

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas bersama teori yang digunakan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pemerintah Kota Pariaman telah berupaya memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat tentang konsep *smart city*. Upaya edukasi dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, bimbingan teknis dan komunikasi informal. Meskipun begitu, masyarakat belum merasa teredukasi dan menginginkan suatu bentuk edukasi yang lebih menjurus ke bidang-bidang yang mereka minati. Komunikasi informal yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat perlu dilakukan dengan menganalisis latar belakang masyarakat yang akan diundang agar tercipta pemahaman yang sama antara pemerintah dengan masyarakat sehingga menciptakan sebuah komunikasi yang efektif. Proses komunikasi ini menjadi pengalaman komunikasi yang cukup berharga dan patut dijadikan sebagai bahan evaluasi. Pemerintah Kota Pariaman berupaya menerapkan konsep *smart city* dengan adanya motif mengikuti perkembangan zaman, motif keberhasilan daerah lain yang sebelumnya telah menerapkan konsep ini dan motif kesejahteraan masyarakat.
2. Berbekal pengalaman komunikasi dengan pemerintah dan internet, masyarakat ikut membantu pemerintah dalam mengedukasi masyarakat lainnya tentang konsep *smart city*. Dalam proses edukasi ini, masyarakat menggunakan bahasa yang lebih sederhana dan dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Motif menjadikan kota lebih berkembang dan motif peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menjadi alasan masyarakat Kota Pariaman mendukung penerapan Pariaman *Smart City*.
3. Konsep *smart city* dimaknai secara beragam oleh pemerintah dan masyarakat Kota Pariaman. Pemerintah dan masyarakat memaknai konsep *smart city* sebagai perubahan dalam pemerintahan dan pengelolaan daerah, pemanfaatan teknologi dalam mempermudah aktifitas, kreatifitas dalam segala bidang, efektifitas dalam birokrasi pemerintah, dan harapan untuk masa depan.

Ragam makna yang dimiliki mendorong mereka untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam konsep *smart city* tersebut.

## 6.2 Saran

1. Masyarakat Kota Pariaman masih memahami konsep *smart city* dari beberapa dimensi *smart city* yakni *smart living*, *smart economy* dan *smart people* secara terpisah-pisah sehingga mengakibatkan terjadinya kesalahan dalam pemaknaan *smart city* tersebut. Hal ini dapat disebabkan masih kurangnya edukasi dari pemerintah Kota Pariaman kepada masyarakat tentang konsep *smart city* yang akan diterapkan di Kota Pariaman secara menyeluruh dan utuh, sehingga masyarakat mencoba memahami konsep tersebut dengan caranya sendiri. Oleh karena itu, pemerintah Kota Pariaman disarankan untuk lebih mengedukasi masyarakat tentang *smart city* dengan menyediakan waktu khusus membahas dan menjelaskan secara lebih mendalam tentang enam dimensi yang menunjang terwujudnya *smart city* tersebut yakni *smart government*, *smart living*, *smart economy*, *smart people*, *smart tourism*, dan *smart mobility*. Tidak hanya pemerintah, dukungan yang kuat dari masyarakat akan membantu terwujudnya *smart city* tersebut. Dukungan akan muncul jika terdapat pemahaman yang sama antara pemerintah dengan masyarakat tentang konsep *smart city* yang diusung oleh Pemerintah Kota Pariaman. Masyarakat seharusnya juga lebih aktif dalam mencari tahu dan memahami tentang konsep *smart city* ini. Dengan adanya sinergi dari semua pihak ditunjang dengan fasilitas dan program yang terus dikembangkan, perlahan tapi pasti Kota Pariaman akan bisa terus berkembang menuju impian menjadi *smart city* secara utuh dalam jangka yang cepat ke depannya.
2. Pada saat peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan informan didapatkan fakta bahwa masih ada sebagian masyarakat yang telah mengetahui tentang konsep *smart city* namun belum menerapkan konsep *smart city* dalam kehidupan mereka sehari-hari. Mereka belum mandiri dan masih menunggu bantuan dari pemerintah. Oleh karena itu, peneliti

menyarankan kepada peneliti berikutnya untuk menggali secara lebih mendalam alasan mereka untuk tidak menerapkan konsep ini dalam kehidupan mereka sehari-hari.

3. Penelitian ini secara akademis memberikan manfaat tentang betapa pentingnya penguatan terhadap keberadaan sebuah *city branding* yang dibuat dengan melakukan beberapa langkah yaitu mengidentifikasi aset, nilai budaya dan kearifan lokal yang dimiliki, menentukan tujuan yang ingin dicapai dengan adanya *city branding* tersebut, melakukan komunikasi secara berulang kepada seluruh stakeholder dan menciptakan koherensi dan keseragaman makna tentang *city branding* yang dibuat tersebut. Adanya keseragaman makna dan pemahaman tentang tujuan yang ingin dicapai dengan pembuatan *city branding* tersebut dapat mendorong seluruh stakeholder memberikan dukungannya dalam bentuk apapun.

