

BAB II

PERSIAPAN PENINGKATAN *BRAND AWARENESS* E-RADIO SEMARANG SEBAGAI *PUBLIC RELATIONS EXECUTIVE* DAN *LIAISON OFFICER*

Bab ini menjelaskan peran dan persiapan yang dilakukan sebagai *Public Relations Executive* dan *Liaison Officer* dalam upaya meningkatkan *brand awareness* E-Radio Semarang. Sebagai *Public Relations Executive*, tugas utama meliputi penyusunan strategi komunikasi, pembuatan *press release*, serta produksi konten digital untuk memperkenalkan E-Radio ke masyarakat. Sementara itu, sebagai *Liaison Officer*, peran yang dijalankan lebih pada koordinasi dengan berbagai pihak eksternal, seperti instruktur Zumba sebagai *Opinion Leader*, KOL, *Nano Influencer*, dan Diskominfo Kota Semarang, agar kampanye berjalan lancar dan efektif.

2.1 Gambaran Umum

E-Radio Semarang merupakan salah satu platform radio streaming digital yang dikelola langsung oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kota Semarang. Radio ini didirikan sebagai bagian dari inisiatif pemerintah dalam menyediakan akses informasi yang lebih luas kepada masyarakat secara daring. Berbeda dengan radio konvensional yang menggunakan frekuensi FM atau AM, E-Radio Semarang dapat diakses melalui berbagai platform digital, seperti website resmi, YouTube, dan Instagram, sehingga lebih fleksibel dan mudah dijangkau oleh masyarakat yang sudah terbiasa dengan teknologi digital. Sebagai radio streaming resmi yang dikelola oleh Pemerintah Kota Semarang, E-Radio Semarang hadir untuk menjadi jembatan informasi antara pemerintah dan masyarakat. Melalui berbagai program unggulannya, E-Radio berupaya meningkatkan pemahaman publik mengenai kebijakan dan program kerja yang sedang dijalankan oleh pemerintah daerah. Setiap program dirancang dengan

format yang menarik dan interaktif agar masyarakat tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga merasa terlibat dalam perkembangan kota mereka.

Salah satu program utama E-Radio adalah KUPAS (Kumpulan Pemberitaan Seputar Kota Semarang), yang tayang setiap Senin pukul 09.00 WIB. Program ini menyajikan rangkuman berita terkini seputar Kota Semarang, memberikan masyarakat akses cepat dan mudah terhadap informasi penting yang telah dipublikasikan oleh pemerintah. Tidak hanya itu, ada juga GERCEP (Ngobrol Bareng Cerita Pemkot) yang mengudara setiap Selasa pukul 11.00 WIB. Program ini berfungsi sebagai wadah komunikasi dua arah, di mana masyarakat dapat lebih memahami berbagai kebijakan dan proyek pemerintah melalui diskusi langsung dengan narasumber dari instansi terkait.

Selain berita dan kebijakan, E-Radio juga memberi ruang bagi masyarakat untuk berbagi minat dan pengalaman melalui program Bicara Hobi, yang tayang setiap Selasa pukul 13.00 WIB dan Kamis pukul 11.00 WIB. Program ini menghadirkan berbagai komunitas dan individu yang ingin berbagi cerita tentang hobi mereka, mulai dari yang umum hingga yang unik, serta bagaimana mereka mengembangkan minat tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, pada hari Rabu pukul 14.00 WIB, Reply on Reply hadir sebagai program interaktif yang mengundang masyarakat untuk berdiskusi langsung dengan narasumber dari pemerintahan, menjawab berbagai pertanyaan atau tanggapan yang muncul di media sosial terkait kebijakan atau program pemerintah.

Untuk menghibur pendengar, E-Radio juga menghadirkan NGOCEH (Ngobrol Receh) setiap Jumat pukul 09.30 WIB. Program ini menyajikan berbagai cerita ringan dan inspiratif yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Lebih dari sekadar hiburan, NGOCEH juga menjadi wadah bagi siapa saja yang ingin menyampaikan informasi atau mempromosikan kegiatan mereka, seperti event, karya seni, atau inisiatif sosial, selama tujuannya telah terverifikasi oleh pihak penyelenggara.

Melalui berbagai program tersebut, E-Radio Semarang tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang

menghubungkan masyarakat dengan pemerintah. Dengan format siaran yang fleksibel dan dapat diakses secara digital, E-Radio berkomitmen untuk terus menghadirkan konten yang informatif, edukatif, dan menghibur bagi seluruh warga Kota Semarang. Meskipun E-Radio Semarang telah memiliki eksistensi di dunia digital, hasil riset menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan fungsi radio ini masih tergolong rendah. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan *brand awareness* melalui strategi pemasaran yang lebih inovatif, baik secara daring melalui media sosial maupun secara luring melalui kegiatan-kegiatan interaktif yang melibatkan masyarakat langsung.

2.2 Persiapan *Public Relations* dalam Peningkatan *Brand Awareness* E-Radio Semarang

Sebagai *Public Relations Executive*, tanggung jawab utama adalah membangun citra positif dan meningkatkan visibilitas E-Radio Semarang di mata masyarakat. Hal ini dilakukan melalui berbagai strategi komunikasi yang terencana dengan baik, termasuk penyusunan *press release*, produksi konten digital, serta manajemen hubungan dengan media dan komunitas terkait. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam persiapan ini:

2.2.1 Pembuatan *Press Release*

Salah satu tugas utama dalam *Public Relations* adalah menyusun *press release*. *Press release* merupakan salah satu alat komunikasi penting dalam *public relations* yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi kepada media massa dan publik. Dalam kampanye ini, *press release* disusun dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan event Fit n Fun serta menjelaskan pentingnya keberadaan E-Radio Semarang sebagai sumber informasi terpercaya bagi masyarakat Kota Semarang. Dalam rangka meningkatkan *brand awareness* E-Radio Semarang, penyusunan *press release* menjadi salah satu langkah strategis yang dilakukan dalam kampanye Fit n Fun. Sebagai *Public Relations Executive*, tugas utama yang dijalankan adalah memastikan bahwa informasi terkait acara ini tersampaikan dengan jelas, menarik, dan mampu menjangkau audiens yang

lebih luas melalui media massa. Penyusunan *press release* tidak hanya sekadar menulis berita, tetapi juga melalui serangkaian tahapan yang sistematis agar publikasi yang dihasilkan dapat memberikan dampak maksimal bagi E-Radio Semarang.

Proses ini diawali dengan riset dan pengumpulan informasi mengenai acara “Fit n Fun”, termasuk tujuan utama penyelenggaraan, detail teknis seperti tanggal, lokasi, susunan acara, serta target peserta, hingga wawancara dengan pihak-pihak terkait, seperti Diskominfo Kota Semarang, panitia penyelenggara, dan instruktur Zumba. Informasi yang dikumpulkan ini menjadi dasar dalam menentukan *angle* berita, sehingga *press release* tidak hanya berisi pemberitahuan acara, tetapi juga menyoroti peran strategis E-Radio Semarang dalam menghubungkan pemerintah dengan masyarakat melalui media digital. Dalam hal ini, kampanye “Fit n Fun” diposisikan sebagai salah satu bentuk inovasi yang memperkenalkan E-Radio tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai platform yang interaktif dan dekat dengan masyarakat.

2.2.2 Pemroduksian Konten Digital

Dalam upaya meningkatkan *brand awareness* E-Radio Semarang, pemanfaatan konten digital menjadi strategi utama yang tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat, tetapi juga membangun keterlibatan audiens secara lebih aktif. Sebagai *Public Relations Executive*, memiliki tanggung jawab dalam merancang konsep, menyusun naskah, mengatur talent, hingga memastikan setiap konten yang diproduksi menarik dan relevan bagi target audiens serta mampu menyampaikan pesan utama kampanye dengan cara yang kreatif dan mudah dipahami.

Salah satu konten utama yang diproduksi dalam kampanye ini adalah "Ada Apa Aja di E-Radio Semarang". Konten ini dikemas dalam format video pendek dengan tampilan yang menarik dan informatif yang tujuannya adalah untuk memperkenalkan program-program unggulan E-

Radio Semarang dengan gaya penyampaian yang ringan dan menarik. Prosesnya diawali dengan penyusunan skrip dan *storyboard* untuk memastikan alur konten tersusun dengan baik. Selain itu, mengatur pemilihan talent dan lokasi syuting, serta mengarahkan talent agar penyampaian informasi tetap *engaging* dan sesuai dengan *branding* E-Radio.

Sebagai *Liaison Officer*, dalam tahap persiapan pemroduksian konten digital ini, saya bertanggung jawab untuk menghubungi, berkomunikasi, serta berkoordinasi dengan berbagai pihak guna memastikan bahwa setiap aspek produksi berjalan lancar dan sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Salah satu tugas utama saya adalah menghubungi dan berkoordinasi dengan tim videografer, editor, dan talent, yang dalam hal ini turut dibantu oleh mahasiswa magang dari Diskominfo Kota Semarang. Saya memastikan bahwa seluruh tim memahami konsep konten yang akan diproduksi, mulai dari gaya visual, tone komunikasi, hingga teknis pengambilan gambar. Selain itu, saya juga bertugas untuk menyesuaikan jadwal syuting dengan ketersediaan talent dan kru produksi, sehingga tidak terjadi benturan waktu yang dapat menghambat jalannya proses produksi.

2.2.3 Siaran Radio di E-Radio Semarang

Sebagai bagian dari strategi promosi, dilakukan siaran langsung di studio E-Radio Semarang, yang berlokasi di Gedung Diskominfo Kota Semarang. Kesempatan ini menjadi salah satu metode komunikasi efektif untuk mengenalkan acara Fit n Fun, menyampaikan informasi penting mengenai konsep acara, serta mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi secara aktif. Siaran ini tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun keterlibatan (*engagement*) dengan pendengar E-Radio, serta memperluas jangkauan promosi agar bisa menjangkau audiens yang lebih luas.

Sebagai perwakilan tim, saya bersama Lukas Sihombing dijadwalkan untuk mengisi siaran pada hari Jumat, 6 Desember 2024, dalam program NGOCEH (Ngobrol Receh) yang tayang pukul 09.30 WIB. Program ini dipilih karena memiliki format yang santai, interaktif, serta komunikatif, sehingga memungkinkan kami untuk berbincang dengan lebih leluasa, natural, dan engaging mengenai acara yang akan datang. Selain itu, gaya penyampaian yang ringan dan fleksibel dalam program ini menjadikan informasi lebih mudah diterima oleh pendengar dari berbagai kalangan, khususnya anak muda dan komunitas aktif di Kota Semarang.

Sebelum siaran berlangsung, dilakukan berbagai tahapan persiapan untuk memastikan bahwa penyampaian informasi berjalan lancar dan efektif. Tahap pertama adalah penyusunan materi siaran, yang melibatkan pengumpulan informasi terkait latar belakang acara, tujuan utama, jadwal dan lokasi pelaksanaan, rundown acara, serta pihak-pihak yang terlibat. Semua informasi ini kemudian dirangkum menjadi materi siaran yang lebih ringkas dan mudah dipahami, sehingga penyampaiannya saat on-air lebih sistematis dan tidak bertele-tele.

Setelah materi siaran tersusun, tahap berikutnya adalah pembuatan skrip dan poin-poin utama yang akan digunakan selama siaran berlangsung. Agar alur siaran tetap terstruktur dan mengalir dengan baik, disusun beberapa skrip pembuka, pertanyaan utama, serta poin-poin penting yang harus disampaikan kepada audiens. Penyusunan skrip ini bertujuan untuk menjaga agar informasi tetap jelas, menarik, dan sesuai dengan target audiens, tanpa terkesan monoton atau terlalu formal.

Selain itu, dilakukan juga latihan dan simulasi siaran guna memastikan bahwa penyampaian materi dapat dilakukan dengan intonasi dan artikulasi yang baik, serta tetap terdengar natural dan tidak kaku saat mengudara. Latihan ini menjadi bagian penting dari persiapan karena membantu membangun rasa percaya diri dan memastikan bahwa alur siaran dapat berjalan dengan lancar. Dengan melakukan simulasi sebelumnya,

kami dapat mengidentifikasi bagian-bagian yang perlu diperbaiki dan menyesuaikan gaya penyampaian agar lebih dinamis dan interaktif.

2.3 Persiapan *Liaison Officer* pada Acara "Fit n Fun" dalam Peningkatan *Brand Awareness* E-Radio Semarang

Dalam peran saya sebagai *Liaison Officer*, tanggung jawab utama yang diemban adalah memastikan bahwa seluruh pihak yang terlibat dalam acara Fit n Fun dapat bekerja secara selaras, terkoordinasi, dan efisien. Sebagai penghubung utama antara berbagai *stakeholder*, saya bertugas untuk menjalin komunikasi dan berkoordinasi dengan instruktur Zumba sebagai *Opinion Leader*, *Master of Ceremony* (MC) yang akan memandu jalannya acara, serta perwakilan dari Diskominfo Kota Semarang sebagai pihak yang menaungi E-Radio. Proses koordinasi ini melibatkan berbagai tahapan, mulai dari menghubungi, mengatur jadwal, melakukan *briefing*, hingga memastikan bahwa setiap pihak memahami peran dan tanggung jawabnya dalam acara ini.

2.3.1 Koordinasi dengan Instruktur Zumba

Dalam tahap awal persiapan, langkah pertama yang dilakukan adalah menghubungi dan mengonfirmasi ketersediaan Zin Umi sebagai instruktur Zumba utama sekaligus *Key Opinion Leader* (KOL) dalam acara "Fit n Fun". Proses ini tidak hanya sekadar memastikan jadwal kesediaannya, tetapi juga mencakup penyampaian konsep acara, tujuan kampanye, serta peran strategisnya dalam meningkatkan keterlibatan peserta. Sebagai sosok yang memiliki pengaruh dalam dunia kebugaran di Kota Semarang, penting baginya untuk memahami visi acara ini sebagai bagian dari kampanye peningkatan brand awareness E-Radio Semarang.

Setelah mendapatkan konfirmasi awal, koordinasi lebih lanjut dilakukan dengan membahas konsep sesi Zumba yang akan dibawakan. Detail seperti durasi, kata seruan atau informasi apa saja terkait E-Radio yang perlu disampaikan, serta atmosfer acara disesuaikan dengan target peserta yang hadir. Selain itu, diberikan brief mengenai ekspektasi acara,

sehingga sesi dapat dirancang agar lebih inklusif dan menarik bagi seluruh peserta. Dalam aspek administratif, dilakukan penyusunan kesepakatan kerja sama secara, mencakup sistem pembayaran, serta kebutuhan teknis instruktur, seperti sound system, panggung, dan area yang digunakan untuk sesi Zumba. Selain itu, informasi terkait rundown acara secara keseluruhan juga disampaikan agar sesi Zumba dapat berjalan selaras dengan alur acara lainnya, seperti pembukaan oleh MC dan agenda promosi E-Radio Semarang.

2.3.2 Koordinasi dengan *Master of Ceremony* (MC)

Sebagai *Liaison Officer* dalam acara “Fit n Fun”, peran utama yang dijalankan adalah memastikan bahwa seluruh elemen acara berjalan dengan terkoordinasi dan selaras, terutama dalam hal komunikasi dengan *Master of Ceremony* (MC) serta pihak Diskominfo Kota Semarang. MC bertugas membangun suasana dan menyampaikan pesan utama kepada audiens. Koordinasi dengan MC dimulai sejak tahap perencanaan acara. Sebelum acara berlangsung, dilakukan komunikasi intensif untuk menyusun alur acara secara detail, memastikan bahwa setiap segmen memiliki transisi yang mulus dan pesan utama kampanye Fit n Fun dapat tersampaikan dengan jelas. MC diberikan briefing mengenai susunan acara, durasi tiap segmen, serta *key message* yang perlu disampaikan kepada peserta. Selain itu, dilakukan diskusi mengenai gaya penyampaian yang sesuai dengan karakter audiens, agar suasana tetap interaktif dan menyenangkan, sesuai dengan konsep Fit n Fun yang mengusung tema kebugaran dan hiburan.

2.3.3 Koordinasi dengan Pihak Diskominfo Kota Semarang

Selain itu, koordinasi dengan Diskominfo Kota Semarang menjadi salah satu aspek penting dalam persiapan acara ini. Sebagai pihak yang menaungi E-Radio Semarang, Diskominfo memiliki peran dalam mendukung berbagai kebutuhan teknis dan administrasi. Dalam tahap awal, dilakukan komunikasi mengenai perizinan acara, memastikan bahwa

seluruh prosedur telah terpenuhi dan acara dapat berjalan tanpa hambatan dari aspek regulasi. Selanjutnya, dilakukan koordinasi mengenai dukungan teknis, seperti penyediaan perlengkapan siaran, sistem dokumentasi, serta kebutuhan lain yang mendukung keberlangsungan acara.

Selain aspek teknis, publikasi acara juga menjadi fokus utama dalam koordinasi dengan Diskominfo. Untuk memastikan bahwa kampanye “Fit n Fun” dan pesan utama dari E-Radio Semarang dapat menjangkau audiens yang lebih luas, dilakukan diskusi mengenai strategi publikasi sebelum, saat, dan setelah acara. Salah satu langkah yang dilakukan adalah memastikan bahwa dokumentasi resmi telah disiapkan dengan baik. Fotografer dan videografer dari Diskominfo dikoordinasikan untuk mengabadikan momen-momen penting selama acara berlangsung. Hasil dokumentasi ini nantinya akan digunakan sebagai materi publikasi di media sosial dan platform digital E-Radio Semarang seperti pemroduksian “*After Movie*”, sehingga dapat memperkuat citra dan *brand awareness* E-Radio di masyarakat.

2.4 Persiapan *Liaison Officer* Berkoordinasi dengan *Nano Influencer*

Dalam upaya memperluas eksposur E-Radio Semarang, strategi digital marketing menjadi salah satu pendekatan utama yang diterapkan, termasuk dengan melibatkan *Nano Influencer*. Tidak hanya sekadar bekerja sama dengan figur yang memiliki pengikut, tetapi juga memastikan bahwa influencer yang dipilih benar-benar relevan dengan target audiens kampanye ini. Langkah pertama dalam tahap ini adalah memilih dan menghubungi *Nano Influencer* yang sesuai. Setelah melakukan analisis terhadap berbagai profil influencer lokal, dipilihlah Rena Selvia S.H., seorang *Nano Influencer* yang aktif di media sosial dan memiliki keterlibatan tinggi dengan audiens yang relevan dengan kampanye E-Radio Semarang. Sebelum menghubunginya, dilakukan riset mengenai gaya komunikasi, karakter audiens, serta jenis konten yang biasa ia unggah, untuk memastikan bahwa pendekatan yang dilakukan bisa lebih personal dan efektif.

Rena Selvia S.H., (@renaaes) merupakan seorang Nano Influencer yang memiliki kehadiran digital yang kuat di Instagram dengan jumlah pengikut lebih dari 27 ribu dan memiliki 159 postingan inspiratif. Dengan latar belakang akademik yang mengesankan sebagai Walisongo Campus Ambassador dan predikat wisudawan terbaik dengan IPK 3,99, ia telah membangun citra sebagai figur muda yang inspiratif. Aktivitasnya di media sosial tidak hanya terbatas pada berbagi momen pribadi, tetapi juga aktif dalam memberikan konten edukatif, motivasi, serta pengembangan diri, yang relevan dengan audiensnya yang mayoritas terdiri dari mahasiswa dan anak muda.

Pemilihan Rena Selvia sebagai bagian dari kampanye promosi E-Radio Semarang bukan tanpa alasan. Sebagai Nano Influencer, ia memiliki *engagement rate* yang cukup tinggi, di mana interaksinya dengan pengikut terasa lebih personal dan dekat dibandingkan *influencer* dengan jumlah pengikut besar. Dengan audiens yang didominasi oleh generasi muda dan akademisi, pesan yang ingin disampaikan E-Radio dapat diterima lebih efektif dan natural melalui kontennya. Selain itu, reputasinya sebagai sosok yang berprestasi, komunikatif, dan aktif dalam berbagai kegiatan organisasi membuatnya menjadi figur yang kredibel dan sesuai dengan citra E-Radio Semarang yang ingin lebih dikenal sebagai platform informasi yang edukatif dan inovatif.

Melalui kolaborasi ini, diharapkan promosi E-Radio Semarang dapat menjangkau lebih banyak audiens, meningkatkan *brand awareness*, serta membangun koneksi yang lebih kuat dengan generasi muda yang menjadi target utama dari platform ini.