



Kemenkeu Raih Penghargaan *Public Relations Campaign*

Jakarta, 15 Maret 2019 – Kementerian Keuangan (Kemenkeu) meraih penghargaan *Indonesia Branding Campaign of the Year 2019* dalam kategori *Public Relations Campaign* untuk kegiatan '*Annual Meetings World Bank Group 2018*'. Penghargaan ini melengkapi berbagai apresiasi atas penyelenggaraan *Annual Meeting World Bank Group 2018*. Capaian tersebut tidak lepas dari sinergi dengan berbagai pihak, khususnya Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Bank Indonesia, sehingga program komunikasi berjalan lancar dan sukses. Penghargaan ini juga merupakan sebuah pencapaian tersendiri karena bersaing dengan program-program yang dibuat oleh korporasi.

Atas penghargaan ini, Menteri Keuangan menyampaikan bahwa komunikasi merupakan faktor penting dalam sebuah proses kebijakan. Penghargaan ini merupakan apresiasi publik atas kinerja Pemerintah terkait penyelenggaraan *Annual Meeting World Bank Group 2018*. Kemenkeu tidak boleh lekas berpuas diri atas pencapaian yang diraih serta selalu belajar dan melakukan *self-improvement*, agar tetap *aware* terhadap perkembangan dunia komunikasi yang dinamis dan progresif.

Indonesia Branding Campaign of the Year merupakan bagian dari *Indonesia WOW Brand Festive Day 2019* yang digagas oleh MarkPlus, Inc. dan MarkPlus Insight sejak 2017 sebagai apresiasi pada *brand* yang memiliki strategi kampanye pemasaran yang tepat. *Indonesia Branding Campaign of the Year 2019* terdiri atas empat kategori, yaitu *Above The Line Campaign*, *Below The Line Campaign*, *Digital Campaign*, dan *Public Relations Campaign*. Penilaian pemenang penghargaan dikaji dan ditentukan oleh juri berdasarkan parameter kreativitas, angka *engagement*, *channel* kampanye, dan cara mengelola isu yang relevan dengan kondisi terkini.

Kepala Biro

Nufransa Wira Sakti