

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uraian dan pembahasan penulisan terhadap data yang sudah diperoleh dari Kementerian Pertanian Republik Indonesia tepatnya pada Biro Humas dan Informasi Publik dengan judul “Strategi Humas Kementerian Pertanian Republik Indonesia Dalam Mensosialisasikan Informasi Publik Kepada Petani Indonesia (Studi Kasus pada *Website* [ppid.pertanian.go.id](http://ppid.pertanian.go.id)), maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Humas Kementerian Pertanian melakukan sosialisasi kepada masyarakat terutama petani karena sebagai implementasi Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, karena setiap badan publik wajib untuk menyebarkan informasi mengenai instansi tersebut agar lebih transparan dan juga sebagai mencerdaskan bangsa terutama petani Indonesia, selain itu juga berdasarkan hasil wawancara informan keempat dan kelima bahwa mereka sebagai petani dan peternak sangat membutuhkan informasi publik untuk menunjang kegiatan mereka sehari-hari, sehingga petani sangat membutuhkan website informasi publik [ppid.pertanian.go.id](http://ppid.pertanian.go.id) untuk mengetahui prosedur pengadaan alat dan mesin pertanian, bibit pertanian, dan semua yang ada kaitannya dengan pertanian maupun peternakan.
2. Pengelolaan Informasi Publik lingkup Kementerian Pertanian meraih penghargaan keterbukaan informasi publik dari KIP (Komisi Informasi Pusat) dengan kategori menuju informatif, dalam hal ini Humas Kementerian Pertanian khususnya PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) mengelola website [ppid.pertanian.go.id](http://ppid.pertanian.go.id) dengan baik dan selalu memberikan informasi yang terbaru yaitu dengan cara mengumpulkan beragam informasi pertanian maupun peternakan yaitu dengan cara bekerja sama 223 unit kerja PPID yang ada di pusat dan juga wilayah lingkup Kementerian Pertanian.

3. Strategi Humas Kementerian Pertanian dalam mensosialisasikan inovasi *Website* [ppid.pertanian.go.id](http://ppid.pertanian.go.id) kepada masyarakat umum terutama petani Indonesia yaitu dengan menggunakan 2 metode, yaitu secara langsung dan tidak langsung, metode secara langsung yaitu dengan cara komunikasi interpersonal kepada target audiensnya melalui kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh Kementerian Pertanian di berbagai wilayah yang ada di Indonesia. Sedangkan sosialisasi tidak langsung yaitu dengan menggunakan saluran komunikasi media massa atau menggunakan internet, media sosial yang dipakai adalah instagram yaitu [ppidkementan](https://www.instagram.com/ppidkementan), Facebook PPID Utama Kementan, twitter [ppidkementan](https://twitter.com/ppidkementan), *channel* youtube yaitu TV Tani Indonesia dan Kementerian Pertanian.
4. Berdasarkan data dilapangan dengan didukung oleh model proses pengambilan keputusan inovasi menurut Everett M. Rogers, bahwa suatu inovasi baru *Website* [ppid.pertanian.go.id](http://ppid.pertanian.go.id) yang dikomunikasikan melalui saluran komunikasi secara langsung maupun tidak langsung cukup berhasil, karena pesan yang disampaikan tersampaikan kepada komunikatornya, hingga dapat mempengaruhi individu tersebut untuk mengadopsi inovasi. Namun belum maksimal, karena kendala untuk menyebarkan informasi mengenai inovasi tersebut kepada masyarakat terutama petani Indonesia tidaklah mudah, hal ini dikarenakan membutuhkan SDM (Sumber Daya Manusia) yang banyak, karena sulit untuk menjangkau petani yang ada di seluruh Indonesia, selain itu juga Humas Kementerian Pertanian masih kurang fokus terhadap penyebaran informasi mengenai inovasi *Website* informasi publik, karena Humas tersebut memiliki fungsi dan tugas lain yang harus dikerjakan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penulisan yang dilakukan penulis terkait studi kasus dari Kementerian Pertanian mengenai *Website* informasi publik [ppid.pertanian.go.id](http://ppid.pertanian.go.id) dalam mensosialisasikan kepada petani Indonesia, Penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pihak Kementerian Pertanian Republik Indonesia disarankan untuk memperbanyak SDM (Sumber Daya Manusia) sebagai Humas untuk menjalin hubungan baik dengan *stakeholder* yaitu petani Indonesia melalui kegiatan pelatihan khusus bergabung dengan penyuluh pertanian diberbagai wilayah Indonesia kepada petani mengenai bagaimana caranya untuk mengakses *Website* informasi publik [ppid.pertanian.go.id](http://ppid.pertanian.go.id) demi menunjang kemajuan pertanian Indonesia dan sebagai implementasi keterbukaan informasi publik.
2. Kegiatan sosialisasi *Website* informasi publik melalui secara langsung maupun tidak langsung harus lebih terorganisir, karena berdasarkan data laporan *Website* [ppid.pertanian.go.id](http://ppid.pertanian.go.id) masih sangat sedikit yang mengakses dari kalangan petani. Sangat disayangkan jika meraih penghargaan kategori menuju informatif dari KIP (Komisi Informasi Pusat) namun pesan tersebut tidak sampai ke sasarannya yaitu Petani Indonesia
3. Kementerian Pertanian harus memperhatikan saluran komunikasi yang digunakan sesuai dengan kelompok adopternya, apakah alat yang digunakan efektif atau tidak, karena sebagian petani indonesia terlalu pasif terhadap perkembangan teknologi.