

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan peneliti mengenai implemtasi program PR Gekrafs Jatim “NGOPI” dalam membangun *community development* di Jawa Timur” ditemukan fakta dan informasi mengenai strategi-strategi yang telah dilaksanakan, yaitu, tahapan strategi PR pada program “NGOPI” menghasilkan bahwa pada tahap *finding the fact and defining the problem* diawali dengan menjalin komunikasi antara GeKrafs Jatim dengan generasi muda kreatif yang kemudian dilakukan perencanaan berdasarkan hasil riset gekrafs jatim melalui *social mapping* dan SIG. Kemudian tahap *planning and programming* menunjukkan perencanaan program “NGOPI” berfokus pada pemberdayaan ekonomi kreatif dan perencanaan program terkait. Selanjutnya, *taking action and communication* melalui pengimplementasi program “NGOPI” dan pemanfaatan media sosial dan *website*. Terakhir, *evaluation the program* “NGOPI” dilakukan secara internal organisasi dan eksternal di mana menghasilkan bahwa diperlukan proses perencanaan program yang lebih komprehensif untuk meminimalisir risiko dan kendala yang ada.

Community development yang dilakukan GeKrafs Jatim dalam program “NGOPI” dapat dilihat melalui 3 (tiga) fungsi strategi pemberdayaan mulai dari penyadaran, pengkapasitasan, dan pendayaan. Pada aspek penyadaran difokuskan pada pengembangan kompetensi melalui upaya *social mapping* dan SIG serta

pelibatan para *stakeholder* dengan skema kolaborasi dengan pihak internal dan eksternal. Aspek pengkapasitan diwujudkan melalui pelatihan dan pendampingan desain kemasan produk kuliner. Aspek pendayaan dilakukan GeKrafs Jatim sebagai fasilitator dengan memberikan peluang melalui peran inspirator, motivator, pembimbing, dan mediator.

GeKrafs Jatim mengusung *green economy* dan *sustainability-driven economics* dengan cara mendorong pelaku ekonomi kreatif menerapkan praktik bisnis berkelanjutan melalui kerjasama dan kemitraan yang kuat dengan pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini bertujuan menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial secara holistik.

5.2. Saran

Adapun terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan masukan untuk pembaca penelitian antara lain:

1. Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi di bidang yang sama yaitu pengembangan ekonomi kreatif dengan pendekatan implementasi program PR serta diharapkan mampu mendalami mengenai *community development* dengan mengkaji lebih luas dengan menggunakan subjek dan objek penelitian yang berbeda.

2. Saran Praktis

- a. Beberapa saran dari peneliti yang diarahkan kepada GeKrafs Jatim agar strategi PR yang dilakukan semakin optimal dalam penerapan Program “NGOPI”, mengingat respon positif dari *stakeholders* terutama pelaku ekonomi kreatif yang merasakan dampak positif dari program “NGOPI”. Maka dari itu, program PR tersebut perlu dilakukan perencanaan yang matang dan penerapan secara masif agar program “NGOPI” dapat dihadirkan di wilayah-wilayah yang membutuhkan pemberdayaan ekonomi kreatif guna berimbas pada pencapaian tujuan dan keberhasilan program.
- b. Adanya kolaborasi masih perlu dilakukan dan ditingkatkan oleh GeKrafs Jatim bahkan membuka kesempatan berkolaborasi lebih luas dengan perusahaan dan pemerintah yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi kreatif, misalnya membuat webinar, kolaborasi konten, pembinaan pelaku ekonomi kreatif, dan lain sebagainya. Terlebih, semakin banyak sumber daya yang dimiliki, maka akan menyukseskan *community development* dan *economic sustainability* di Jawa Timur.
- c. Pada pemanfaatan media sosial perlu digalakkan lebih intens dalam membangun komunikasi dengan audiens, seperti penggunaan media sosial Facebook mengingat banyak masyarakat-masyarakat terutama di wilayah pinggiran yang lebih aktif dalam menggunakan Facebook dibandingkan media sosial lainnya. Hal ini sekaligus juga membangun citra GeKrafs agar semakin dikenal masyarakat luas.