

ABSTRAK

Perkembangan *Government Public Relations* (GPR) khususnya di Indonesia telah mengalami perubahan yang cukup signifikan dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Hal ini salah satunya ditandai dengan semakin masifnya penggunaan *platform-platform* media baru oleh GPR. Selain itu, transformasi *public relations* juga telah mencapai versi 4.0. Namun, dalam penerapannya seringkali masih terdapat hal-hal yang kurang sesuai dengan konsep komunikasi melalui media baru. Realita ini ditunjukkan oleh sejumlah penelitian sebelumnya dengan topik terkait. Dari penelitian yang ada diperlukan adanya pembaruan demi menjaga relevansi dengan situasi dan kondisi yang terjadi di masa ini. Salah satu faktor utama yang melandasinya adalah pandemi Covid-19 yang telah mengubah sistem kerja GPR, termasuk penyampaian informasi kepada publik di dalamnya.

Terkait dengan maksud dan tujuan tersebut peneliti berusaha untuk melihat kondisi yang ada melalui studi kasus pelaksanaan strategi diseminasi informasi Presidensi G20 Indonesia 2022 oleh Humas Kemensetneg. Humas Kemensetneg menjadi salah satu kementerian yang dapat merepresentasikan kondisi humas pemerintah secara baik mengingat posisinya yang sangat strategis. Kemudian, G20 juga menjadi isu penting dan prioritas yang menjadi fokus perhatian pemerintah dan masyarakat. Oleh sebab itu, melalui strategi diseminasi informasi beserta dengan serangkaian terobosan dan inovasi yang ada, peneliti berusaha untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana tingkat kesesuaian secara praktis dari pelaksanaan GPR 4.0 dan penerapan konsep media baru melalui sejumlah teori tentang digital GPR dan media baru.

Kata kunci: humas pemerintah, media baru, strategi diseminasi informasi.

ABSTRACT

The development of Government Public Relations (GPR), particularly in Indonesia, has undergone significant changes in the last few years. This is indicated by the increasingly massive use of new media platforms by GPR. In addition, the public relations transformation has also reached version 4.0. However, in practice, there are often several things that are not under the concept of communication through new media. This reality is demonstrated by a number of previous studies on related topics. Based on existing research, it is necessary to update in order to maintain relevance to the current situation and conditions. One of the main underlying factors is the Covid-19 pandemic which has changed the GPR work system, including the delivery of information to the public in it.

Related to these aims and objectives, researchers are trying to see the existing conditions through a case study of information dissemination strategy of the 2022 Indonesia G20 Presidency communication strategy by the Public Relations Ministry of State Secretariat. Public Relations of the Ministry of State Secretariat is one of the ministries that can represent the state of government public relations well considering its very strategic position. Then, the G20 also became an important and priority issue that became the focus of the attention of the government and society. Therefore, through a information dissemination strategy along with a series of existing breakthroughs and innovations, researchers are trying to find out and explain how the level of practical compatibility of the implementation of GPR 4.0 and the application of new media concepts through several theories about digital GPR and new media.

Keywords: *Government public relations, new media, information dissemination strategy.*