

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Pemerintah Kota Madiun Mengedepankan adanya pendekatan riset berupa dialog langsung dengan masyarakat dan *stakeholder* (khususnya perguruan pencak silat) untuk menangkap aspirasi terkait *City Branding* Kota Madiun Kota Pendekar, dengan melakukan berbagai rapat dan safari pada berbagai wilayah kelurahan di Kota Madiun.
2. Dalam strategi implementasinya, program *City Branding* Kota Madiun Kota Pendekar, terintegrasi dengan program *Smart City* Kota Madiun yang merupakan sebuah program peningkatan kualitas hidup, dengan *branding* pada bagian program *Smart Branding*, serta mengedepankan nilai kearifan lokal dalam usaha mempromosikan *City Branding* Kota Madiun Kota Pendekar. Pada bentuk komunikasinya, Pemerintah Kota Madiun melakukan promosi dengan membagi target audiens kedalam dua golongan yaitu masyarakat lokal serta masyarakat yang ada diluar Kota Madiun.
3. Pemerintah Kota Madiun menggunakan empat komponen utama pembentuk identitas dalam kegiatan *City Branding* Kota Madiun Kota Pendekar, dengan mayoritas komponen merupakan model promosi fisik seperti fesyen, *landmark*, *event* serta logo.
4. Secara umum Pemerintah Kota Madiun melakukan kegiatan *branding* dengan tujuan utama untuk membangun ekosistem pariwisata, ekosistem bisnis berupa ekonomi kreatif serta penataan wajah kota. Selain menjawab tujuan utama tersebut, Pemerintah Kota Madiun juga menargetkan adanya proses konsolidasi antar perguruan pencak silat, untuk menciptakan suasana Kota Madiun yang aman dan damai.
5. Dalam pengelolaan aset terkait program *branding*, Pemerintah Kota Madiun, memiliki tiga OPD sebagai *leading sectors* utama dalam kegiatan

City Branding Kota Madiun, yaitu Disbudparpora Kota Madiun, Diskominfo Kota Madiun serta Bappeda Kota Madiun. Dengan fungsi *branding* yang berpedoman RPJMD serta *roadmap smart city* Kota Madiun 2019-2024.

5.2 Saran

Saran yang penulis berikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah :

1. Diharapkan Pemerintah Kota Madiun segera membuat regulasi yang mengatur dan melindungi berbagai elemen *City Branding* Kota Madiun Kota Pendekar yang ada, baik melalui adanya Perwal maupun Perda, sehingga turunan program terkait *City Branding* dapat konsisten dalam pelaksanaannya serta sesuai dengan target RPJMD serta *Roadmap Smart City* Kota Madiun 2019-2024.
2. Pemerintah Kota Madiun diharapkan dapat menggandeng dan melibatkan pihak ahli dalam penyusunan logo *City Branding* Kota Madiun Kota Pendekar, sehingga logo *City Branding* Kota Madiun Kota Pendekar, dapat diterima oleh semua khalayak.
3. Melakukan inovasi program promosi yang tidak hanya berbasis *event* fisik serta membangun *landmark*, namun juga dapat melakukan optimalisasi serta promosi *City Branding* Kota Madiun secara digital, sesuai dengan perkembangan era modern saat ini.
4. Melakukan kegiatan evaluasi dan peninjauan kembali terkait konsistensi pada tiap program *City Branding* seperti adanya inkonsistensi pada tiap komponen identitas *City Branding* Kota Madiun yang telah dilaksanakan agar lebih baik.
5. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan penelitian terkait efektivitas program *re-branding* Kota Madiun sebagai Kota Pendekar pada masyarakat lokal maupun diluar Kota Madiun.