

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penyajian data yang telah diuraikan, serta didasarkan pada hasil analisis data dari penelitian tentang Kampung Bahasa sebagai *City Branding* Kota Pare Kediri, maka dapat disimpulkan secara keseluruhan jawaban inti dari penelitian ini, yang tujuannya untuk menjawab fokus penelitian yang telah dipaparkan. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah :

#### **1. Upaya Pemerintah Kabupaten Kediri dalam mengkomunikasikan *brand* kota Pare kepada Publik melalui kampung bahasa**

##### **a. Komunikasi Pemerintah melalui kegiatan kepariwisataan**

Komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Kediri yang dilakukan melalui kegiatan kepariwisataan berbentuk Pekan Budaya dan Pariwisata, Festival Kelud, *travel dialog*, studi banding, penjurian lomba dan *road show* dan kegiatan kepariwisataan yang melibatkan aktifis atau perwakilan dari kampung bahasa Pare. Hal ini berfungsi sebagai usaha untuk memperkenalkan dan mempromosikan potensi kabupaten Kediri serta membangun *brand* kota Pare agar lebih eksis, dinamis, dan membentuk masyarakat yang sadar wisata di Kabupaten Kediri.

- b. Komunikasi Pemerintah melalui media promosi pariwisata, media tradisional, serta media komunikasi berbasis internet dan teknologi

Komunikasi yang dilakukan pemerintah untuk membangun *brand* kota Pare melalui media promosi pariwisata berupa gapura selamat datang, buku panduan wisata, brosur wisata, CD pariwisata. Selain itu Pemerintah Kabupaten Kediri juga menggunakan media komunikasi untuk menyebarkan informasi-informasi penting segala hal tentang kabupaten Kediri. Media yang digunakan yakni media online berupa website kabupaten Kediri [www.kedirikab.go.id](http://www.kedirikab.go.id), media tradisional berupa pertunjukan rakyat, media elektronik berupa radio dan televisi, dan media cetak berupa majalah kominfo.

- c. Komunikasi melalui media massa

Komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Kediri untuk menginformasikan kebijakan pemerintah melalui media massa dan hubungannya dengan insan pers.

## **2. Bentuk Kerjasama Pemerintah Kabupaten Kediri dalam Menjalin Hubungan dengan *Stakeholder***

- a. Pengadaan Informasi Pariwisata dengan Asosiasi Perusahaan *Tour and Travel*

Bekerjasama dengan biro perjalanan, hotel, dan restoran untuk memberikan informasi kepada wisatawan atau pengunjung di

kabupaten Kediri, dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi mengenai fasilitas umum dan akses transportasi menuju tempat-tempat fasilitas tertentu.

- b. Pengawasan Siaran Media dengan Komisi Penyiaran Indonesia dan Pengadaan Jaringan Internet Sekolah Dasar bersama Telkom Indonesia

Melakukan pengawasan langsung bersama Komisi Penyiaran Indonesia dalam memantau penyiaran-penyiaran pesan dan informasi umum di media penyiaran. Pengadaan jaringan internet di tingkat Sekolah dasar untuk menunjang aktivitas belajar mengajar dalam dunia pendidikan.

- c. *Gathering* dan Sarasehan dengan Media Massa

Sarasehan bersama rekanan media berfungsi untuk menjaga kemitraan dan silaturahmi dengan insan pers, agar bisa menciptakan iklim yang baik antara pemerintah dengan media massa guna mendapatkan kerjasama yang saling menguntungkan.

## **B. Rekomendasi**

Setelah mendapatkan hasil dari penelitian ini, maka kami sebagai peneliti juga memiliki beberapa saran untuk memajukan pendidikan di ilmu komunikasi dan public relations, dalam kajiannya tentang *city branding* untuk kota atau kabupaten. Rekomendasi ini juga berlaku untuk seluruh elemen yang

terlibat dalam penelitian, khususnya untuk mendukung penelitian tentang Kampung Bahasa sebagai *City Branding* Kota Pare Kediri.

### **1. Diri Sendiri**

- a) Meningkatkan keaktifan dalam kegiatan penelitian
- b) Menambah pengalaman melalui observasi lapangan.
- c) Sering mengunjungi perpustakaan untuk mendapatkan referensi bacaan tentang kajian ilmu komunikasi, *public relations*, dan *branding*.
- d) Menyadarkan diri akan pentingnya kebutuhan informasi dan pemaknaan dalam *branding public relations* dan ilmu komunikasi.

### **2. Lembaga Pemerintah Kabupaten Kediri**

- a) Menyediakan fasilitas, media, dan sarana bagi kampung inggris untuk mendukung kegiatan *city branding* kota Pare, oleh Pemerintah Kabupaten Kediri.
- b) Memaksimalkan media komunikasi dan dalam penyebaran informasi tentang *city branding* kota Pare kepada publik dan *stakeholder*.
- c) Selalu mengupdate berita-berita yang teraktual pada media massa terutama informasi untuk perkembangan kampung inggris dan promosi potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Kediri.
- d) Mengintensifkan kegiatan atau event-event khusus yang dapat mengangkat identitas kota Pare dan Kabupaten Kediri agar bisa berkembang menjadi yang lebih baik.

- e) Menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk menetapkan perencanaan pembangunan identitas kota Pare dan Kabupaten Kediri agar bisa mendapatkan pencitraan yang baik dari publik.

### **3. Lembaga Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

- a) Memandu para peneliti untuk melakukan penelitian
- b) Membantu memecahkan masalah yang dihadapi oleh para peneliti
- c) Memberikan standart dan pedoman penelitian yang baku, agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menyusun laporan skripsi yang diakibatkan pemahaman dosen yang berbeda-beda
- d) Sebagai konsultan atau pelayan bagi seluruh elemen yang terlibat dalam penelitian
- e) Serta bersedia mengoreksi dan mengevaluasi setiap hasil penelitian.