

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan latar belakang pelaksanaan magang, tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, serta ruang lingkup kegiatan magang secara keseluruhan. Penjelasan lebih lanjut mengenai hal tersebut dijabarkan pada subbab berikut sebagai dasar pemahaman sebelum memasuki pembahasan inti.

1.1 Latar belakang

Industri penyiaran radio merupakan salah satu sektor media yang terus berkembang dan tetap memiliki basis pendengar yang loyal meskipun hadirnya berbagai platform digital. Saat ini, program siaran radio dirancang secara sangat tersegmentasi dengan berbagai kategori, seperti radio untuk anak muda, radio dewasa, radio bisnis, hingga radio bertema umum (Aula & Sutamaji, 2024). Radio merupakan media yang bersifat auditif karena penyampaian informasinya terbatas pada unsur suara atau bunyi yang diterima oleh indera pendengaran, sehingga mampu merangsang dan meningkatkan daya imajinasi pendengarnya. Selain itu, radio sangat lekat dengan musik, sehingga kerap dimanfaatkan sebagai media utama untuk memutar dan menyebarkan karya musik (Sofy et al., 2023). Radio hingga saat ini masih tetap dinikmati dan memiliki pendengar setia, meskipun teknologi digital semakin berkembang. Berdasarkan data BPS dapat dilihat pada Gambar 1 menunjukkan Jawa Timur memiliki sekitar 12,7% pendengar radio dengan meraih peringkat kelima, menandakan bahwa radio tetap relevan sebagai media hiburan dan informasi lokal di provinsi ini (Silmi Hakiki, 2025).



Gambar 1. Grafik Presentase Pendengar Radio Berdasarkan Provinsi

Persaingan di berbagai industri sering terjadi, termasuk di industri ini. Persaingan pada industri penyiaran radio tidak hanya terjadi dalam hal penyajian konten dan jumlah pengemar, akan tetapi juga kemampuan setiap stasiun radio untuk menarik klien untuk memasang iklan di radio. Hal ini menjadi penting karena iklan merupakan sumber pendapatan utama pada industri ini. Radio sangat bergantung pada periklanan karena tanpa pengiklan, khususnya pada radio swasta, operasional dan keberlangsungan radio tidak dapat berjalan dengan baik (Ronaldo & Fafjri, 2023). Karena hal ini strategi marketing harus menjadi aspek yang diperhatikan untuk dikelola dengan baik agar radio dapat mempertahankan posisi kompetitifnya.

Salah satu tantangan utama bagi divisi marketing radio adalah pemahaman terhadap dinamika pasar periklanan, terutama melihat bagaimana kompetitor menjalankan strategi mereka untuk menarik pengiklan. Setiap radio memiliki karakteristik sendiri sendiri, baik dari segi pendengar maupun gaya penyiaran yang berbeda sehingga dapat menarik klien untuk mengiklankan produknya ke segmen tertentu. Melalui pemantauan kompetitor, marketing radio dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang tren periklanan terkini, jenis bisnis yang sedang aktif beriklan. Informasi tersebut merupakan hal yang penting untuk memastikan bahwa penawaran iklan yang dibuat sesuai dengan kebutuhan pasar dan tidak tertinggal dari pesaing.

Berdasarkan permasalahan diatas, proyek magang ini berfokus pada pengamatan dan pendataan iklan yang tayang di radio kompetitor. Data yang diperoleh kemudian dianalisa untuk melihat pola dan kecenderungan umum dari pengiklan di radio kompetitor. Hasil analisis ini akan menjadi acuan bagi radio dalam memahami tren pasar dan menentukan arah strategi komersial yang lebih efektif. Selain memberikan pemahaman mengenai kondisi kompetitif di industri radio, proyek ini juga penting untuk perusahaan. Hasil dari proyek ini bisa digunakan untuk merancang strategi marketing untuk menarik pengiklan dengan tipe yang sama dengan kompetitor. Dengan mengetahui tipe iklan yang banyak masuk di radio lain, tim marketing bisa

mencocokkan potensi di radio GenFM dengan radio lain, baik dari segi segmentasi pendengar, kekuatan program, maupun nilai jual lainnya

Analisis iklan ini dapat berperan dalam evaluasi internal bagi radio karena data pengamatan dapat digunakan untuk membandingkan jumlah dan variasi iklan yang ada di radio GenFM dengan radio lain. Hal ini dilakukan untuk melihat posisi radio GenFM dalam peta persaingan. Jika ditemukan perbedaan signifikan, perusahaan dapat melakukan penyesuaian pada strategi pemasaran atau mencari peluang baru untuk memperluas jaringan pengiklan.

1.2 Tujuan dan Manfaat

Setiap kegiatan akademis yang melibatkan dunia industri memerlukan landasan tujuan yang kuat sebagai pedoman pelaksanaan. Berikut ini merupakan penjabaran mengenai tujuan pelaksanaan serta manfaat yang diperoleh oleh berbagai pihak terkait:

1.2.1 Tujuan Umum Magang Mahasiswa

Tujuan umum dari pelaksanaan magang ini adalah untuk memberikan pengalaman kerja nyata agar mahasiswa mampu memahami secara langsung dunia kerja. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diharapkan dapat mengaplikasikan pengetahuan akademik dari awal perkuliahan ke dalam praktik magang, serta membangun pemahaman yang menyeluruh tentang kerja dan meningkatkan kemampuan kerja profesional.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang Mahasiswa

Tujuan khusus dari kegiatan magang ini dalam mendukung penyusunan laporan akhir yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan pemantauan, pendataan dan analisis iklan yang ditayangkan oleh radio lain sebagai bagian proyek magang.
2. Memberikan informasi dari hasil pemantauan iklan untuk menjadi bahan pertimbangan dari penyusunan strategi marketing perusahaan.
3. Melatih kemampuan mahasiswa untuk mengelola data, menganalisis tren pasar, serta mengidentifikasi potensi iklan yang relevan.

4. Meningkatkan kemampuan komunikasi, kerjasama tim, dan profesionalisme dalam lingkungan kerja.

1.2.3 Manfaat Magang Mahasiswa

Magang mahasiswa memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Manfaat bagi Peserta Magang

Pelaksanaan kegiatan magang ini memberikan berbagai manfaat yang secara langsung dirasakan oleh peserta magang, baik dalam aspek pengetahuan, keterampilan, maupun sikap profesional. Adapun manfaat yang diperoleh peserta magang antara lain sebagai berikut:

- Memperoleh pengalaman nyata pada bidang industry penyiaran radio.
- Menambah wawasan tentang teknik analisa periklanan pada radio competitor.
- Mengembangkan kemampuan mahasiswa untuk berkemampuan berpikir kritis, analitis, dan pemecahan masalah melalui pengolahan data iklan kompetitor.
- Meningkatkan keterampilan mahasiswa dan kedisiplinan serta tanggung jawab saat menjalankan tugas pada saat magang.

2. Manfaat bagi Mitra Penyelenggara Magang

Selain memberikan manfaat bagi peserta magang, kegiatan ini juga memberikan kontribusi positif bagi mitra penyelenggara magang. Manfaat yang diperoleh mitra penyelenggara magang meliputi:

- Mendapatkan data pengamatan mengenai iklan kompetitor yang dapat digunakan untuk pengembangan strategi marketing.
- Terbantu dalam melakukan evaluasi perbandingan antara performa iklan radio sendiri dan radio kompetitor.

- Mendapatkan perspektif baru melalui analisis dan laporan yang disusun mahasiswa.

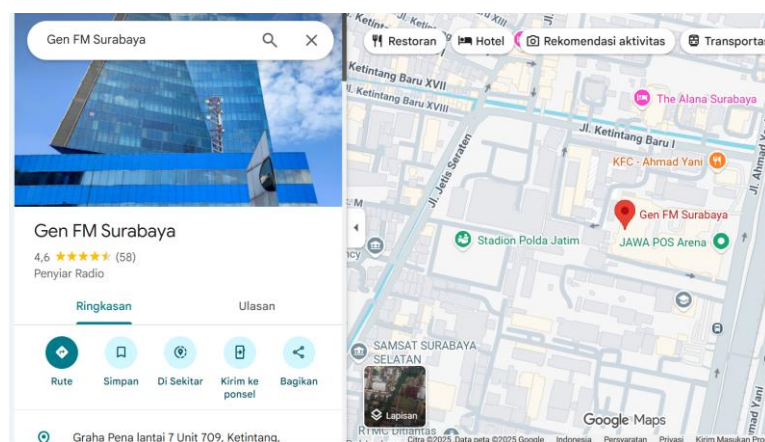
3. Manfaat bagi Politeknik Negeri Jember (Polije)

Kegiatan magang ini juga memberikan manfaat bagi institusi pendidikan, khususnya Politeknik Negeri Jember, dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan dan relevansi kurikulum dengan kebutuhan industri. Manfaat tersebut antara lain:

- Menjalin hubungan kerja sama antara kampus dengan industri penyiaran radio.
- Mendukung program pendidikan melalui kegiatan yang selaras dengan kebutuhan teknologi terbaru.
- Menggambarkan penerapan kompetensi mahasiswa di dunia industri sebagai salah satu indikator keberhasilan kurikulum pendidikan.

1.3 Lokasi dan Waktu

Kegiatan magang ini dilaksanakan di Gen Fm Surabaya (PT Radio Camar), yang dimulai dari tanggal 4 Agustus 2025 sampai 5 Januari 2026. Lokasi kegiatan ini bertempat di Graha Pena lantai 7 unit 709, Ketintang, Gayungan, Surabaya, Jawa Timur. Peta Lokasi Gen Fm Surabaya (PT Radio Camar) dapat dilihat pada Gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Lokasi Gen FM

Pelaksanaan kegiatan magang dilakukan setiap hari Senin sampai Jumat dengan jam kerja yang telah ditentukan oleh pihak mitra. Sistem kerja yang diterapkan adalah sistem shift, di mana peserta magang melaksanakan shift pagi selama dua minggu dan dilanjutkan dengan shift sore selama dua minggu. Rincian jam kerja masing-masing shift dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Jadwal Magang

No.	Hari	Shift Pagi	Shift Sore
1	Senin	06.00-14.00 WIB	13.00-21.00 WIB
2	Selasa	06.00-14.00 WIB	13.00-21.00 WIB
3	Rabu	06.00-14.00 WIB	13.00-21.00 WIB
4	Kamis	06.00-14.00 WIB	13.00-21.00 WIB
5	Jum'at	06.00-14.00 WIB	13.00-21.00 WIB

1.4 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan magang ini dilakukan dengan sistem Work From Office (WFO) di kantor Gen FM Surabaya. Selama pelaksanaan, mahasiswa ditempatkan pada divisi teknik. Tugas utama yaitu memastikan seluruh perangkat penyiaran berjalan dengan stabil dan tanpa gangguan. Pada divisi ini, mahasiswa juga diperkenalkan dengan alat-alat yang digunakan di radio dan memiliki tugas mulai dari pengecekan perangkat pemancar, pemeliharaan peralatan audio, hingga pemantauan kesesuaian dan konektivitas perangkat terhadap sistem streaming online untuk menjamin kelancaran siaran digital. Selain tugas utama di divisi teknik, mahasiswa juga diberikan tugas lain yaitu membantu tim marketing. Keterlibatan ini seperti proses pemasangan materi iklan dan pemotongan bukti siar untuk diberikan kepada klien. Dalam kegiatan ini juga, mahasiswa turut membantu melakukan pemantauan dan pencatatan iklan dari radio kompetitor. Aktivitas ini bertujuan untuk mengetahui jenis-jenis iklan yang sedang aktif di stasiun lain, sektor usaha yang dominan beriklan, serta frekuensi penayangan iklan. Informasi yang diperoleh kemudian diserahkan kepada divisi marketing sebagai bahan analisis untuk pengembangan strategi dalam menarik pengiklan baru yang memiliki potensi sama.