

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Logo Masima Radio Network merupakan identitas visual penting yang merepresentasikan pesan dan tujuan perusahaan. Logo ini menjadi lambang yang menyampaikan nilai-nilai kreatifitas dan inovasi yang diusung oleh Masima Radio Network sebagai jaringan radio yang ingin memperkaya kehidupan masyarakat melalui program-program hiburan dan informasi yang menarik. Secara interpretasi pribadi, filosofi dari logo ini menampilkan visual merah dengan dua lingkungan putih yang ada di dalamnya. Visual merah mencerminkan rasa semangat berinovasi serta berani serta dua garis lengkung putih dapat dimaknakan sebagai gelombang radio yang dapat menjangkau penyiaran secara luas.

Tentang Masima Radio Network



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Masima Radio Network
Sumber : Google, 2025

Masima Radio Network (MRN) adalah perusahaan penyiaran nasional MRN dikenal luas sebagai pelopor inovasi konten siaran radio di Indonesia, yang menggabungkan elemen hiburan, edukasi, dan *brand communication* dalam satu ekosistem media modern. Di bawah naungan MRN, terdapat beberapa stasiun radio ternama seperti Prambors, Delta FM, Bahana FM, dan FeMale Radio. Masing-masing stasiun memiliki karakteristik dan segmentasi audiens yang berbeda—Prambors menyasar anak muda dengan musik hits dan konten kekinian, Delta FM untuk pendengar dewasa dengan lagu-lagu santai, Bahana FM lebih informatif dan

inspirasi, sementara FeMale Radio menargetkan perempuan urban dengan topik gaya hidup dan keluarga.

Dalam pelaksanaan aktivitas magang, turut serta terlibat dalam beberapa aktivitas yang berhubungan dengan stasiun radio Prambors. Prambors merupakan singkatan dari nama-nama jalan di pertamanya yang berada di Menteng, yaitu: Prambanan, Mendut, Borobudur, dan Sekitarnya. Sementara itu, kata Rasisonia adalah akronim dari Radio Siaran Sosial Niaga, yaitu radio komersial yang tetap memiliki tanggung jawab sosial untuk memberikan edukasi dan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Prambors Radio lahir dari lima orang anak muda yang menjalankan radio buatannya, diantaranya Bambang Wahyudi, Imam Amir, Musrid Rustam, Malik Sjafei serta Tri tunggal. Prambors Radio merancang transmitter sederhana yang memutar lagu dari piring-piringan hitam. Di tahun 1970, prambors lahir membentuk sebuah badan hukum PT dan di tahun 80-an berubah menjadi PT Radio Prambors hingga saat ini (Dewi & Fachreza, 2023).



Gambar 2.2 Logo Perusahaan Prambors Radio

Sumber : Logopedia

Prambors hadirkan logo yang berupa wajah perempuan dengan rambut keriting serta bergambar vinyet. Pada umumnya dikenal dengan “Si Jabrik”. Filosofi logo tersebut terinspirasi dari salah satu sampul album music belanda yakni The Ekseption sehingga munculah ide membuat logo tersebut dengan dimodifikasi. Arti lain dari logo prambors ialah “Si Jabrik” yang mempunyai rambut keriting dengan mempresentasikan kegiatan Prambors terus berlanjut serta tumbuh tidak

terbatas. Visual mata yang tajam mempunyai arti fokus, optimis dan berpikir ke depan. Tulisan Prambors dengan warna hitam yang mengartikan menyajikan music, program serta info kepada pendengar serta latar belakang kuning dengan simbol muda juga kreatif (Kresnawan, 2012).

Selain Prambors dalam aktivitas magang penulis juga turut terlibat dalam beberapa aktivitas yang berhubungan dengan stasiun radio Delta FM. Delta FM menyasar pendengar dewasa usia 25–45 tahun dengan format siaran “Hits Terenak”. Meskipun 'Delta' tidak merupakan singkatan resmi, nama ini secara simbolis merujuk pada huruf Yunani “Δ (delta)” yang menggambarkan perubahan dan dinamika. Delta FM menyajikan lagu-lagu pop terbaik dari era 80-an, 90-an, hingga awal 2000-an serta menghadirkan siaran informatif dan bersahabat.



Gambar 2.3 Logo Perusahaan Delta FM

Sumber : Logopedia

Logo Delta FM menampilkan desain yang sederhana dan profesional, selaras dengan citra radio yang menyasar pendengar dewasa mapan. Umumnya, logo ini terdiri dari tulisan "Delta FM" dengan penggunaan warna biru atau abu-abu, yang merepresentasikan kesan tenang, terpercaya, dan modern. Sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan zaman, Masima tidak hanya mengandalkan siaran melalui frekuensi radio, tetapi juga aktif mengembangkan platform digital seperti *streaming online*, media sosial, *podcast*, hingga aplikasi *mobile*. Pendekatan *multi-platform* ini memungkinkan Masima menjangkau pendengar yang lebih luas dan membangun kedekatan yang lebih personal dengan audiens. Masima juga dikenal

kreatif dalam strategi pemasaran dan kampanye digitalnya, menjadikannya tetap relevan di tengah persaingan media yang ketat. Dengan lebih dari 2,9 juta pendengar yang menjangkau delapan pusat kota besar di Indonesia, Masima Radio Network membuktikan bahwa radio masih menjadi media yang kuat dan diminati, terutama jika dikelola secara profesional dan mampu beradaptasi dengan kebutuhan zaman.

2.1 Visi Misi Masima Radio Network

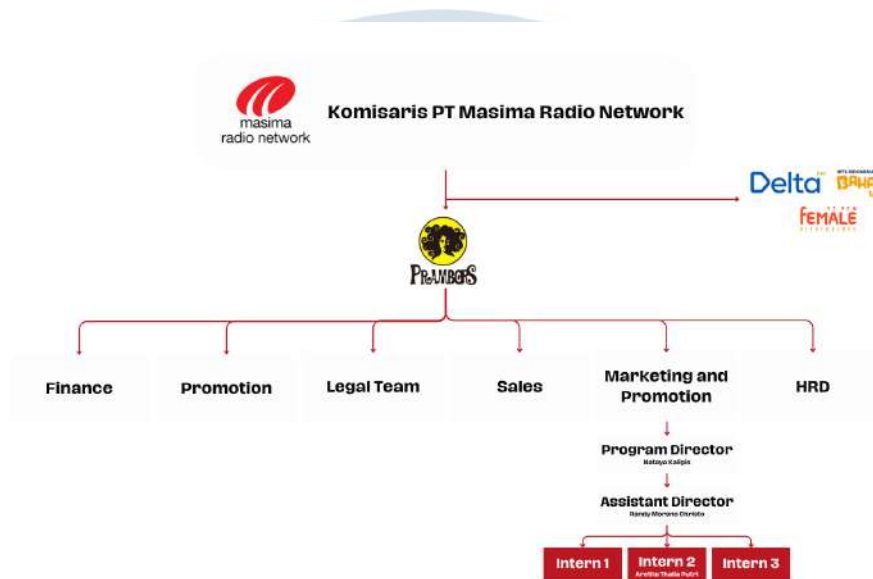
2.2.1 Visi

Menjadi jaringan radio terkemuka yang mampu memberikan konten hiburan, informasi, dan edukasi terbaik dengan mempergunakan teknologi digital agar menjangkau audiens lebih luas serta terhubung dengan dunia.

2.2.2 Misi

- a. Menyediakan konten berkualitas yang beragam untuk memenuhi kebutuhan pendengar dari berbagai segmen.
- b. Mengintegrasikan media tradisional dan digital untuk meningkatkan pengalaman pendengar.
- c. Berinovasi dalam pemasaran dan promosi untuk memperluas jangkauan audiens.
- d. Meningkatkan interaksi dengan audiens melalui berbagai platform digital dan sosial media.
- e. Menjadi platform penyiaran yang dapat dipercaya dan relevan dengan audiens muda yang terus berkembang.

2.2 Struktur Organisasi Masima Radio Network



Gambar 2.4 Struktur Organisasi

Masima Radio Network (MRN) memiliki struktur organisasi yang dirancang secara profesional untuk mendukung operasional perusahaan yang dinamis dan berbasis multi-platform. Struktur ini terdiri dari berbagai divisi strategis seperti divisi Finance, Promotion, Legal Team, Sales, Marketing and Promotion, dan HRD. Tiap divisi tersebut akan dipimpin oleh kepala departemen yang mempunyai tanggung jawab langsung pada manajemen pusat. Di tingkat tertinggi, MRN dipimpin oleh CEO yang bekerja sama melalui jajaran direktur untuk mengatur arah kebijakan perusahaan, pengembangan bisnis, dan inovasi teknologi dalam dunia penyiaran.

Dalam menjalankan operasionalnya, MRN juga memiliki tim kreatif dan teknis yang solid untuk memastikan setiap konten yang disajikan berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Setiap stasiun radio di bawah naungan MRN seperti Prambors, Delta FM, Bahana FM, dan FeMale Radio memiliki manajer program masing-masing yang bertugas mengatur jadwal siaran, memilih format acara, serta memastikan konsistensi identitas dan kualitas setiap brand radio. Dengan struktur organisasi yang terkoordinasi dengan baik ini, MRN mampu

merespons cepat perubahan tren media, serta terus tumbuh sebagai salah satu pemain utama dalam industri penyiaran dan media digital di Indonesia.

Kompetitor utama radio Prambors adalah Gen FM. Gen FM merupakan stasiun radio yang juga menargetkan audiens anak muda, dengan rentang usia pendengar antara 18-35 tahun, sedangkan Prambors menargetkan audiens usia 18-24 tahun. Gen FM dikenal sebagai radio yang fun, lokal, dan muda, serta memiliki program-program populer seperti "Salah Sambung" yang sangat disukai pendengar. Selain Gen FM, Prambors juga bersaing dengan berbagai radio swasta lain dan platform hiburan berbasis aplikasi musik seperti Spotify, JOOX, dan Soundcloud, yang menjadi alternatif hiburan bagi pendengar muda saat ini.

Unutuk menjaga eksistensinya, prambors senantiasa melakukan inovasi terus menerus serta menyesuaikan diri pada perkembangan teknologi juga tren di tengah persaingan yang sengit. Radio ini juga memiliki strategi mempertahankan komunitas pendengarnya melalui kuis dan program-program menarik yang sesuai dengan segmen pasar mereka. Singkatnya, Gen FM adalah kompetitor paling signifikan bagi Prambors di segmen radio anak muda di Indonesia, terutama di Jakarta, dengan persaingan yang juga melibatkan radio swasta lain dan platform digital musik

