

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan mengenai strategi *Public Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika R.I dalam menangani kasus – kasus pornografi dengan studi kasus *sticker* pornografi pada aplikasi Telegram, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang diperoleh dari *key informan*, dan *informan* sebagai berikut:

1. Contoh tujuan, strategi dan taktik *Public Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika R.I. Dalam tujuannya membulikasikan sesuatu yang baru kepada khalayak, Kemenkominfo melakukan kegiatan monitoring dan analisis berita yang dikategorikan positif atau negatif lalu dibuatlah *resume* berita yang disebar di website. Selanjutnya strategi, Kemenkominfo membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan media dalam memberikan pelayanan informasi melalui pengiriman formulir permintaan informasi publik ke pelayanan@mail.kominfo.go.id. Untuk taktik yang dilakukan Kemenkominfo adalah bukan hanya sekedar menampung opini dari masyarakat tetapi dilaksanakannya rapat pleno yang dihadiri pakar – pakar yang ahli dibidangnya.
2. Ada 7 strategi *Public Relations* yang dilakukan oleh Kemenkominfo mengatasi kasus – kasus pornografi, diantaranya:
 - a) *Publications* (publikasi) yang dalam hal ini bagaimana penyebaran, pelayanan, penyimpanan, pencarian, dan perolehan informasi yang dimiliki oleh public relations Kemenkominfo kepada khalayak. Media Center yang telah dibangun sejak tahun 2007 ini tersebar di berbagai Provinsi, Kabupaten dan Kota di Indonesia untuk pertukaran informasi termasuk kasus – kasus pornografi.
 - b) *Event* (acara) sebagai bentuk kegiatan yang dilakukan Public Relations dalam proses penyebaran informasi kepada publik, Kemenkominfo membuat kegiatan seperti Festival Media yang merupakan agenda tahunan Aliansi Jurnalis Independen yang disingkat AJI. Rangkaian kegiatan literasi dilakukan pada

Festival tersebut dengan tujuan memantau dan memonitoring perkembangan media sosial.

- c) *News* (pesan/berita) yang secara tidak langsung bisa membuka website resmi Kemekominfo yaitu kominfo.go.id atau email (pelayanan@mail.kominfo.go.id). Untuk secara langsung informasi bisa diperoleh pada Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi dengan mendatangi kantor Kemekominfo yang berada di Jalan Medan Merdeka Barat No. 9 Jakarta Pusat 10110 DKI Jakarta, Indonesia.
 - d) *Corporate identity* (citra perusahaan) dalam mengembangkan citranya, Kemekominfo berupaya secepat – cepat nya untuk menyelesaikan suatu masalah. Dengan 2 tindakan yaitu *cyber patrol* dan opini masyarakat sudah membantu dalam mengetahui konten – konten negatif dan mengatasi kasus – kasus pornografi.
 - e) *Community involvement* (hubungan dengan khalayak) seorang PR harus mampu berkomunikasi dengan baik untuk menyampaikan pesan, dalam hal ini hubungan Kemekominfo dengan media di konferensi pers dengan memberikan respon yang baik; mulai dari menampung hingga menjawab pertanyaan – pertanyaan dari media.
3. Selanjutnya empat tahapan proses strategi *Public Relations* Kementerian Komunikasi R.I dalam mengatasi kasus *sticker* pornografi pada aplikasi Telegram, yaitu:
- a) *Defining the problem*. Kemekominfo memonitoring dan menerima banyak sekali aduan dari masyarakat perihal kasus tersebut dan ditemukan juga kasus yang serupa seperti Whatsapp. Serta diketahui bahwa Telegam sebagai pihak penyelenggara tidak mengetahui bahwa ada *sticker* pornografi karena kurangnya pengawasan pada pihak ketiga sebagai pembuat *sticker*.
 - b) *Planning and programming*. Secara manual Kemekominfo menerima opini atau aduan konten negatif dari masyarakat, selanjutnya program *cyber patrol* atau memonitoring aduan dengan melaksanakan rapat pleno yang dihadiri oleh para ahli dibidangnya yang dalam hal ini *sticker* pornografi pada aplikasi Telegram. Adapun program lainnya, Kemekominfo memiliki alat baru dengan

sistem menjelajahi (*crawling*) dapat mencari dan menemukan konten – konten pornografi di pengawasan setiap media. Alat tersebut akan dioperasikan oleh tim yang terdiri atas 58 orang dan mulai berjalan pada tanggal 1 Januari 2018.

- c) *Taking action and communicating*. Humas Kemenkominfo melakukan konferensi pers dengan media dan menjelaskan bahwa Aptika sebagai user *takedown* Telegram karena melanggar UU ITE. Lalu mengirim email secara resmi yang berjangka waktu 2 – 4 hari kepada pihak Telegram untuk segera menindaklanjuti kasus *sticker* tersebut. Jika tidak direspon barulah dilakukan pemutusan akses (blokir) secara total.
- d) *Evaluating the program*. Kemenkominfo mempunyai kegiatan – kegiatan untuk mengevaluasi setiap program yang dilaksanakan. Kegiatan tersebut meliputi: plasma tv, videotrone, dan website yang biasanya dimonitoring oleh Biro Humas Kemenkominfo.

5.2 Saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan diatas mengenai strategi *Public Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika R.I dalam menangani kasus – kasus pornografi dengan studi kasus *sticker* Pornografi pada aplikasi Telegram, peneliti merasa ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Melakukan program seminar penanggulangan konten – konten negatif khususnya pornografi di setiap sekolah dan universitas.
2. Mempercepat publikasi terhadap media – media sosial lainnya untuk segera memberikan perwakilan dan juga PT yang berlandaskan hukum di Indonesia.
3. Mempublikasikan sejauh mana perkembangan dari program yang dilakukan Kemenkominfo terhadap alat baru yang menggunakan sistem menjelajahi (*crawling*)