

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada dasarnya tujuan pelaksanaan pengadaan barang/jasa adalah sebagai memenuhi kebutuhan akan barang atau jasa sebagai penunjang pekerjaan di sebuah organisasi baik dalam kemeterian, pemerintahan maupun perusahaan swasta. Pengadaan barang/jasa seluruh dananya dibiayai oleh APBN/APBD yang dilaksanakan secara efisien, efektif, transparansi, terbuka, adil dan akuntabel. Pada kegiatan pelaksanaan kegiatan pengadaan barang/jasa khususnya pada Biro Humas Sistem Informasi dan Umum yang bertugas untuk melaksanakan urusan hubungan masyarakat, pengelolaan data dan teknologi informasi, pengelolaan barang milik negara, Pengadaan Barang/Jasa, rumah tangga, arsip, dokumentasi, persuratan, protokol, tata usaha lembaga dan tata usaha pimpinan, perpustakaan serta ketatausahaan Biro Hubungan Masyarakat, Sistem Informasi dan Umum.

Dalam menjalankan tugasnya Biro Humas atau bisa disebut sebagai *Public Relations* memiliki 4 Peran yaitu Penasehat Ahli, Fasilitator Komunikator, Fasilitator Pemecahan Masalah dan Teknisi Komunikasi. Dalam menjalankan peranan tersebut tentu harus adanya fungsi komunikasi yang terjalin dengan baik dari internal kepada eksternal dan dapat mengatasi *hoax* yang beredar dengan mengatasnamakan LKPP, selain dapat memberikan penilaian yang negatif tentu saja akan mempersulit para masyarakat yang menggunakan jasa LKPP. Upaya yang dilakukan Biro Humas LKPP untuk mencegah terjadinya *hoax* dengan cara kecepatan dalam mengantisipasi dan menggunakan media monitoring untuk memantau setiap informasi yang beredar, jika dirasa media monitoring kurang efektif dalam mencegah *hoax* lebih baik *public relations* LKPP mempelajari mengenai penggunaan aplikasi *hoax checker* agar dapat mempermudah masyarakat dalam penggunaannya.

*Hoax* yang terjadi pada LKPP ini adalah surat undangan palsu, surat sosialisasi palsu, informasi lowongan palsu, dan penipuan melalui sms/whatsapp yang mengatasnamakan LKPP dengan pemungutan biaya sehingga membuat LKPP memiliki sentimen negatif dimata masyarakat dan harus ditanggapi dengan

benar agar tidak terjadi lagi kedepannya dan merugikan banyak orang yang menggunakan jasa dari LKPP ini.

Faktanya Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah ini masih menemukan beberapa kendala internal yang dihadapi oleh Biro Humas LKPP yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia dalam pengelolaan e-pengadaan dan e-katalog karena respon yang dimiliki masih lambat, sedangkan untuk kendala eksternal adalah kurangnya pengawasan terhadap informasi palsu (*hoax*) dan pemberitahuan mengenai waspada nya *hoax* pada media sosial yang mereka miliki. Selain itu, kendala yang dialami juga belum cukup dikenal oleh masyarakat luas selain pengguna dari jasa LKPP.

## 5.2 Saran

1. Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah khususnya Biro Humas Sistem Informasi dan Umum harus selalu memiliki sikap waspada terhadap *hoax* yang beredar dengan mengatasnamakan LKPP karena akan merugikan masyarakat dan membuat penilaian buruk dimata *stakeholders* dan masyarakat
2. Program kerja dan kinerja yang dilakukan kedepannya lebih banyak melibatkan masyarakat agar dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat bahkan yang tidak menggunakan jasa LKPP, karena sangat disayangkan instansi pemerintah ini belum banyak diketahui luas oleh masyarakat.
3. Meningkatkan kualitas dalam melayani dengan memanfaatkan sebuah teknologi yang semakin memudahkan praktisi *public relations* dengan mempelajari penggunaan aplikasi *hoax checker* agar dapat digunakan oleh masyarakat sendiri dan mempersingkat waktu kerja *public relations* karena tidak perlu memantau seluruh berita yang ada.