

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen telah melaksanakan Strategi Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen dalam Memperkenalkan “Jelajah Sukowati” di *Website Sragenkab.go.id* dengan menggunakan teori menurut Cutlip and Center, yang terdiri dari *Defining the Problem, Planning and Programming, Taking Action and Communicating, Evaluating the Program*.

Pada strategi *Defining the Problem*, Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen menggali informasi dan fakta terkait potensi daerah dengan cara melakukan analisis terhadap media sosial. Hal ini dilakukan dengan mengumpulkan isu-isu serta respons masyarakat seperti komentar atau unggahan terkait potensi daerah Kabupaten Sragen. Tidak hanya itu, Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen juga menerima aduan langsung dari warga melalui WhatsApp tentang destinasi wisata untuk dipublikasikan. Setelah dilakukan pengumpulan informasi terkait potensi daerah Kabupaten Sragen, Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen menjadikan *website* resmi *Sragenkab.go.id* sebagai situs untuk memperkenalkan potensi daerah Kabupaten Sragen dengan memberikan menu “Jelajah Sukowati” untuk wadah publikasinya.

Pada strategi *Planning and Programming*, Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen menyusun program berdasarkan data yang terkumpul sebelum dipublikasikan melalui beberapa langkah yakni memisahkan menu "Berita" dan menu "Jelajah Sukowati" yang terdapa dalam satu *website* yakni *Sragenkab.go.id*. Dalam hal ini, pemisahan kedua menu tersebut terletak pada isi informasinya yang dimana menu "Berita" berisi khusus

tentang aktivitas Pemerintah Kabupaten Sragen, sedangkan menu "Jelajah Sukowati" berisi khusus tentang artikel potensi-potensi daerah Kabupaten Sragen. Adapun untuk mengulik informasi dari artikelnya, Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen berkolaborasi dengan pelaku UMKM serta terjun langsung untuk mewawancarai narasumber terpilih untuk sumber informasi. Tentunya informasi yang dipublikasikan harus menarik seperti pada saat momen tertentu. Dalam publikasinya, Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen juga mengolah satu konten utama dari website menjadi berbagai bentuk seperti flyer, softnews, atau video yang dipublikasikan ulang pada media sosial lainnya yakni instagram untuk menjangring *audiens* yang lebih banyak lagi.

Pada strategi *Taking Action and Communicating*, Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen melaksanakan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya yakni mempublikasikan artikel potensi daerah pada menu "Jelajah Sukowati" di *website Sragenkab.go.id*. Dalam hal ini, artikel tersebut juga diunggah dalam bentuk yang berbeda yakni *softnews* dan *flyer* yang diunggah di akun Instagram `@pemkab\_sragen`. Publikasi dengan bentuk dan tempat publikasi yang berbeda-beda ini bertujuan untuk menarik *audiens* yang lebih banyak lagi. Selain itu, pada tahap ini Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen juga melakukan *crosscheck* ulang unggahan artikel seperti pada isinya, dimana hal ini bertujuan untuk dapat memberikan informasi yang lebih banyak lagi.

Pada strategi *Evaluating the Program*, Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen melakukan evaluasi strategi yang sudah dilakukan dalam memperkenalkan "Jelajah Sukowati" untuk mengukur keberhasilan strategi tersebut. Dalam hal ini, Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen meninjau jumlah pembaca di menu "Jelajah Sukowati" sebagai indikator minat masyarakat dan pencapaian target.

Pada hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan SWOT menunjukkan bahwa 4 tahap yang ada telah dijalankan dengan baik. Pada tahap *Evaluating the Program*, penerapan strategi Humas Dinas Komunikasi dan

Informatika Kabupaten Sragen mempunyai kekuatan berupa monitoring respon masyarakat melalui data pemirsa sehingga dapat menjadi indikator konten yang diminati masyarakat. Adapun, pada tahap *Planning and Programming*, terdapat kelemahan yakni penggunaan waktu unggah artikel yang sesuai dengan momentum menyebabkan tidak konsistennya waktu unggah.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka perlu diberikan beberapa saran sebagai berikut.

- a. Penelitian ini hanya berfokus pada kajian penerapan strategi humas dengan menggunakan teori Cutlip, Center, and Broom yang terdiri dari *Defining the Problem, Planning and Programming, Taking Action and Communicating, Evaluating the Program*. Adapun penelitian selanjutnya dapat menggunakan teori strategi humas yang lain dalam pengkajiannya.
- b. Penelitian ini hanya mengkaji pengenalan “Jelajah Sukowati” melalui *website*. Pengkajian jelajah sukowati melalui media yang lain dapat digunakan sebagai sumber data dalam penelitian selanjutnya.
- c. Penelitian menyarankan kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen untuk melakukan monitoring dengan bentuk yang berbeda dalam tahap *Evaluating the Program*. Selain itu, pada tahap *Planning and Programming*, penelitian ini juga menyarankan kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sragen untuk menambahkan waktu unggah informasi secara berkala seperti sebulan sekali, dua bulan sekali, dan sebagainya.