

**BAB II**  
**GAMBARAN UMUM HUBUNGAN MASYARAKAT PEMERINTAH**  
**KOTA SEMARANG DAN PERSIAPAN RANGKAIAN KEGIATAN**  
**KAMPANYE SEMARANG WEGAH NYAMPAH**

*Sebagai Creative Executive*

**2.1. Gambaran Umum Klien**

Dalam struktur organisasi pemerintahan daerah, Humas Pemerintah Kota Semarang berada di bawah koordinasi langsung Wali Kota Semarang. Humas Pemkot Semarang berfungsi sebagai pusat komunikasi publik pemerintah kota dan bertanggung jawab untuk menyampaikan kebijakan, program, dan pencapaian pemerintah secara terbuka, akurat, dan terpercaya kepada masyarakat. Selain itu, tugas Humas adalah menciptakan dan mempertahankan opini publik yang baik tentang Pemerintah Kota Semarang dan menjalin hubungan yang baik dengan berbagai pihak yang terlibat, baik internal maupun eksternal, seperti masyarakat, media, komunitas, lembaga pendidikan, dan perusahaan swasta. Humas Pemerintah Kota Semarang adalah lembaga yang beradaptasi dengan perkembangan zaman dan memaksimalkan penggunaan teknologi dan media digital, khususnya media sosial, sebagai kanal komunikasi utama. Hal ini dilakukan untuk mendekatkan pemerintah dengan masyarakat, terutama generasi muda, secara lebih interaktif, cepat, dan relevan. Humas berkomitmen untuk mendorong terciptanya masyarakat yang lebih akomodatif melalui pendekatan komunikasi yang partisipatif dan inovatif.

Semarang Wegah Nyampah adalah kampanye lingkungan yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai di Kota Semarang, yang merupakan salah satu program unggulan yang digagas oleh Humas Pemerintah Kota Semarang. Program ini tidak hanya berfokus pada perubahan perilaku masyarakat secara keseluruhan, tetapi juga pada peran generasi muda sebagai agen perubahan yang sangat penting untuk masa

depan lingkungan. Tiga strategi utama digunakan untuk menjalankan program ini, yaitu ; Kampanye kolaboratif "WANI" di media sosial bekerja sama dengan humas, komunitas yang peduli dengan lingkungan, dan UMKM lokal untuk mengkampanyekan produk ramah lingkungan, Wis Wayahe, WANI, adalah Tantangan digital di Instagram yang mengajak siswa berpartisipasi aktif dalam kampanye dengan membagikan pengalaman mereka menggunakan produk ramah lingkungan; Sebuah perjalanan edukatif yang disebut "Dolan Ing Kampus Bareng Semarang Wegah Nyampah" dilakukan ke empat kampus di Kota Semarang dengan tujuan kegiatan kampanye langsung kepada mahasiswa tentang masalah plastik sekali pakai dan solusi pengantiannya.

## **2.2. *Creative Executive***

Sebagai *Creative Executive*, bertanggung jawab menyusun konsep dan ide kreatif yang sesuai dengan *brief* kegiatan, termasuk perencanaan elemen visual dan naratif untuk mendukung identitas kegiatan. Tugas *Creative Executive* mencakup pembuatan *social media deck*, pembuatan logo, pembuatan konten *feeds/reels* Instagram @semarangwegahnyampah, menyusun *copywriting* untuk *feeds*, mendesain alat – alat pendukung kampanye seperti banner dan stiker, dan mendokumentasi seluruh kegiatan kampanye dari awal hingga akhir. Serta berkontribusi sebagai desain, videografer, dan fotografer guna memastikan pesan kreatif dapat diterjemahkan secara visual secara konsisten dan efektif. Selain itu, menerima dan menerapkan revisi berdasarkan umpan balik dari klien dan tim untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan visi dan tujuan kampanye Semarang Wegah Nyampah.

### **2.2.1. Mengembangkan konsep kreatif berdasarkan strategi yang telah ditetapkan.**

*Creative Executive* bertugas untuk mengembangkan konsep kreatif seperti apa yang telah direncanakan bersama tim dan media planner, mulai dari merencanakan dan juga merancang desain logo yang digunakan sebagai

branding awal dari kegiatan, menentukan *color palette* yang akan digunakan, pemilihan tipografi, menentukan elemen-elemen, mencari referensi untuk desain, dan menentukan gaya desain untuk *feeds* di Instagram. Keseluruhan pengembangan konsep ini dilakukan melalui koordinasi yang erat dengan media planner. Koordinasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh elemen visual yang dikembangkan dapat mendukung strategi komunikasi yang telah dirumuskan, sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada audiens dapat tersampaikan secara efektif dan tepat sasaran.

### **2.2.2. Membuat materi visual, *copywriting*, atau konten multimedia yang sesuai dengan target audiens.**

*Creative Executive* bertanggung jawab dalam menghasilkan *copywriting* dan konten yang relevan dan efektif sesuai dengan karakteristik serta preferensi target audiens. Dalam pelaksanaannya *Creative Executive* tidak hanya berfokus pada aspek estetika visual, tetapi juga mempertimbangkan cara penyampaian pesan yang mampu menarik perhatian audiens dan mudah dipahami oleh sasaran komunikasi. Setiap elemen visual seperti gambar dan ilustrasi dirancang agar mendukung tujuan kampanye yang dijalankan. Pembuatan konten dilakukan melalui proses riset terlebih dahulu untuk memahami kebutuhan dan kebiasaan audiens, kemudian dilanjutkan dengan tahap perencanaan konsep hingga eksekusi desain. Dengan memperhatikan aspek teknis dan strategis secara seimbang, tim *Creative Executive* memastikan bahwa hasil akhir yang diproduksi tidak hanya menarik secara tampilan, tetapi juga komunikatif dan sesuai dengan arah komunikasi yang telah ditetapkan bersama tim lainnya.

### **2.2.3 Berkoordinasi dengan *strategist* dan *media planner* untuk memastikan pesan tersampaikan secara efektif**

Sebagai *Creative Executive* berkoordinasi dengan *strategist* dan *media planner* sangatlah penting. Kerja sama ini bertujuan untuk

memastikan bahwa setiap pesan yang ingin disampaikan dapat diterjemahkan ke dalam bentuk visual dan konten yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga selaras dengan strategi komunikasi yang telah dirumuskan. Dari hasil kerja sama tersebut *Creative Executive* kemudian menyesuaikan konsep desain dan narasi konten agar sejalan dengan objektif komunikasi, baik dalam bentuk materi edukasi konten media sosial, maupun media pendukung lainnya. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat konsistensi pesan, tetapi juga meningkatkan efektivitas penyampaiannya kepada audiens yang dituju.

#### **2.2.4. Mengadaptasi dan mengoptimalkan materi kreatif berdasarkan hasil evaluasi kampanye**

Sebagai *Creative Executive* bertanggung jawab dalam mengadaptasi serta mengoptimalkan materi kreatif berdasarkan berdasarkan hasil evaluasi kampanye yang telah dijalankan. Evaluasi ini dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari tingkat keterlibatan audiens, efektivitas penyampaian pesan, hingga performa visual di berbagai platform. Berdasarkan data dan masukan yang diperoleh, *Creative Executive* melakukan penyesuaian pada elemen-elemen visual maupun naratif, agar pesan yang disampaikan dapat lebih relevan dan berdampak pada audiens sasaran. Langkah optimalisasi ini dilakukan tidak hanya untuk memperbaiki kekurangan dari materi sebelumnya, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas komunikasi secara keseluruhan. Dengan pendekatan yang responsif terhadap hasil evaluasi, *Creative Executive* memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi tetap adaptif terhadap dinamika kebutuhan audiens dan strategi komunikasi yang terus berkembang.

#### **2.2.5. Mendokumentasi seluruh kegiatan kampanye**

Sebagai *Creative Executive*, dalam menjaga rekam jejak pelaksanaan kampanye secara menyeluruh, *Creative Executive* juga memiliki tanggung jawab dalam mendokumentasikan seluruh kegiatan yang berlangsung. Dokumentasi ini mencakup berbagai bentuk, seperti

pengambilan foto, video, serta pencatatan visual lainnya yang merepresentasikan proses maupun hasil dari tiap tahapan kampanye. Materi dokumentasi tidak hanya berfungsi sebagai arsip internal, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk keperluan pelaporan, evaluasi, serta publikasi lanjutan di berbagai platform. Proses dokumentasi dilakukan secara sistematis, mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan hingga pasca kegiatan, guna memastikan bahwa seluruh momen penting terekam dengan baik. Dengan dokumentasi yang tertata dan berkualitas, *Creative Executive* turut mendukung transparansi kerja serta menyediakan materi yang dapat digunakan kembali sebagai referensi dalam perencanaan kampanye di masa mendatang.