

BAB IV

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Pemerintahan Kota Tanjungpinang yakni strategi *city branding* melalui slogan Kota Gurindam Negeri Pantun, dapat ditarik kesimpulan yaitu Pemerintah Kota Tanjungpinang melakukan 3 tahapan dalam membranding kota dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Perencanaan dimulai dari penerapan visi dan misi yang diusung oleh kepala daerah dan dilaksanakan oleh Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Tanjungpinang. Selanjutnya Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Tanjungpinang membentuk tim *city branding*. Tim ini merancang program-program yang berkaitan dengan slogan Kota Gurindam Negeri Pantun dan mengevaluasi program serta slogan yang pernah diusung sebelum dan sesudahnya.

Program yang sejalan diantaranya adalah peningkatan infrastruktur, pembangunan fisik, dan penerapan melalui media-media. Program-program tersebut berfokus untuk mengenalkan kota Tanjungpinang sebagai kota yang kental dengan roh kesusastraannya dalam mendatangkan wisatawan. Dalam strategi komunikasi *city branding* ini juga menampilkan kekhasan budaya Melayu di Tanjungpinang, serta

keramah-tamahan masyarakat Kota Tanjungpinang, dan menjadi gerbang wisata bahari dan kerajaan Melayu serta tempat belajar mendalami mengenai sastra lisan.

Dan pada penelitian ini juga ditemukan bahwa *city branding* yang telah dilakukan oleh tim telah baik. Tim *city branding* ini, memfokuskan dalam peningkatan infrastruktur untuk menunjang *city branding*. Namun, dianggap masih kurang dengan pemanfaatan media dan sosialisasi kepada SKPD terkait yang masih belum terkoordinir dengan baik.

B. Saran

Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Pemerintah Kota Tanjungpinang harus lebih meningkatkan koordinasi berbentuk komunikasi dengan SKPD terkait untuk menunjang program *city branding* guna menyatukan persepsi.
2. Pemerintah Kota Tanjungpinang seharusnya lebih meningkatkan sosialisasi promosi kota melalui slogan Kota Gurindam Negeri Pantun, baik kepada masyarakat juga para stakeholder terkait.
3. Pemerintah Kota Tanjungpinang seharusnya lebih memanfaatkan media untuk mensosialisasikan program *city branding* melalui slogan Kota Gurindam Negeri Pantun.
4. Pemerintah Kota Tanjungpinang seharusnya lebih memfokuskan satu slogan untuk melakukan *city branding* yakni slogan Kota

Gurindam Negeri Pantun karena menurut hasil wawancara dengan informan penelitian, slogan Kota Gurindam Negeri Pantun lebih mencangkup keberbagai sektor.

5. Slogan Kota Gurindam Negeri Pantun seharusnya di perbaharui dengan bahasa Internasional karena stakeholder dalam program ini didominasi oleh wisatawan dari mancanegara.
6. Jika penelitian ini akan dilanjutkan maka sebaiknya peneliti harus lebih melihat kondisi pemerintah pada umumnya, karena setiap kepala daerah memiliki strategi yang berbeda pula. Dan selanjutnya melihat kondisi masyarakat dikota tersebut agar dapat menilai keselarasan antara kebijakan pemerintah dan kondisi masyarakat pada umumnya.