

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Kerangka Pemikiran	9
1. <i>Government Public Relations</i> di Indonesia	9
2. Media Baru	15
3. Revolusi Humas.....	16
4. Strategi Diseminasi Informasai GPR melalui Media Baru.....	19
G. Kerangka Konsep	22
H. Metodologi Penelitian.....	25
1. Subjek Penelitian	27
2. Teknik Pengumpulan Data	27
a. Wawancara	27
b. Studi Dokumen	29
3. Teknik Analisis Data	29
 BAB II PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL	 32
OLEH GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS	32
A. <i>Government Public Relations</i>	32
1. Pengertian GPR	32
2. Peran GPR	33
3. Perkembangan GPR.....	37
4. GPR di Indonesia.....	40
B. <i>New Media</i> dan <i>Social Media</i>	43
1. <i>New Media</i> dan Berbagai Kebaruannya	43
2. Interaktivitas <i>New Media</i>	46
3. <i>New Media</i> dan <i>Social Media</i>	48
4. Penerapan <i>New Media</i> dalam GPR.....	50
C. Strategi Diseminasi Informasai GPR di era <i>New Media</i>	53

BAB III TINJAUAN UMUM KEMENSETNEG DAN BIRO HUMAS

KEMENSETNEG 57

- A. Kemensetneg dalam Struktur Pemerintahan RI..... 57
- B. Kemensetneg dari Masa ke Masa58
- C. Fungsi Kementerian Sekretariat Negara..... 62
- D. Visi, Misi, dan Struktur Kemensetneg..... 64
 - 1. Visi..... 64
 - 2. Misi..... 64
 - 3. Struktur Organisasi 66
- E. Biro Humas dalam Struktur Organisasi Kemensetneg 66
 - 1. Tugas dan Fungsi..... 66
 - a. Tugas 66
 - b. Fungsi 67
 - 2. Struktur Organisasi Humas Kemensetneg 68
 - a. Bidang Pengelolaan Informasi Publik (PIP)..... 69
 - b. Bidang Monitoring dan Analisis Jaringan (Monalisa) 70
 - c. Bidang Peliputan dan Dokumentasi (Peldok)..... 72
 - d. Bidang Diseminasi Informasi (Disfo)..... 73
- F. Gambaran Umum Penggunaan Media Baru di Biro Humas Kemensetneg..... 74

BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS DATA.....77

- A. Strategi Diseminasi Informasi G20 melalui Media Baru oleh Kemensetneg..... 77
 - 1. Pesan Utama Diseminasi Informasi Presidensi G20 Indonesia..... 77
 - a. Pesan Kunci 77
 - b. Tujuan Pesan Kunci..... 81
 - 2. Latar Belakang dan Urgensi Diseminasi Informasi Presidensi G20 Indonesia..... 82
 - 3. Target Publik Diseminasi Informasi Presidensi G20 Indonesia..... 93
 - a. Pandangan Masyarakat terhadap G20 93
 - b. Analisis Publik..... 95
 - 4. Pemilihan Media dan Pengemasan Pesan Presidensi G20 Indonesia..... 96
 - a. Strategi Diseminasi Informasi 96
 - b. Pemilihan Taktik Komunikasi 99
 - 5. Strategi Kolaborasi dalam Diseminasi Informasi G20 Indonesia 109
 - 6. *Timeline* Diseminasi Informasi Presidensi G20 Indonesia..... 110
 - 7. Efektivitas Diseminasi Informasi Presidensi G20 Indonesia 112
- B. Analisis Penerapan Konsep Media Baru dan GPR 4.0 dalam Strategi Komunikasi G20 oleh Humas Kemensetneg 113
 - 1. Pelaksanaan Tugas GPR 4.0 dalam Strategi Komunikasi G20 oleh Kemensetneg 113
 - a. Pelaksanaan Peran dan Tujuan Humas Kemensetneg dalam Diseminasi Informasi G20 Indonesia 114
 - 1. Tujuan Demokratis 114
 - 2. Tujuan Pragmatis..... 119

3. Tujuan Politik.....	123
2. Transformasi Humas 4.0 dalam Strategi Komunikasi G20 Humas Kemensetneg	125
3. Penerapan Media Baru dalam Strategi Komunikasi G20 oleh Humas Kemensetneg	130
a. Digitalisasi dan Konvergensi Media Komunikasi Kemensetneg	131
b. Peningkatan interaktivitas serta Konektivitas dari Penggunaan Media oleh Kemensetneg.....	132
c. Mobilitas dan Delokasi Proses Komunikasi oleh Humas Kemensetneg.....	144
d. Adaptasi Publikasi dan Peran Audiens dalam Media Komunikasi Kemensetneg	146
e. Terbukanya <i>Gateway</i> Media Komunikasi G20 Humas Kemensetneg ..	147
f. Fragmentasi dan Ketidakjelasan Batas dari “Lembaga Media’ sebagai Bagian dari Penerapan Strategi Komunikasi G20 oleh Humas Kemensetneg	149
g. Penggunaan <i>Platform</i> Perantara Daring oleh Humas Kemensetneg	150
h. Penggunaan Kecerdasan Buatan dan Analisis Prediktif oleh Humas Kemensetneg	153
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	158
A. Kesimpulan	158
B. Saran	160
1. Saran dan Rekomendasi bagi Humas Kemensetneg.....	160
2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	161
DAFTAR PUSTAKA	162
LAMPIRAN	174

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Analisis SWOT Strategi Komunikasi G20 Humas Kemensetneg.....	82
Tabel 4.2 <i>Digital Asset</i> Media Sosial dan <i>Website</i> Kemensetneg per 3 Januari 2023	87
Tabel 4.3 Strategi Komunikasi Kemensetneg	96
Tabel 4.4 Jenis Konten G20 yang Diproduksi oleh Humas Kemensetneg.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konsep.....	25
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Kemensetneg	66
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Humas Kemensetneg	68
Gambar 4.1 Pelaksanaan Webinar Setneg Mantul <i>Road to G20</i>	100
Gambar 4.2 Tampilan konten Setneg Sepekan.....	100
Gambar 4.3 Tampilan konten Setneg Proaktif	100
Gambar 4.4 Tampilan konten SetnegReal	101
Gambar 4.5 Tampilan konten Setnegpedia.....	101
Gambar 4.6 Tampilan konten Setneg Seru	102
Gambar 4.7 Tampilan konten umum informasi G20.....	102
Gambar 4.8 Tampilan konten rilis berita di media sosial.....	103
Gambar 4.9 Tampilan artikel rilis berita di <i>website</i>	103
Gambar 4.10 Tampilan konten infografik	104
Gambar 4.11 <i>Key visual guidance</i> untuk Akun G20 Indonesia	107
Gambar 4.12 <i>Timeline</i> Setneg Mantul <i>Road to G20</i>	111
Gambar 4.13 Tujuan dan tahapan perubahan rencana strategis Humas Kemensetneg	127
Gambar 4.14 Ringkasan akses informasi publik periode tahun 2021	136
Gambar 4.15 Tampilan konten kolaborasi Humas Kemensetneg di Instagram	148
Gambar 4.16 Tampilan analisis sentiment berita di media daring	154
Gambar 4.17 Tampilan analisis perkembangan persepsi <i>netizen</i> terhadap pelaksanaan G20	155