

BAB VI KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi sosialisasi dalam relokasi pasar Kota Solok telah sesuai dan memenuhi semua unsur dalam proses komunikasi dimana terdapat komunikator. Adanya pesan yang disampaikan, adanya komunikan, dengan memakai saluran/ media yang digunakan dalam sosialisasi tersebut namun belum dapat dikatakan efektif karena belum terlaksana maksimal.

Proses komunikasi dalam sosialisasi relokasi dalam hal ini melibatkan komunikator yang berwenang dalam hal ini adalah Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Solok. Komunikator telah memenuhi syarat sebagai komunikator yang baik, memiliki *credibility*, *attractive*, dan *power*. Dari segi penyampaian pesan pertama yang dilakukan dengan metode persuasif dan mudah dimengerti. Namun setelah berjalan beberapa waktu terjadi penyampaian pesan yang bersifat koersif. Dari segi media yang digunakan adalah media komunikasi langsung (*face to face*), melalui surat pemberitahuan dan surat teguran, dan menggunakan media massa lokal. Dapat dikatakan proses komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Solok belum terlaksana secara efektif.

Efektivitas komunikasi dalam sosialisasi relokasi Pasar semi tradisional modern Kota Solok dapat ditinjau dari beberapa aspek. Pertama, pemahaman. Hal ini dilihat dari banyak munculnya persepsi yang berbeda-beda dari kalangan pedagang mengenai program relokasi ini, sehingga sulit untuk memberikan

pemahaman dalam proses sosialisasi. Kedua, Faktor Kesenangan, Ketiga, Pengaruh pada sikap. dan keempat, Faktor Hubungan yang makin baik. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Solok kurang efektif sehingga hasil yang di dapat belum maksimal.

5.1 Saran

1. Pemerintah dalam setiap program pembangunan perlu memperhatikan apa yang menjadi keinginan dari masyarakat, sehingga dalam apapun program pembangunan dapat terlaksana dengan baik
2. Perlunya koordinasi yang baik antar kelompok dalam proses relokasi ini antar pemerintah dengan pedagang. Dan juga efektivitas komunikasi internal dalam organisasi perlu juga untuk ditingkatkan. Sehingga setiap personil dapat memberikan kontribusi terbaik dalam menyukseskan program yang telah direncanakan
3. Dalam pengembangan pasar semi tradisional modern untuk jangka panjang perlu diikutsertakan/ mengajak pihak ketiga sehingga mampu menjadi penarik pengunjung ke pasar semi tradisional modern Kota Solok.
4. Perlu media promosi untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas baik berupa spanduk, maupun iklan di radio bahwa pasar tersebut sudah aktif
5. Pemerintah harus memberikan informasi kepada masyarakat luas bahwa pasar ini memang modern tetapi konsep dalam aktivitas perdagangannya



masih masih berlaku sistim tawar menawar dengan harga yang tidak terlalu mahal.

