginterpretasikan temuan secara kritis, membandingkan antar studi, dan mengembangkan model konseptual integratif.

Ringkasan Hasil Utama dan Perbandingan Antar Studi

Tinjauan literatur sistematis ini mengonfirmasi bahwa industri penyiaran, khususnya media layanan publik, berada di tengah-tengah persimpangan transformatif yang didorong oleh inovasi teknologi dan perubahan ekspektasi audiens. Hasil utama

menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari model siaran linier ke ekosistem digital yang terfragmentasi, didominasi oleh layanan OTT dan live streaming.

Perbandingan Tematik Antar Studi

Evolusi OTT vs. Adaptasi PSM. Menarik untuk dicatat bahwa sementara studi Kalorth (2024) dan Wymer (2024) menggambarkan OTT sebagai kekuatan disruptif yang fundamental, studi yang berfokus pada PSM (Hernández & García, 2024; Bartolomé, 2023) menunjukkan bahwa respons PSM terhadap disrupsi ini cenderung bersifat reaktif-inkremental daripada proaktif-transformatif. Perbedaan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kecepatan inovasi teknologi dan kecepatan adaptasi organisasional, sebuah temuan yang sejalan dengan argumentasi Direito-Rebollal & Donders (2022) tentang "institutional inertia" di organisasi PSM.

AI dan Personalisasi. Studi Bodó (2019) dan Fieiras-Ceide et al. (2023) secara konsisten menunjukkan bahwa PSM Eropa mengadopsi personalisasi algoritmik, tetapi dengan pendekatan yang berbeda secara fundamental dari platform komersial. Sementara platform komersial (Sağlam & Kirçova, 2024) menggunakan algoritma untuk memaksimalkan engagement dan pendapatan iklan, PSM mengembangkan apa yang Valerii & Dubois (2021) sebut sebagai "public service algorithms" yang memprioritaskan keberagaman konten dan nilai editorial. Namun, studi-studi ini juga mengungkapkan tensi yang belum terpecahkan antara tuntutan personalisasi (yang bersifat individual) dan mandat layanan publik (yang bersifat universal). Temuan ini menunjukkan bahwa personalisasi di PSM bukanlah solusi teknologi murni, melainkan masalah kebijakan dan etika yang memerlukan deliberasi publik.

Model Komunikasi Partisipatif. Studi dari berbagai konteks geografis (Etike, 2020 di Turki; Santoso, 2023 di Indonesia;

Stiekolshchykova et al., 2024 di Ukraina) menunjukkan konsistensi bahwa model komunikasi satu arah sudah tidak relevan. Namun, terdapat variasi dalam tingkat implementasi partisipasi. Studi Jensen et al. (2015) di AS dan Heo et al. (2020) di Korea Selatan menunjukkan bahwa partisipasi audiens melalui second screen dan live streaming dapat menciptakan modal sosial yang signifikan. Namun, studi Bartolomé (2023) di Spanyol mengingatkan bahwa partisipasi tidak otomatis terjadi hanya dengan menyediakan platform, diperlukan strategi kuratorial dan moderasi yang aktif untuk mencegah polarisasi dan memastikan kualitas diskusi publik.

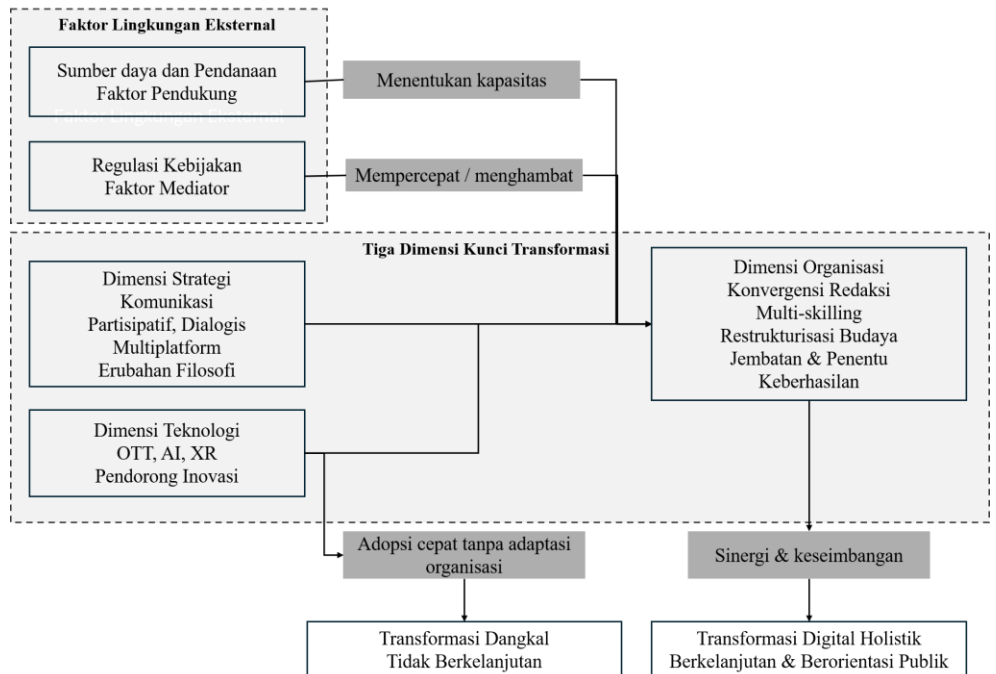
Teknologi Imersif. Studi tentang XR, 360-video, dan DHT (Penaherrera-Pulla et al., 2022; Chen et al., 2024; Yan et al., 2024) menunjukkan bahwa teknologi ini masih dalam tahap eksplorasi dan belum terintegrasi secara luas dalam strategi PSM. Ceide et al. (2024) mencatat bahwa meskipun potensi teknologi imersif besar, adopsinya terhambat oleh biaya produksi tinggi dan infrastruktur jaringan yang belum memadai. Hal ini menunjukkan bahwa kesenjangan digital antara PSM di negara maju dan berkembang (seperti Indonesia) mungkin semakin melebar seiring dengan kompleksitas teknologi baru.

Konvergensi Organisasional. Studi Molina & Badenes (2012) dan Müller & Baumann (2020) secara konsisten menemukan bahwa konvergensi ruang redaksi menghadapi hambatan budaya yang signifikan, termasuk resistensi terhadap perubahan, ketakutan akan redundansi pekerjaan, dan kesulitan mengembangkan multi-skilling di kalangan jurnalis. Hernández & García (2024) menambahkan bahwa restrukturisasi organisasi sering kali terhambat oleh struktur birokrasi yang kaku di PSM. Ini mengindikasikan bahwa transformasi digital bukan hanya masalah teknologi, tetapi lebih merupakan masalah perubahan budaya organisasi, sebuah temuan yang sering diabaikan dalam literatur yang berfokus pada inovasi teknologi.

Regulasi dan Keberlanjutan. Studi Gadringer et al. (2019) di Austria dan Choi (2018) di Korea Selatan menyoroti bahwa kerangka regulasi yang ada masih didesain untuk era penyiaran linier dan belum adaptif terhadap ekosistem digital. Pergeseran dari alokasi spektrum untuk broadcasting ke broadband (Gadringer et al., 2019) menimbulkan pertanyaan tentang keberlanjutan pendanaan PSM di masa depan. Fieiras-Ceide et al. (2023) dan Valerii & Dubois (2021) menekankan bahwa PSM membutuhkan model pendanaan baru yang tidak hanya bergantung pada lisensi publik atau iklan, tetapi juga eksplorasi model hibrida yang berkelanjutan.

Sintesis Model dan Rekomendasi Riset Lanjutan

Kontribusi teoretis utama tinjauan ini adalah model konseptual tiga dimensi (teknologi, strategi komunikasi, dan organisasi) yang menegaskan bahwa kapasitas organisasi, melalui konvergensi ruang redaksi dan pengembangan multi-skilling, berperan sebagai variabel kunci penentu keberhasilan transformasi, di mana adopsi teknologi yang pesat tanpa diiringi perubahan budaya dan struktural akan menghasilkan dampak yang dangkal dan tidak berkelanjutan. Di sisi lain, tinjauan ini juga mengidentifikasi sejumlah kesenjangan penelitian yang mendesak untuk diisi, khususnya terbatasnya kajian di kawasan Global South, minimnya eksplorasi model monetisasi berkelanjutan bagi PSM, serta belum terpetakannya implikasi etis dari kecerdasan buatan dan teknologi imersif seperti Extended Reality (XR) dan Digital Human Technology (DHT) yang mencakup isu privasi data, misinformasi, dan dampak psikologis pada audiens. Dengan demikian, penelitian ke depan tidak hanya perlu memperluas cakupan geografis dan metodologis, tetapi juga mengkaji secara kritis bagaimana PSM dapat menyeimbangkan inovasi teknologi dengan nilai-nilai layanan publik, keberlanjutan finansial, dan tanggung jawab etis di era digital yang semakin kompleks.



Gambar 1 Model Adaptasi Digital Media Layanan Publik

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Tinjauan literatur sistematis ini menyimpulkan bahwa transformasi media penyiaran digital merupakan pergeseran paradigma fundamental yang menuntut adaptasi holistik dari seluruh pemangku kepentingan. Keberhasilan navigasi dalam ekosistem media baru ini bergantung pada kemampuan organisasi untuk secara sinergis mengintegrasikan inovasi teknologi, strategi komunikasi yang partisipatif, dan restrukturisasi internal yang gesit. Pada akhirnya, membangun model yang kohesif, adaptif, dan sepenuhnya berpusat pada audiens merupakan tantangan sentral

yang akan mendefinisikan masa depan komunikasi publik di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bartolomé, A. M. (2023). Multiplatform strategies of Euskal Irrati Telebista [Basque Radio Television] aimed at new audiences: The challenges of public television in a minority language. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 68, 157-175. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3503>
- Bodó, B. (2019). Selling news to audiences—a qualitative inquiry into the emerging logics of algorithmic news personalization in European quality news media. *Digital Journalism*, 7(8), 1054-1075. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1624185>
- Ceide, C. F., Ruiz, M. J. U., & Verdú, F. J. M. (2024). Transformando la experiencia de usuario en televisión en streaming: prioridades de innovación y tecnología en plataformas OTT. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 30(4), 713-726. <https://doi.org/10.5209/emp.96367>
- Chen, X., Ramasamy, S. S., & She, B. (2024). Digital human technology in the application of live streaming in social media. *Radioelectronic and Computer Systems*, 4(112), 34-45. <https://doi.org/10.32620/reks.2024.4.03>
- Choi, H. (2018). Broadcasting and telecommunications industries in the convergence age: Toward a sustainable public-centric public interest. *Sustainability*, 10(2), 544. <https://doi.org/10.3390/su10020544>
- Direito-Rebollal, S., & Donders, K. (2022). Public service media as drivers of innovation: A case study analysis of policies and strategies in Spain, Ireland, and Belgium. *Communications*, 48(1), 43-67. <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0003>
- Doyle, G. (2020). Convergence. In *Management and Economics of Communication* (pp. 151-168). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110589542-008>
- Etike, S. (2020). Digital transformation in public relations. In *Handbook of Research on New Media Applications in Public*

Relations and Advertising (pp. 234-247). IGI Global.
<https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3201-0.ch014>

- Fieiras-Ceide, C., Vaz-Álvarez, M., & Túnuez-López, M. (2023). Designing personalisation of European public service media (PSM): Trends on algorithms and artificial intelligence for content distribution. *Profesional de la Información*, 32(3), e320311. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.11>
- Gadringer, S., Guix, R. P., & Trappel, J. (2019). Spectrum allocation, media policy and the key stakeholders' understanding of digitalization in Austria: A shift in the regulatory preferences from broadcasting to broadband. *Journal of Digital Media & Policy*, 10(2), 163-181. https://doi.org/10.1386/jdmp.10.2.163_1
- Hernández, D. E., & García, M. R. (2024). Innovación y adaptación de las televisiones públicas europeas: de la emisión lineal a las plataformas OTT. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 30(4), 687-702. <https://doi.org/10.5209/emp.98216>
- Heo, J., Kim, Y., & Yan, J. (2020). Sustainability of live video streamer's strategies: Live streaming video platform and audience's social capital in South Korea. *Sustainability*, 12(5), 1969. <https://doi.org/10.3390/su12051969>
- Jensen, J. A., Walsh, P., Cobbs, J., & Turner, B. A. (2015). The effects of second screen use on sponsor brand awareness: A dual coding theory perspective. *Journal of Consumer Marketing*, 32(2), 71-84. <https://doi.org/10.1108/jcm-02-2014-0861>
- Kalorth, N. (Ed.). (2024). The rise of over-the-top (OTT) media and implications for media consumption and production. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-9551-3>
- Kim, J., Liu, J.-T., & Chang, S. R. (2022). Trans-parasocial relation between influencers and viewers on live streaming platforms: How does it affect viewer stickiness and purchase intention? *Asia Marketing Journal*, 24(2), 39-50. <https://doi.org/10.53728/2765-6500.1587>
- Kumar, R., & Kamau, S. (2023). Exploring the impact of public policy on media governance and societal dynamics: A

multidisciplinary approach. *Journal of Knowledge and Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.61963/jkt.v1i2.34>

- Molina, S. G., & Badenes, S. O. (2012). The journalistic multiskilling of the professionals in social networks. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 18(SPEC. OCTOBER), 455-463. <https://doi.org/10.5209/rev-ESMP.2012.v18.41000>
- Müller, H., & Baumann, P. (2020). The integrated newsroom: Organizational and cultural challenges in public service broadcasting. *Journalism Studies*, 21(10), 1340-1358. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1789012>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Papathanasopoulos, A., & Stavrianea, A. (2024). The evolution of subscription services in Greece: From satellite TV to over-the-top (OTT) streaming models. In *Springer Proceedings in Business and Economics* (pp. 739-747). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-51038-0_80
- Penaherrera-Pulla, O. S., Baena, C., Fortes, S., Baena, E., & Barco, R. (2022). KQI assessment of VR services: A case study on 360-video over 4G and 5G. *IEEE Transactions on Network and Service Management*, 19(4), 5366-5382. <https://doi.org/10.1109/TNSM.2022.3192762>
- Pierson, J., & Bauwens, J. (2015). *Digital broadcasting: An introduction to new media*. Bloomsbury Publishing.
- Punchihewa, A. (2015). OTT for all media stakeholders. *ABU Technical Review*, 261, 10-11.
- Sağlam, M. H., & Kirçova, I. (2024). Impact of OTT media on advertising and marketing. In N. Kalorth (Ed.), *The rise of over-the-top (OTT) media and implications for media consumption and production* (pp. 76-94). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-0116-6.ch006>
- Santoso, B. (2023). Keterlibatan Generasi Muda pada Media Layanan Publik di Era Platform Digital: Studi Kasus di

Indonesia. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 112-128.
<https://doi.org/10.30996/jkn.v5i2.8765>

- Stiekolshchikova, V., Putsyata, I., Lavryk, O., Marukhovska-Kartunova, O., & Marukhovskiy, O. (2024). Modern approaches to journalism in the digital media era: The role of multimedia content and audience interaction. *Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias*, 3, 653.
<https://doi.org/10.56294/sctconf2024.653>
- Tian, Y., & Frank, B. (2024). Optimizing live streaming features to enhance customer immersion and engagement: A comparative study of live streaming genres in China. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 103974.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103974>
- Valerii, M., & Dubois, E. (2021). Navigating disruption: Public service media algorithms and the challenge of public value. *The International Journal of Press/Politics*, 26(4), 791-812.
<https://doi.org/10.1177/19401612211023456>
- Wymer, S. (2024). Streaming. In *Encyclopedia of Sport Management, Second Edition* (pp. 941-943). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781035317189.ch550>
- Yan, R., Tang, Z., & Liu, D. (2024). Can virtual streamers replace human streamers? The interactive effect of streamer type and product type on purchase intention. *Marketing Intelligence & Planning*. <https://doi.org/10.1108/mip-11-2023-0623>