

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang pesat telah memperketat persaingan dalam media penyiaran dengan mendorongnya ke era digital. Penelitian ini mengidentifikasi strategi manajemen redaksi yang digunakan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta untuk mempertahankan audiensnya di tengah persaingan yang semakin ketat dari platform digital. Pertanyaan penelitian adalah bagaimana strategi-strategi yang diimplementasikan RRI Yogyakarta untuk mempertahankan eksistensi audiens. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi manajemen redaksi spesifik yang digunakan RRI Yogyakarta untuk menjaga eksistensi audiensnya. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan paradigma konstruktivis sosial. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Subjek utama penelitian ini meliputi pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi, dan anggota tim redaksi lainnya dari RRI Pro 1 Yogyakarta. Temuan penelitian menunjukkan bahwa RRI Yogyakarta menerapkan beberapa strategi untuk tetap kompetitif. Pertama, rapat redaksi strategis secara rutin dilakukan untuk mengevaluasi dan merencanakan konten yang sesuai dengan tren dan preferensi audiens. Kedua, analisis data yang komprehensif dilakukan untuk memahami pola perilaku dan kebutuhan audiens, memungkinkan penyusunan konten yang lebih relevan dan menarik. Ketiga, penyesuaian konten berdasarkan preferensi audiens, seperti meningkatkan interaksi melalui media sosial dan platform digital lainnya, untuk menjaga keterlibatan audiens. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan bahwa RRI Yogyakarta berhasil mempertahankan sebagian besar audiensnya melalui pendekatan adaptif ini, meskipun terdapat tren penurunan pendengar radio secara umum. Tantangan utama yang dihadapi mencakup dinamika kepemimpinan yang mempengaruhi pengambilan keputusan, tingkat independensi tenaga kerja dalam menyusun konten, menjaga objektivitas dalam pemberitaan, serta sikap kritis manajer berita terhadap kualitas dan relevansi konten.

***Kata Kunci: Strategi Manajemen Redaksi, RRI Yogyakarta, Eksistensi Audiens***

## **ABSTRACT**

*Rapid technological advances have tightened competition in broadcast media by pushing it into the digital era. This research identifies the editorial management strategies used by Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta to maintain its audience amidst increasingly fierce competition from digital platforms. The research question is what strategies does RRI Yogyakarta use to maintain the existence of its audience. The aim of this research is to identify the specific editorial management strategies used by RRI Yogyakarta to maintain the existence of its audience. This research uses a qualitative methodology with a social constructivist paradigm. Data collection was carried out through semi-structured interviews, observation and documentation. The main subjects of this research are the editor-in-chief, deputy editor-in-chief, and other members of the RRI Pro 1 Yogyakarta editorial team. Research findings show that RRI Yogyakarta implements several strategies to remain competitive. First, strategic editorial meetings are held regularly to evaluate and plan content in line with audience trends and preferences. Second, comprehensive data analysis is carried out to understand behavioral patterns and audience needs, thereby enabling the creation of more relevant and interesting content. Third, adjusting content based on audience preferences, such as increasing interaction via social media and other digital platforms, to maintain audience engagement. In addition, this research reveals that RRI Yogyakarta has succeeded in retaining the majority of its listeners through this adaptive approach, even though there is a general downward trend in the number of radio listeners. The main challenges faced include leadership dynamics that influence decision making, the level of independence of the workforce in compiling content, maintaining the objectivity of reporting, as well as the critical attitude of news managers towards the quality and relevance of content.*

**Keywords:** *Editorial Management Strategy, RRI Yogyakarta, Audience Existence*