

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri media, khususnya radio, telah berkembang dengan drastis selama kurun beberapa tahun belakangan, terutama adanya adopsi teknologi digital yang memungkinkan penyiaran radio menjangkau audiens lebih luas melalui berbagai platform seperti *streaming*, *podcast*, dan aplikasi mobile (Prajarto, 2018 dalam Kustiawan, et al, 2025). Salah satu perusahaan radio nasional terkemuka yang berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran digitalisasi adalah Masima Radio Network (MRN).

Masima Radio Network dipilih sebagai tempat magang karena mewakili geliat pesatnya pertumbuhan industri radio digital di Indonesia. Jumlah pendengar radio melalui platform digital terus meningkat, dan Masima termasuk salah satu jaringan radio terbesar yang sukses merespons perubahan ini. Perusahaan ini dikenal aktif berinovasi, memperluas jangkauan audiens, serta memproduksi konten yang selaras dengan generasi muda yang sangat lekat dengan dunia digital. Strategi promosi dan pemasaran yang mereka jalankan menjadi elemen penting dan utama untuk bersaing di tengah kompetisi yang terus meningkat.

Alasan lainnya memilih Masima adalah karena keunggulan kompetitifnya dibandingkan jaringan radio lain di Indonesia. Selain punya konten yang kreatif dan program yang beragam, Masima juga mampu menggabungkan media tradisional dengan pendekatan digital secara efektif. Sebagai salah satu pemain utama di industri, Masima menawarkan banyak peluang belajar, khususnya dalam hal strategi pemasaran modern yang relevan dengan perkembangan radio digital saat ini.

Melalui program magang di bawah divisi Marketing dan Promosi Masima, penulis memiliki kesempatan untuk mengamati dan terlibat langsung dalam aktivitas pengelolaan iklan serta strategi *sales promotion*. Fokus utama kegiatan magang ini adalah memahami proses kerja tim promosi dalam mengelola iklan

klien, melakukan aktivasi brand, serta merancang strategi kolaboratif antara media dan pengiklan.

1.2 Maksud serta Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Maksud dari diadakannya masa *internship* guna memperoleh pengalaman praktis di dunia kerja, khususnya dalam bidang marketing media dan promosi. Secara khusus, magang ini bertujuan memahami peran penting marketing dalam memperkuat *brand image* dan meningkatkan *engagement audiens* radio.

Tujuan utama dari kerja magang ialah:

1. Memahami praktik kerja nyata dalam pengelolaan iklan di industri penyiaran radio baik secara on-air, off-air, maupun digital.
2. Mengikuti proses pelaksanaan program sales promotion di divisi marketing.
3. Meningkatkan keterampilan komunikasi, kerja tim, dan manajemen proyek dalam konteks kerja profesional.
4. Mengimplementasikan teori pemasaran dan komunikasi yang diperoleh di perkuliahan ke dalam praktik kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- A. Memulai kerja di Masina Radio Network pada 5 Februari 2025 dan berlangsung selama 6 bulan, dengan total durasi magang sebanyak seratus tiga puluh dua hari kerja. Selama periode magang ini, mahasiswa akan terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran dan promosi radio, mengikuti berbagai proyek yang berhubungan dengan pengembangan kampanye promosi dan kerjasama dengan klien, serta berpartisipasi dalam rapat tim untuk mendiskusikan strategi dan ide-ide baru untuk menarik audiens.

B. Prosedur pelaksanaan kerja magang mengikuti alur yang telah disepakati dengan pihak perusahaan, yang mencakup orientasi awal, penugasan dalam berbagai departemen terkait, serta evaluasi berkala untuk memastikan perkembangan kemampuan magang. Mahasiswa juga diharapkan untuk mengikuti prosedur dan etika kerja perusahaan, serta berkontribusi dengan ide-ide kreatif yang dapat mendukung tujuan promosi perusahaan.

