

BAB II

PERSIAPAN RANGKAIAN KEGIATAN KAMPANYE SEMARANG WEGAH NYAMPAH 2025

Sebagai Account Executive

2.1. Deskripsi Umum

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, organisasi kemahasiswaan, 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, organisasi kemahasiswaan yang peduli dengan lingkungan, dan UMKM lokal untuk mempromosikan produk ramah lingkungan; Wes Wayahe, WANI, adalah tantangan digital di Instagram yang

mengajak mahasiswa 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 kampanye langsung kepada mahasiswa tentang masalah plastik sekali pakai dan solusi penggantianannya.

2.2. Account Executive

Dalam struktur kerja komunikasi strategis, baik komersial maupun sosial, *Account Executive* (AE) adalah peran penting. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006), *Account Executive* adalah seorang profesional komunikasi yang berfungsi sebagai perantara antara organisasi (agensi atau tim pelaksana) dan klien, dan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa kebutuhan klien dapat diterjemahkan menjadi strategi komunikasi yang efektif dan efisien. *Account Executive* menjadi semakin penting dalam kampanye sosial karena tugasnya mencakup aspek teknis selain empati dan kerja sama.

Account Executive memiliki peran yang luas dan multidimensional dalam menjalankan kampanye pemasaran sosial Semarang Wegah Nyampah. Menjaga dan mempertahankan hubungan baik dengan klien, yaitu Bagian Humas Pemerintah Kota Semarang, adalah salah satu tugas utamanya. Hubungan yang berfokus pada profesionalitas dan kepercayaan dibangun melalui komunikasi yang responsif dan berkelanjutan. Dalam proses ini, komunikasi formal, seperti rapat koordinasi dan laporan kemajuan, dan komunikasi informal, dimaksudkan untuk meningkatkan hubungan kemitraan. *Account Executive* sangat penting untuk berkomunikasi dengan klien dan menjaga hubungan. Pemahaman ini mencakup analisis harapan, tujuan program, dan kebijakan komunikasi Pemerintah Kota Semarang. Pemetaan kebutuhan kemudian digunakan untuk membuat strategi komunikasi dan taktik kampanye yang relevan; contohnya adalah kegiatan *roadshow* "Dolan ing Kampus". *Account Executive* juga bertanggung jawab untuk menyusun dan menyampaikan proposal penawaran kegiatan, yang mencakup rincian program, target audiens, estimasi anggaran, dan metrik keberhasilan. Proposal disusun secara sistematis menggunakan teknik berbasis data dan konteks sosial yang aktual. Presentasi ini berfungsi sebagai tempat evaluasi bersama untuk meningkatkan

rencana kampanye agar semakin kontekstual dan implementatif dan juga meyakinkan klien.

Selain itu, *account executive* bertanggung jawab untuk menyusun dan menyampaikan proposal penawaran kegiatan. Proposal ini mencakup rincian program, target audiens, estimasi anggaran, dan indikator keberhasilan, dan disusun secara sistematis menggunakan teknik berbasis data dan konteks sosial yang aktual. Presentasi ini berfungsi sebagai tempat evaluasi bersama untuk meningkatkan rencana kampanye agar semakin kontekstual dan implementatif dan juga meyakinkan klien. Selain itu, *Account Executive* juga bertanggung jawab untuk menjalankan proses penawaran yang sesuai dengan kebutuhan klien, terutama dalam menjembatani nilai-nilai perubahan perilaku sosial yang diusung tim pelaksana dengan standar keberhasilan yang ditetapkan oleh lembaga pemerintah. Dalam konteks ini, *Account Executive* membuat materi penawaran yang menggabungkan komunikasi kreatif, edukasi lingkungan, dan partisipasi publik, yang semuanya selaras dengan tujuan utama program Semarang Wegah Nyampah. Melalui fungsi-fungsi ini, *Account Executive* berperan sebagai aktor utama dalam menjalin komunikasi antara pihak internal dan eksternal. *Account Executive* juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap tahap kampanye memenuhi ekspektasi klien dan memenuhi standar pemasaran sosial yang bertanggung jawab.

2.2.1 Menjalinkan Hubungan Profesional dengan Klien

Account Executive sangat penting untuk menjaga hubungan profesional dengan klien, yaitu Bagian Humas Pemerintah Kota Semarang, selama kampanye sosial "Semarang Wegah Nyampah". Karena hubungan ini mencakup proses komunikasi dua arah yang dinamis dan berkelanjutan, itu sangat penting untuk keberhasilan program. Untuk memperbarui perkembangan kampanye, menerima masukan dari klien, dan menyesuaikan kebutuhan teknis, *Account Executive* aktif berkomunikasi secara teratur melalui pertemuan *online* dan *offline*. Pola komunikasi yang fleksibel dan solutif ini menghasilkan kerja sama yang positif dan menyenangkan. Keberhasilan taktis kampanye dipengaruhi oleh hubungan yang baik, yang meningkatkan kredibilitas tim pelaksana kampanye secara keseluruhan. Dalam hal ini, *Account Executive* tidak hanya bertanggung jawab untuk menjaga

relasi personal tetapi juga bertindak sebagai perwakilan organisasi untuk berkomunikasi.

2.2.2. Membentuk Grup Komunitas dan Menyampaikan Informasi Kampanye

Account Executive membuat grup komunitas di *platform* WhatsApp selama proses persiapan kampanye sosial "Semarang Wegah Nyampah". Grup ini berfungsi sebagai tempat komunikasi internal antara pelaksana kegiatan dan mahasiswa yang berpartisipasi dalam kampanye. Grup ini berfungsi sebagai media utama untuk menyebarkan informasi satu arah. Ini termasuk pengumuman tentang tantangan yang sedang berlangsung, jadwal *roadshow* "Dolan Ning Kampus", dan pengingat untuk menggunakan barang ramah lingkungan. Dalam hal interaksi, grup ini tidak terbuka untuk semua anggota. Akibatnya, hanya pelaksana yang dapat mengirimkan pesan atau pengumuman untuk menjaga fokus komunikasi dan menghindari suara yang tidak penting.

Teori komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Robbins dan Judge (2013) sejalan dengan penerapan saluran komunikasi satu arah ini. Teori ini menyatakan bahwa pemilihan saluran komunikasi yang tepat dan penerapan struktur komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan organisasi mempengaruhi efektivitas komunikasi organisasi. Grup komunitas WhatsApp ini menjadi alat penting untuk memastikan bahwa pesan kampanye tersampaikan dengan cara yang konsisten, jelas, dan efektif kepada semua orang karena strukturnya yang terorganisir. Selain itu, tugas pelaksana untuk memberikan pengingat dan arahan mencerminkan peran strategis mereka sebagai komunikator utama, yang meningkatkan kepercayaan peserta terhadap kampanye.

2.2.3. Membuat Perizinan dan Koordinasi dengan Pihak Kampus

Susun dan mengirimkan surat perizinan resmi kepada kampus tempat *roadshow* adalah tugas *Account Executive*. Surat ini mencantumkan tujuan kampanye, jenis kegiatan, waktu pelaksanaan, dan kerja sama dengan pemerintah kota. *Account Executive* harus memastikan semua dokumen administratif, termasuk proposal kegiatan, rundown acara, dan surat rekomendasi dari klien, selama proses

ini. *Account Executive* juga berkomunikasi dan bernegosiasi dengan biro kemahasiswaan atau bagian kemitraan kampus setelah surat dikirimkan. Memperoleh izin tempat, fasilitas pendukung, dan teknis pelaksanaan kegiatan dilakukan secara persuasif dan profesional.

2.2.4. Memantau Partisipasi Mahasiswa dalam Challenge Kampanye

Account Executive juga bertanggung jawab untuk mengawasi partisipasi siswa dalam tantangan selama kampanye "Semarang Wegah Nyampah", yang berlangsung dari 4 hingga 21 Mei 2025. Sebagai bagian dari upaya perubahan perilaku, tantangan ini meminta siswa untuk mengunggah bukti penggunaan barang ramah lingkungan di media sosial. Dengan mencatat akun peserta, memeriksa unggahan secara teratur, dan memastikan penggunaan tagar resmi kampanye, *Account Executive* bertanggung jawab atas pengawasan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami dan menanggapi pesan kampanye.

2.2.5. Menyusun Anggaran secara Menyeluruh

Seluruh bagian kegiatan kampanye berada di bawah tanggung jawab *account executive* untuk menghitung dan membuat estimasi anggaran. Anggaran ini disusun secara menyeluruh dan rinci, termasuk perencanaan logistik, persyaratan untuk *roadshow* Dolan Ing Kampus, perlengkapan dekorasi, materi promosi, dan hadiah tantangan Wes Wayahe WANI, meskipun tidak ada dana yang digunakan. Sebaliknya, tim keuangan menilai barang-barang yang dibeli dari sponsor atau mitra dengan menggunakan harga pasar. Tujuannya adalah untuk tetap menjaga transparansi dan akuntabilitas kepada klien, yaitu Humas Pemerintah Kota Semarang. Sebagai contoh, jika sebuah UMKM memberikan 50 botol minuman ramah lingkungan kepada peserta, tim keuangan akan mengetahui harga eceran botol minuman tersebut di pasar, dan kemudian mencatat nilai kontribusi UMKM dalam bentuk estimasi uang. Oleh karena itu, semua barang yang digunakan untuk kampanye tetap memiliki nilai moneter yang dapat dipertanggungjawabkan secara administratif.

2.2.6. Mengatur Semua kebutuhan Logistik Acara

Account executive memastikan keberhasilan kampanye adalah mengatur kebutuhan logistik. Di empat universitas UNDIP, UNIKA, POLINES, dan UDINUS, tim logistik secara sistematis mengidentifikasi, mencatat, dan merencanakan kebutuhan barang dan alat pendukung untuk kegiatan Semarang Wegah Nyampah. Untuk memastikan bahwa seluruh kebutuhan ini tersedia sebelum jadwal pelaksanaan, tim logistik mengubah jumlah dan jenis barang sesuai dengan kapasitas tiap lokasi dan target peserta. Untuk memastikan logistik sesuai dengan skenario acara, persyaratan registrasi, masalah kampanye, dan penyebaran materi pendidikan di setiap universitas, koordinasi dengan divisi lain sangat penting.

2.2.7. Penyediaan dan Pengelolaan Peralatan *Campaign*

Account executive sangat penting selama tahap persiapan kampanye sosial "Semarang Wegah Nyampah" karena bertanggung jawab untuk memastikan semua kebutuhan fisik dan perlengkapan kampanye tersedia dengan baik di setiap lokasi kegiatan. Empat universitas di Kota Semarang: Universitas Diponegoro (UNDIP), Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS), Universitas Katolik Soegijapranata (UNIKA), dan Politeknik Negeri Semarang (POLINES) akan berpartisipasi dalam *roadshow* "Dolan Ning Kampus". Perencanaan logistik dimulai dengan menentukan kebutuhan utama untuk pameran. Ini termasuk peralatan pameran seperti kursi, meja, dan *X banner*, serta barang kampanye seperti botol ramah lingkungan dan tas. Tujuan dari barang-barang ini adalah untuk menampilkan materi kampanye dan menarik perhatian siswa sebagai sasaran utama program. Sebagian besar peralatan dibeli melalui pinjaman kepada kampus atau diberikan oleh klien, yaitu Humas Pemerintah Kota Semarang. Selain itu, tim logistik mencatat dan mendata inventaris untuk memastikan bahwa barang tersedia dan memadai untuk masing-masing lokasi. Kapasitas tiap kampus dan perkiraan jumlah peserta yang akan hadir menentukan jumlah dan jenis barang yang disesuaikan. Untuk memastikan kelancaran teknis di hari pelaksanaan, juga dilakukan koordinasi antar divisi dan pengaturan waktu distribusi barang.