

## ABSTRAK

Pada proses penyelenggaraan siaran radio, perlu adanya manajemen program siaran yang baik dan teratur. Manajemen program siaran pada stasiun radio saling berkaitan dalam perencanaan dan penyusunan suatu program yang akan disiarkan. Peneliti ingin mengetahui bagaimana proses strategi manajemen siaran yang diterapkan oleh PRO 2 RRI Yogyakarta dalam upaya untuk bersaing dengan radio lain. Teori *Niche*, Teori Komunikasi Pemasaran dan Teori Manajemen Siaran sebagai landasan dalam penelitian ini. Sebagai stasiun radio yang berstatus Lembaga Penyiaran Publik, PRO 2 RRI Yogyakarta mempunyai tanggung jawab sosial yang lebih besar dibandingkan dengan radio lain. Hal ini membuat PRO 2 RRI Yogyakarta tidak berorientasi pada materi, namun tujuan keberadaan PRO 2 RRI Yogyakarta lebih mengutamakan untuk melayani kepentingan masyarakat khususnya kaum muda sebagai segmentasinya. PRO 2 RRI Yogyakarta dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengemas program siaran yang dimilikinya agar dapat tetap eksis dan bersaing dengan radio lain yang ada di Yogyakarta. Hasil yang di peroleh peneliti yaitu strategi yang diterapkan PRO 2 RRI Yogyakarta saat ini adalah dengan membuka ruang publik seluas-luasnya kepada masyarakat, agar keberadaan PRO 2 RRI Yogyakarta lebih dirasakan dan program siaran yang dimiliki diminati oleh masyarakat. Evaluasi yang diberikan peneliti untuk PRO 2 RRI Yogyakarta yaitu peneliti melihat masih kurangnya publikasi program siaran yang dilakukan oleh PRO 2 RRI Yogyakarta. Jadi yang perlu PRO 2 RRI Yogyakarta saat ini lakukan adalah dengan banyak melakukan kegiatan di luar studio yang sifatnya menghibur dan mengedukasi, baik secara *on air* maupun *off air*.

Kata kunci : Strategi, Manajemen Siaran, Manajemen Radio, Komunikasi Pemasaran

## **ABSTRACT**

*To the process of radio broadcasts, there should have been program management good and regular. Management programs broadcast on radio stations interconnected in the planning and preparation of a program to be broadcast. Researchers want to know how the process of broadcast management strategies implemented by PRO 2 RRI Yogyakarta to to compete with other radio stations. Researchers used some theory for this research, that is Niche Theory, Marketing Communication Theory dan Radio Managements Theory. As an institution of public broadcasting, PRO 2 RRI has a more responsibility than other radio stations. This makes the PRO 2 RRI Yogyakarta is not oriented on the material, but the purpose of existence PRO 2 RRI Yogyakarta prefers to serve the interests of the public, especially young people as segmentations. PRO 2 RRI Yogyakarta required to be more creative and innovative in packaging its broadcast program in order to continue to exist and compete with other radios in Yogyakarta. The results obtained by researchers is the strategy adopted PRO 2 RRI Yogyakarta today is to open up public space as possible to the public, so that the presence of PRO 2 RRI Yogyakarta is perceived and broadcast programs that are owned by the public interest. Evaluation given by researchers is also see the lack of publication of the broadcast program conducted by PRO 2 RRI Yogyakarta. So, publications do PRO 2 RRI Yogyakarta is held many activities outside the studio that is both entertaining and fixed-value education, both of on air or off air.*

*Keywords: Strategy, Broadcasting Management, Radio Management, Marketing Communications.*