

BAB II

PERSIAPAN KAMPANYE PENINGKATAN BRAND AWARENESS E-RADIO SEMARANG SEBAGAI MEDIA STRATEGIST DAN PRODUCTION MANAGER

2.1. Gambaran Umum Klien

E-Radio Semarang merupakan channel radio streaming yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kota Semarang. Radio ini berfungsi sebagai wadah informasi dan berita mengenai kebijakan, program, serta kegiatan Pemerintah Kota Semarang. Dengan tagline "Connect and Groove Together," E-Radio Semarang menghadirkan konsep informasi yang modern, aktif secara digital, valid, dan kredibel.

E-Radio Semarang pertama kali didirikan pada tahun 2018. Namun, karena keterbatasan sumber daya manusia serta kondisi yang kurang mendukung, radio ini sempat vakum. Pada Februari 2024, E-Radio Semarang kembali aktif dengan tim yang telah siap mengelola serta menjadi host dalam berbagai program siaran. Saat ini, E-Radio Semarang dapat diakses melalui berbagai platform digital seperti YouTube, Spotify, website resmi, serta aplikasi di Play Store.

Selain sebagai media penyampaian informasi, E-Radio Semarang juga berfungsi sebagai platform bagi Organisasi Perangkat Daerah (OPD) untuk mempublikasikan program-program mereka kepada masyarakat. Dengan adanya kerja sama ini, E-Radio Semarang turut berperan dalam memperluas jangkauan informasi pemerintahan secara efektif.

Sejak awal pendiriannya, E-Radio Semarang menggunakan YouTube sebagai platform utama untuk publikasi. Seiring perkembangan, strategi komunikasi radio ini diperluas dengan membangun branding melalui platform media sosial, seperti Instagram dan YouTube. Melalui Instagram, E-Radio Semarang aktif mengunggah berbagai konten yang

mencakup jadwal siaran, program unggulan, informasi terkini, serta topik yang sedang viral.

Interaksi dengan pendengar juga menjadi prioritas utama. Saat siaran berlangsung, pendengar dapat berpartisipasi melalui fitur live chat di YouTube untuk request lagu atau berdiskusi dengan host. Di luar jam siaran, komunikasi tetap terjalin melalui DM Instagram atau WhatsApp untuk kebutuhan informasi, promosi, atau kolaborasi.

Selain itu, E-Radio Semarang terbuka bagi musisi dan penulis lokal yang ingin mempromosikan karya mereka melalui berbagai platform yang tersedia. Dengan strategi komunikasi yang aktif dan interaktif, E-Radio Semarang terus berupaya meningkatkan keterlibatan masyarakat dan memperkuat jangkauannya di dunia digital.

2.2. Program-Program E-Radio Semarang

E-Radio Semarang memiliki berbagai program siaran yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat Kota Semarang. Berikut adalah program-program yang ada di E-Radio Semarang;

2.2.1. KUPAS (Kumpulan Pemberitaan Kota Semarang)

Program ini tayang setiap hari Senin pukul 09.00 WIB dan bertujuan untuk merangkum berita terkini seputar Kota Semarang. KUPAS menyajikan informasi terkait kebijakan pemerintah, program unggulan, serta peristiwa penting lainnya dalam format audio yang mudah diakses.

2.2.2. GERCEP (Ngobrol Bareng Cerita Pemkot)

Tayang setiap hari Selasa pukul 11.00 WIB, GERCEP menjadi wadah bagi OPD untuk mensosialisasikan berbagai kebijakan dan program yang sedang dijalankan. Dengan konsep obrolan santai namun informatif, program ini bertujuan meningkatkan keterbukaan informasi antara pemerintah dan masyarakat.

2.2.3. Reply on Reply

Program ini tayang setiap hari Selasa pukul 13.00 WIB dan Kamis pukul 11.00 WIB. Reply on Reply membahas serta merespons berbagai komentar dan pesan dari masyarakat di media sosial pemerintah Kota Semarang. Program ini bertujuan untuk menjembatani komunikasi antara pemerintah dan warga, memberikan klarifikasi atas pertanyaan atau keluhan yang disampaikan.

2.2.4. Bicara Hobi

Tayang setiap hari Rabu pukul 14.00 WIB, Bicara Hobi memberikan ruang bagi masyarakat untuk berbagi cerita mengenai hobi mereka. Program ini juga menjadi platform bagi komunitas lokal untuk memperkenalkan aktivitas mereka dan menjangkau lebih banyak anggota.

2.2.5. NGOCEH (Ngobrol Receh)

Program ini tayang setiap hari Jumat pukul 09.30 WIB dan menjadi platform bagi masyarakat untuk mempromosikan acara atau karya mereka secara gratis. NGOCEH juga berfungsi sebagai media publikasi bagi event-event di Kota Semarang serta membuka peluang kerja sama dengan media partner.

Dengan berbagai program yang inovatif dan berbasis komunitas, E-Radio Semarang berkomitmen untuk menjadi media informasi dan hiburan yang lebih dekat dengan masyarakat serta terus berkembang dalam ekosistem digital.

2.3. Media Strategist

Dalam kampanye peningkatan awareness E-Radio Semarang, penulis menjalankan peran sebagai Media Strategist yang bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola strategi distribusi media agar promosi dapat berjalan efektif dan tepat sasaran.

Sebagai Media Strategist, penulis bertugas untuk menentukan saluran media yang paling efektif dalam mempromosikan event dan program E-

Radio Semarang, dengan mempertimbangkan karakteristik audiens serta tren konsumsi media yang berkembang. Penulis juga mengelola jadwal publikasi konten, memastikan distribusi pesan berlangsung secara konsisten dan optimal di berbagai platform digital.

Selain itu, penulis menyusun rancangan anggaran untuk media yang dipilih, memastikan penggunaan sumber daya secara efisien guna mencapai jangkauan dan engagement yang maksimal. Dalam menjalankan strategi media, penulis juga berkolaborasi dengan tim creative design untuk memastikan keselarasan visual dan pesan dalam konten, sehingga setiap materi promosi dapat menarik perhatian audiens serta memperkuat identitas E-Radio Semarang sebagai platform informasi dan hiburan digital yang relevan.

2.3.1. Menentukan Saluran Media yang Efektif untuk Mempromosikan Event

Sebagai Media Strategist, penulis bertanggung jawab dalam memilih dan mengoptimalkan saluran media yang paling sesuai untuk mempromosikan berbagai event E-Radio Semarang. Pemilihan ini didasarkan pada analisis karakteristik audiens, tren konsumsi media, serta efektivitas setiap platform dalam menjangkau target pendengar.

Strategi yang diterapkan mencakup penggunaan media sosial seperti Instagram untuk meningkatkan engagement; pemanfaatan iklan digital seperti Meta Ads untuk memperluas jangkauan; serta kerja sama dengan media lokal dan komunitas digital guna memperkuat promosi secara organik. Dengan pendekatan ini, diharapkan awareness terhadap event E-Radio Semarang dapat meningkat secara signifikan.

2.3.2. Membuat Daftar Brief Konten Instagram

Sebagai Media Strategist, langkah pertama dalam menyusun daftar konten adalah melakukan brainstorming dan menganalisis konten yang sudah ada di media sosial. Tujuannya adalah menemukan ide-ide kreatif yang dapat menarik perhatian masyarakat Kota Semarang, khususnya pendengar digital. Setelah berbagai ide terkumpul, konten

yang paling relevan akan dipilih dan dikirimkan kepada klien untuk mendapatkan *approval*.

Tabel 2. 1 Daftar Ide Konten Instagram

Jenis Konten	Platform	Isi Konten
Reels	Instagram	Coming Soon Event
Reels	Instagram	Ada apa aja sih di E-Radio
Reels	Instagram	Program-Program E-Radio Semarang
Reels	Instagram	Cari Informasi Update Seputar Semarang
Reels	Instagram	Upcoming Event Fit n Fun
Reels	Instagram	Event Broadcasting di Semarang, Emang Ada??
Reels	Instagram	Merchandise Keren E-Radio Fit n Fun

2.3.3. Mengelola Jadwal Publikasi Konten

Pengelolaan jadwal publikasi merupakan bagian penting dalam memastikan kampanye berjalan secara terstruktur dan efektif. Penulis merancang content calendar yang berisi perencanaan publikasi berbagai jenis konten—mulai dari teaser, postingan utama, hingga follow-up engagement setelah event berlangsung.

Dalam penyusunannya, penulis mempertimbangkan waktu terbaik untuk publikasi berdasarkan data insight dari masing-masing platform digital. Selain itu, koordinasi dengan tim content planner dan social media specialist dilakukan untuk memastikan setiap materi dipublikasikan secara

konsisten, sehingga pesan promosi dapat tersampaikan dengan optimal kepada audiens.

2.3.4. Membuat Rancangan Anggaran Media yang Dipilih

Sebagai bagian dari strategi kampanye, penulis juga bertanggung jawab dalam menyusun rancangan anggaran media untuk memastikan penggunaan dana yang efisien dan efektif. Proses ini mencakup identifikasi kebutuhan promosi berbayar (paid media), seperti iklan di media sosial.

Dalam penyusunan anggaran, penulis melakukan riset terkait biaya per klik (CPC), biaya per tayangan (CPM), dan tingkat konversi dari setiap platform yang digunakan. Dengan demikian, setiap alokasi dana dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk mencapai target awareness dan engagement yang diinginkan.

2.3.5. Berkolaborasi dengan Creative Design untuk Memastikan Keselarasan Visual dan Pesan dalam Konten

Agar kampanye berjalan efektif, diperlukan keselarasan antara strategi media dengan aspek visual dan pesan yang disampaikan. Penulis berperan dalam berkolaborasi dengan tim creative design untuk memastikan bahwa setiap elemen visual—seperti poster, video, dan infografis—sesuai dengan identitas dan pesan utama kampanye.

Selain itu, penulis turut memberikan arahan terkait tone of voice, warna, dan elemen grafis yang mendukung branding E-Radio Semarang. Dengan adanya kolaborasi ini, setiap materi yang dipublikasikan tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu memperkuat daya tarik serta relevansi kampanye bagi audiens yang ditargetkan.

2.3.6. Membuat Template Instagram Story

Instagram Story merupakan salah satu saluran media yang efektif untuk mempromosikan event serta membangun interaksi dengan audiens. Oleh karena itu, sebagai Media Strategist, penulis akan mengelola strategi penggunaan Instagram Story dengan menentukan jadwal publikasi yang optimal, memastikan distribusi konten berjalan secara konsisten.

2.4. Production Manager

Sebagai Production Manager dalam kampanye peningkatan awareness E-Radio Semarang, penulis memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengawasi seluruh proses produksi materi promosi, mulai dari perencanaan desain hingga distribusi akhir. Penulis juga bertugas memastikan koordinasi dengan vendor media berjalan lancar, memantau kualitas hasil produksi baik dalam bentuk digital maupun cetak, serta menjamin semua kebutuhan logistik kampanye dan event promosi terpenuhi sesuai jadwal. Selain itu, penulis berperan dalam penyusunan daftar kebutuhan produksi bersama Finance Manager guna memastikan efisiensi anggaran dalam setiap aktivitas kampanye.

2.4.1. Melakukan Survei Venue Event

Sebagai Production Manager dalam kampanye peningkatan awareness E-Radio Semarang, penulis memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memastikan kesiapan venue dalam mendukung efektivitas pelaksanaan event. Salah satu tugas utama adalah melakukan survei lokasi guna menilai kelayakan tempat serta memastikan semua kebutuhan produksi dapat terpenuhi. Dalam hal ini, penulis melakukan survei langsung ke Car Free Day (CFD) Simpang Lima dan GOR Tri Lomba Juang, dua lokasi strategis dengan potensi tinggi untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

2.4.2. Mencari Vendor Kebutuhan

Sebagai Production Manager dalam kampanye peningkatan awareness E-Radio Semarang, penulis bertanggung jawab mencari dan bekerja sama dengan vendor untuk memenuhi berbagai kebutuhan produksi. Kegiatan ini mencakup riset vendor, membandingkan harga dan kualitas layanan, serta menyesuaikan spesifikasi produk dengan kebutuhan kampanye. Selain itu, penulis melakukan negosiasi dan memastikan proses produksi berjalan lancar hingga distribusi, sehingga semua materi dan perlengkapan kampanye tersedia tepat waktu dan sesuai standar.

2.4.3. Mencari dan Mempersiapkan Kebutuhan Sebelum Hari Pelaksanaan Kegiatan E-Radio Fit n Fun

Sebagai Production Manager dalam kegiatan E-Radio Fit n Fun, penulis bertanggung jawab mencari dan mempersiapkan seluruh kebutuhan sebelum hari pelaksanaan. Kegiatan ini mencakup pencarian vendor untuk percetakan materi promosi, perlengkapan acara, serta kebutuhan teknis lainnya. Penulis memastikan semua item sesuai standar, melakukan koordinasi dengan vendor untuk jadwal pengiriman, serta mengecek kesiapan logistik agar acara berjalan lancar. Selain itu, penulis juga mengawasi detail teknis di lokasi untuk memastikan segala kebutuhan telah terpenuhi sebelum hari pelaksanaan.

2.4.4. Mempersiapkan Kebutuhan Saat Hari Pelaksanaan Kegiatan E-Radio Fit n Fun

Sebagai Production Manager dalam kegiatan E-Radio Fit n Fun, penulis bertanggung jawab memastikan semua kebutuhan acara siap dan berjalan sesuai rencana pada hari pelaksanaan. Kegiatan ini mencakup koordinasi dengan vendor untuk pengiriman dan pemasangan perlengkapan, memastikan materi promosi telah terpasang dengan baik, serta mengawasi distribusi logistik seperti merchandise dan perlengkapan teknis. Selain itu, penulis berkoordinasi dengan tim operasional untuk memastikan kelancaran jalannya acara, mengatasi kendala teknis yang muncul, serta memastikan setiap elemen produksi mendukung keberhasilan E-Radio Fit n Fun.