

ABSTRAK

Perkembangan internet yang semakin pesat, membuat bertambahnya media online di Indonesia. Salah satunya adalah media online lokal baru di Yogyakarta yaitu Radar Malioboro. Hal ini menimbulkan sebuah persaingan antar media online. Sebagai media online baru Radar Malioboro harus cerdas dalam membuat dan mengolah strategi manajemennya untuk bersaing dengan kompetitor media lokal yang ada di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Manajemen Media Online Radar Malioboro Dalam Menghadapi Persaingan Media Lokal di Yogyakarta? Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif jenis deskriptif dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai alat pengumpulan data. Peneliti menggunakan teori POAC dari George R. Terry yang berisikan empat aspek yaitu Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling. Dari hasil temuan data, mulai dari aspek Planning strategi yang dilakukan Radar Malioboro dalam penentuan konten beritanya yaitu menyajikan berita yang bertema Evergreen. Pada tahap Organizing penyiapan sumber daya manusianya dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya yang sudah ada di Radar Jogja. Pada tahap Actuating Radar Malioboro melakukan pembuatan beritanya dengan cara kurasi dari berbagai sumber yang tersedia seperti media sosial, dan google. Dan yang terakhir tahap Controlling pengawasan kinerja karyawan di Radar Mallioboro dilakukan secara rutin melalui rapat mingguan. Dari empat aspek POAC tersebut merupakan poin penting dalam manajemen media yang berperan besar dalam mencapai keberhasilan atau kesuksesan media Radar Malioboro.

Kata Kunci : Manajemen, Strategi Manajemen, Media Lokal, Radar Malioboro

ABSTRACT

The rapid development of the internet has led to an increase in online media in Indonesia. One example is a new local online media in Yogyakarta called Radar Malioboro. This has resulted in competition among online media. As a new online media, Radar Malioboro must be smart in creating and managing its strategies to compete with existing local media competitors in Yogyakarta. This research was conducted to find out How Radar Malioboro's Media Management Strategy Faces Local Media Competition in Yogyakarta? The researcher used a descriptive qualitative research method by conducting interviews, observations, and documentation for data collection. The researcher used George R. Terry's POAC theory, which includes four aspects: Planning, Organizing, Actuating, and Controlling. From the research findings, starting from the Planning aspect, the strategy implemented by Radar Malioboro in determining its news content is to present Evergreen-themed news. In the Organizing stage, the preparation of human resources is done by utilizing existing resources at Radar Jogja. In the Actuating stage, Radar Malioboro creates its news through curation from various available sources, such as social media and Google. Finally, in the Controlling stage, employee performance at Radar Malioboro is monitored regularly through weekly meetings. These four aspects of POAC are essential points in media management that play a significant role in achieving the success of Radar Malioboro.

Keywords: Management, Management Strategy, Local Media, Radar Malioboro