

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada salah satu program yang ada di RRI Purwokerto, yaitu Warung Tarsun. Tujuan dari penelitian ini sendiri yaitu untuk menganalisis *relationship management* dengan pihak bintang tamu dan pemirsa dalam pelaksanaan program Warung Tarsun RRI Purwokerto. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana jenis datanya yaitu data primer dan sekunder serta triangulasi sumber menjadi metode yang digunakan untuk validitas datanya. Orang-orang yang dipilih untuk diwawancarai atau sebagai informan penelitian ini yaitu berdasarkan teknik *purposive sampling*, dan mereka adalah pengelola program, bintang tamu yang sering atau beberapa kali diundang, dan pendengar atau penonton setia Warung Tarsun. Sedangkan teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu melalui *interview*, observasi, dan dokumentasi. Usaha yang dilakukan untuk memanajemen hubungannya dengan pihak bintang tamu dan pemirsa dalam pelaksanaan program Warung Tarsun yaitu dengan berbagi informasi, melaksanakan kegiatan dialog ringan, dan menunjukkan antusiasme dalam hubungan. Pada ketiga usaha tersebut ditemukan lima dimensi dari teori *relationship management*, yaitu kepercayaan, keterbukaan, komunikasi dua arah, keterlibatan, dan investasi.

Kata Kunci: Manajemen Hubungan, Kepercayaan, Keterbukaan, Komunikasi Dua Arah, Keterlibatan, Investasi

ABSTRACT

This study focuses on one of the programs on RRI Purwokerto, namely Warung Tarsun. The purpose of this study is to analyze the relationship management with guest stars and viewers within the implementation of the Warung Tarsun RRI Purwokerto program. This study uses qualitative methods with the types of data are primary and secondary data, and source triangulation is used as a method of data validity. The people selected for interviewed or as informants for this study were based on purposive sampling techniques and they were program managers, guest stars who were invited frequently or several times, and loyal listeners or viewers of Warung Tarsun. The techniques used for data collection were interview, observation, and documentation. The actions taken to manage the relationship with guest stars and viewers within implementation of the Warung Tarsun RRI Purwokerto program are sharing informations, engaging in light dialogue, and showing enthusiasm in relationships. In these three actions, five dimensions of relationship management theory were identified, namely trust, openness, two-way communication, involvement, and investment.

Keywords: *Relationship Management, Trust, Openness, Two-Way Communication, Involvement, Investment*

