

ABSTRAK

Komunikasi pemerintah pada masa transisi kekuasaan merupakan tantangan kritis dalam tata kelola negara demokratis, karena legitimasi pemerintahan baru ditentukan tidak hanya secara politis tetapi juga melalui persepsi publik yang dibentuk oleh komunikasi. Belum adanya kajian sistematis terhadap *Presidential Communication Office* (PCO) Republik Indonesia sebagai lembaga komunikasi kepresidenan pertama dalam sejarah Indonesia menjadikan penelitian ini penting untuk mengisi kesenjangan pemahaman tersebut. Penelitian ini mengkaji komunikasi publik sebagai praktik komunikasi strategis PCO RI selama masa transisi pemerintahan Joko Widodo ke Prabowo Subianto periode Agustus 2024–Mei 2025, menggunakan metode studi kasus kualitatif dengan kerangka analisis model Sanders pada dimensi makro, meso, dan mikro serta kerangka Hallahan pada lima domain komunikasi strategis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, analisis dokumen, dan observasi praktik komunikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PCO membangun struktur tiga kedeputian dengan sistem pemantauan berbasis kecerdasan buatan yang menghasilkan 1.809 produk komunikasi, mengorkestrasi 633 entitas pemerintah, dan menjangkau 875,6 juta tayangan kumulatif. Penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas komunikasi pemerintah modern memerlukan integrasi sinergis ketiga level komunikasi, penggunaan *soft power* dalam koordinasi lintas institusi, serta orientasi pembelajaran berkelanjutan.

Kata Kunci: *Komunikasi Publik, Komunikasi Strategis, Presidential Communication Office, Transisi Pemerintahan, Komunikasi Pemerintah*