

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Diskominfo, Statistik dan Persandian menggunakan program yaitu program Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) pada program pemberdayaan masyarakat serta program smart city dalam mengimplementasikan visi Pekanbaru Kota Metropolitan Madani kepada masyarakat kota Pekanbaru.
2. Strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo, Statistik dan Persandian adalah penentuan sasaran masyarakat, penentuan tujuan umum dan khusus, penentuan pesan persuasif dan informatif kepada masyarakat, penentuan media yaitu media cetak melalui Surat Kabar Harian Riau Pos, media elektronik melalui Riau Televisi dan RRI Pekanbaru, media online melalui website, laman facebook, media InfoPku.com, media luar ruang digital melalui videotron dan evaluasi strategi komunikasi.
3. Hambatan dalam program ini adalah kurangnya sumber daya manusia pada Diskominfo, Statistik dan Persandian yang mengakibatkan munculnya hambatan dalam proses penyampaian pesan disebabkan karena berbeda nya gaya komunikasi serta iklim ketika dibentuknya tim gabungan dari dinas lain untuk proses sosialisasi. Hambatan lainnya adalah masih adanya masyarakat yang belum memahami pesan dari program ini dikarenakan masih adanya perbedaan antara komunikator yakni Diskominfo, Statistik dan Persandian kepada khalayak baik dari aspek pendidikan, pekerja, hingga lingkungan sosial budaya masyarakat.

## 5.2 Saran

1. Mengidentifikasi secara mendetail konsep serta gagasan dalam upaya pemberian informasi sebaiknya dilakukan Diskominfo, Statistik dan Persandian.
2. Pembaharuan strategi merencanakan pesan, Diskominfo, Statistik dan Persandian diharapkan mampu untuk memperbaharui setiap pesan yang disampaikan.
3. Evaluasi dilakukan minimal dalam satu bulan sekali dalam strategi komunikasi dipertahankan.
4. Bagi peneliti yang ingin melakukan riset terkait program Pemerintah Kota Pekanbaru yaitu Program Pemberdayaan Masyarakat ataupun Program *Smart city* dapat melihat melalui teori difusi inovasi yang menjadi pembaharuan dari penelitian ini terkait pendekatan *public relations* dalam melaksanakan sebuah strategi komunikasi.

