

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam industri media massa. Peralihan pola konsumsi informasi masyarakat dari media cetak ke media digital menuntut perusahaan media untuk beradaptasi melalui pemanfaatan platform digital secara optimal. Media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membangun dan menjaga citra perusahaan di tengah persaingan industri media yang semakin ketat.

Jawa Pos Radar Malang sebagai salah satu perusahaan media regional memiliki peran penting dalam menyajikan informasi yang akurat, aktual, dan terpercaya bagi masyarakat. Selain menjalankan fungsi jurnalistik, Jawa Pos Radar Malang juga dituntut untuk membangun citra perusahaan yang positif agar tetap relevan dan dipercaya oleh audiens. Upaya tersebut dilakukan melalui pemanfaatan media digital, seperti website dan media sosial, yang menjadi saluran utama dalam menjangkau pembaca di era digital.

Di sisi lain, strategi *event marketing* juga menjadi salah satu pendekatan yang digunakan oleh Jawa Pos Radar Malang dalam memperkuat hubungan dengan masyarakat dan mitra kerja. Melalui penyelenggaraan berbagai kegiatan *event*, perusahaan tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga menciptakan interaksi langsung yang dapat meningkatkan kedekatan emosional dengan publik. *Event-event* yang bersifat edukatif dan partisipatif, seperti kegiatan yang melibatkan keluarga dan institusi pendidikan, turut berkontribusi dalam membangun citra perusahaan yang positif.

Pemanfaatan media digital dan *event marketing* akan memberikan hasil yang lebih optimal apabila keduanya dijalankan secara sinergis. Media digital berperan sebagai sarana publikasi dan komunikasi sebelum, selama, dan setelah pelaksanaan *event*, sedangkan *event marketing* memberikan konten aktual yang dapat meningkatkan engagement audiens pada *platform* digital. Sinergi antara kedua strategi tersebut menjadi faktor penting dalam menciptakan citra perusahaan yang

kuat, konsisten, dan berkelanjutan.

Program magang merupakan salah satu bentuk pembelajaran yang diwajibkan dalam kurikulum Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Jember sebagai upaya untuk mengintegrasikan teori yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan praktik kerja di dunia industri. Berdasarkan hal tersebut, kegiatan magang yang dilaksanakan di Jawa Pos Radar Malang menjadi sarana bagi mahasiswa untuk memahami secara langsung penerapan digital media dan *event marketing* dalam dunia kerja. Melalui keterlibatan dalam kegiatan produksi konten digital dan penyelenggaraan *event*, mahasiswa dapat menganalisis bagaimana sinergi antara media digital dan *event marketing* berperan dalam meningkatkan citra perusahaan Jawa Pos Radar Malang. Oleh karena itu, laporan magang ini disusun dengan judul “Sinergi Digital Media dan *Event marketing* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Jawa Pos Radar Malang.”

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Umum Magang

- a. Memberikan mahasiswa kajian untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru serta pengalaman baru melalui kegiatan di perusahaan atau industry yang menjadi tempat magang.
- b. Melatih mahasiswa untuk menyelesaikan berbagai jobdesk yang relevan dengan bidang keahliannya.
- c. Melatih mahasiswa untuk berpikir kritis dan menggunakan daya nalarnya dengan memberikan komentar atau pendapat yang rasional tentang kegiatan yang dilakukan dalam bentuk laporan kegiatan.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

- a. Mengetahui dan memahami penerapan media digital sebagai sarana komunikasi dan publikasi dalam membangun citra perusahaan Jawa Pos Radar Malang
- b. Mengidentifikasi proses perencanaan dan pelaksanaan *event marketing* yang dilakukan oleh Jawa Pos Radar Malang sebagai strategi peningkatan citra perusahaan.

- c. Menganalisis bentuk sinergi antara media digital dan *event marketing* dalam mendukung upaya peningkatan citra perusahaan Jawa Pos Radar Malang.
- d. Menerapkan pengetahuan dan keterampilan di bidang Bisnis Digital secara langsung melalui keterlibatan dalam kegiatan produksi konten digital dan pelaksanaan *event*.

1.2.3 Manfaat Magang

- a. Terlatih untuk melakukan pekerjaan lapangan dan memperoleh berbagai keterampilan yang sesuai dengan bidang keahliannya.
- b. Memberikan pengalaman kerja nyata dalam bidang media digital dan *event marketing* khususnya pada industri media massa.
- c. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan Bisnis Digital secara langsung di dunia kerja.

1.3 Lokasi dan Waktu

Lokasi tempat pelaksanaan kegiatan magang ini bertempat di Kantor PT. Jawa Pos Radar Malang di Jl. Kawi No. 11B, Bareng, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65119, Indonesia. Pada tanggal 4 Agustus 2025 sampai 4 Desember 2025 (522 jam).

1.4 Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan magang ini dilakukan melalui praktik kerja langsung di PT Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Malang). Mahasiswa terlibat secara langsung dalam aktivitas kerja yang berkaitan dengan media digital dan *event marketing*, dengan bimbingan dari pembimbing lapangan serta koordinasi dengan tim terkait. Kegiatan magang dilaksanakan sesuai dengan jadwal dan aturan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Pelaksanaan magang dilakukan dengan cara observasi dan partisipasi aktif dalam setiap kegiatan yang diberikan. Mahasiswa melakukan pengamatan terhadap proses kerja media digital, seperti produksi konten dan publikasi informasi, serta terlibat dalam pelaksanaan kegiatan *event marketing*. Melalui metode ini,

mahasiswa dapat memahami alur kerja, peran antarbagian, serta strategi yang diterapkan oleh perusahaan dalam membangun citra perusahaan.

Selain itu, pengumpulan data dalam laporan magang dilakukan melalui observasi langsung, dokumentasi kegiatan, dan diskusi dengan pembimbing lapangan serta karyawan terkait. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan sinergi antara media digital dan *event marketing* dalam meningkatkan citra perusahaan Jawa Pos Radar Malang.