

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan yang akan dijabarkan sebagai berikut. Pemerintah Kota Tegal memanfaatkan berbagai media untuk mendistribusikan informasi. Media yang digunakan terbagi menjadi media baru atau internet, media massa, dan media luar ruang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Strategi yang digunakan oleh Pemerintah Kota Tegal dalam melaksanakan UU KIP adalah dengan memanfaatkan berbagai macam media yang ada. Namun belum semua media digunakan dengan maksimal. Seperti pada akun media sosial yang dimiliki, tidak digunakan dengan sesuai pada porsinya. Hal ini juga terlihat dari postingan yang ada pada akun twitter yang tidak terlalu aktif.

Dalam menyampaikan informasi juga tidak dilakukannya pemilihan media dengan khusus serta tujuan yang akan dicapai dari penyampaian informasi. Namun, hanya berfokus pada humas menyampaikan segala informasi yang perlu disampaikan, dan melihat seberapa besar cakupannya. Bila hanya berkisar pada kepentingan wilayah Kota Tegal, maka media yang dipilih hanya media internal Kota Tegal. Untuk itu, belum bisa dikatakan praktik pada kegiatan pengelolaan informasi di Pemerintah Kota Tegal sesuai dengan peraturan yang tertera pada Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Karena, masih ada beberapa hal yang perlu dibenahi. Seperti pengawasan pada pengumpulan informasi, penentuan informasi yang dikecualikan, pembentukan sekretariat PPID, dan pemanfaatan media baru yang belum berjalan untuk menyampaikan informasi.

Pada media yang digunakan untuk pengelolaan informasi, ditemukan bahwa dominasi dari jenis informasi yang ada di *website* adalah

informasi yang wajib disediakan setiap saat. Hal ini terlihat dari jenis informasi yang menyangkut pada kegiatan Walikota serta Wakil Walikota yang terangkum dalam panel berita pada *website* tegalkota.go.id. selain itu, juga termasuk dari agenda kegiatan seputar wilayah Kota Tegal, yang juga termasuk pada panel berita.

Strategi pemanfaatan media dari Pemerintah Kota Tegal dalam melaksanakan UU KIP, yang *pertama* adalah dengan menggunakan media baru atau internet. Pemerintah Kota Tegal memiliki *website* tegalkota.go.id untuk informasi yang bersifat ke Pemerintahan Kota Tegal, dan *website* ppid.tegalkota.go.id untuk melayani informasi publik. kedua *website* itu dikelola oleh Dishubkominfo. Pemerintah Kota Tegal menaruh daftar informasi publik pada *website* resmi milik mereka yakni tegalkota.go.id. kemudian, di dalam *website* tersebut terdapat *press release* yang berkaitan dengan kegiatan Walikota serta Wakil Walikota. Selain dirangkum dalam berita, aktivitasnya juga terdapat pada video *live streaming*. Pemanfaatan media baru juga meliputi penggunaan media sosial dalam penyampaian informasi Pemerintah Kota Tegal, yakni dalam akun *facebook* dan *Twitter*. Namun, kedua akun tersebut tidak lagi aktif digunakan karena penulis lihat sudah tidak lagi aktif dalam menyampaikan informasi melalui kedua akun tersebut.

Media *kedua*, Pemerintah Kota Tegal memanfaatkan media radio dan media cetak. Radio yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Tegal adalah Sebayu FM. Radio Sebayu dikelola langsung oleh Dishubkominfo. Kegiatan yang ada pada radio Sebayu adalah Walikota Menyapa.

Dimana acara tersebut merupakan tanya jawab dengan Walikota. Selanjutnya radio juga dimanfaatkan sebagai alat sosialisasi oleh SKPD yang ada di Kota Tegal dengan penyelenggara pihak Humas Pemerintah Kota Tegal. Selain itu juga tentang informasi seputar Kota Tegal yang dirangkum dalam iklan spot radio. Selanjutnya, Humas Pemerintah Kota Tegal memiliki majalah Warta Bahari yang terbit enam kali dalam satu tahun. Majalah ini berisi

seputar tema tertentu yang menyangkut kebijakan serta keadaan di sekitar wilayah Kota Tegal. Kemudian, Humas Pemerintah Kota Tegal juga menerbitkan tabloid yang berisi hari jadi Kota Tegal dengan masa terbit satu tahun sekali. Pembahasan yang ada didalamnya berupa kegiatan perayaan hari jadi yang dimeriahkan oleh keikutsertaan masyarakat Tegal dalam menyemarakkan jadi Kota Tegal.

Media *ketiga*, yang digunakan untuk berkomunikasi oleh Pemerintah Kota Tegal adalah media luar ruang. Seperti baliho *car free day*, ucapan Hari Raya oleh Pemerintah Kota Tegal dan Videotron yang memuat iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh Humas Pemerintah Kota Tegal. Media luar ruang yang ada rata-rata diletakkan di alun-alun Kota Tegal. Selanjutnya ada juga media internal Pemerintah Kota Tegal. Media internal yang ada adalah papan informasi, pengeras suara, tabloid hari Jadi Kota Tegal, majalah Warta Bahari yang terbit enam kali dalam satu tahun. Majalah dan tabloid yang dibuat didistribusikan kepada SKPD yang ada di Kota Tegal hingga ke Provinsi.

Selain berbagai media yang dimanfaatkan dalam penyampaian informasi, Pemerintah Kota Tegal juga melakukan arsip pada pemberitaan dalam bentuk kliping, dan dokumentasi kegiatan Walikota beserta Wakil Walikota yang dijadikan arsip juga. Kliping yang dilakukan meliputi pemberitaan *online* dan pemberitaan di surat kabar cetak. Kliping yang sudah selesai dibuat, di simpan menjadi satu bendel diurutkan berdasarkan bulan dan diambil dari surat kabar mana. Tidak hanya arsip kliping, Humas Pemerintah Kota Tegal juga melakukan dokumentasi pada setiap kegiatan yang ada di lingkungan Kota Tegal, terutama yang berkaitan dengan aktivitas Walikota dan Wakil Walikota Tegal. Dokumentasi kegiatan juga nantinya dimasukkan kedalam arsip yang diurutkan setiap bulan. Arsip dokumentasi foto dan video ini melalui tahap sortir terlebih dahulu, lalu setelah itu diberi *caption* dan tanggal kegiatan berlangsung. Arsip foto kemudian dicetak untuk diarsipkan. Hasil cetakan foto juga

ditempel dipapan informasi guna menunjukkan kegiatan Walikota dan Wakil Walikota. Namun untuk video disimpan didalam *external hard disk*.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Sehubungan dengan penelitian ini, ada keterbatasan yang peneliti alami dalam menyusun penelitian ini. Keterbatasan yang *pertama* adalah narasumber yang ditemui dilapangan ada beberapa yang menolak untuk diajak wawancara karena beranggapan untuk diwakilkan oleh Kepala Bidang saja. *Kedua* adalah terbatasnya waktu penelitian yang dilakukan dilapangan, yaitu sekitar satu bulan. *Ketiga*, data tentang pemohon informasi masih sedikit di website [ppid.tegalkota.go.id](http://ppid.tegalkota.go.id), sehingga data penelitian mengenai jumlah pemohon informasi publik belum bisa dilakukan secara maksimal.

## **C. Saran**

### **a. Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Apabila akan mengambil tema serupa, lebih baik memperdalam pada bagian pemanfaatan media secara khusus yang ada di lingkungan Pemerintah Kota Tegal. Karena peneliti tidak terlalu mengambil secara khusus media apa yang digali lebih lanjut dalam pemanfaatannya. Selain itu, penelitian selanjutnya juga bisa berfokus kepada bagaimana tanggapan masyarakat tentang aktivitas kehumasan dalam penyebaran informasi yang telah dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Tegal, karena pada penelitian ini, peneliti hanya menggali sedikit pada tanggapan masyarakat. Kemudian, penelitian selanjutnya bisa juga menggunakan metode lain yang berbeda dari penelitian ini, yakni metode analisis konten terhadap isi informasi yang disebar dari Pemerintah Kota Tegal kepada masyarakat luas.

b. Saran untuk Pemerintah Kota Tegal

Ada beberapa saran yang peneliti akan berikan kepada Pemerintah Kota Tegal. *Pertama*, perlu memberikan perhatian kepada hal – hal yang belum ditetapkan. Seperti, informasi yang dikecualikan. Karena apabila belum ditentukan akan menimbulkan banyak reaksi yang tidak diinginkan dari masyarakat luas. *Kedua*, informasi yang belum terkumpul untuk segera dikumpulkan agar ketika ada masyarakat yang meminta informasi apa saja dapat segera ditangani dengan cepat. *ketiga*, perbaikan fasilitas untuk mendukung pekerjaan karyawan, seperti listrik, dan komputer yang ada.

