

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah penulis sampaikan pemaparan hasil penelitian dan analisis hasil penelitian, maka skripsi yang penulis beri judul “ Partisipasi Masyarakat pada Program *Public Communication Campaigns* di Kampung Kreatif Dago Pojok” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik masyarakat yang beragam didaerah kampung kreatif Dago Pojok memberikan dampak yang berbeda pula terhadap partisipasi masyarakat maupun *public communication campaigns*. Karakteristik masyarakat kampung kreatif Dago Pojok dibagi terhadap tiga bagian yaitu berdasarkan karakteristik demografi, karakteristik berdasarkan ekonomi dan karakteristik berdasarkan budaya. Namun tidak semua masyarakat dijadikan target audien oleh komunitas Taboo yang diinisiasi oleh Rahmat Jabaril dalam sosialisasi ide kampung kreatif terdapat tiga karakteristik utama yaitu masyarakat berusia pendidikan sebanyak 24%, masyarakat ekonomi rendah 23,54% dan ibu rumah tangga sebanyak 8,48% sedangkan dinas kebudayaan dan pariwisata menargetkan seluruh lapisan masyarakat menjadi target audien
2. *Public communication campaigns* yang dilakukan di Kampung Dago Pojok dilakukan oleh dua lembaga yang berbeda yaitu Komunitas Taboo dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung melalui sosialisasi gerakan sadar wisata. Tujuan kampanye komunitas Taboo yaitu untuk menjadikan kampung Dago Pojok sebagai basis dari Pendidikan, Kebudayaan dan Ekonomi serta menjadi salah satu destinasi wisata kampung urban di Kota Bandung sedangkan dinas kebudayaan dan pariwisata Pembentukan Kampung Kreatif berbasis masyarakat sebagai destinasi wisata Kota Bandung yang berdaya saing. Media yang dipakai dalam kampanye beragam dan tergolong kreatif seperti menggunakan media mural sebagai wadah untuk menyampaikan gagasan dan

kreatifitas selain itu media lain digunakan seperti pemberitaan media massa, baliho, sosialisasi, workshop . Hasil dari kampanye itu yang telah dirasakan oleh masyarakat adalah meningkatnya kesenian, kesejahteraan bertambah dan Dago Pojok menjadi destinasi baru kampung kreatif yang menarik wisatawan untuk berkunjung.

3. Partisipasi masyarakat kampung Dago Pojok berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti menyimpulkan berada pada level *Interactive participation* dalam tahap ini masyarakat Dago Pojok berperan dalam berbagai kegiatan yang ada dan bebas mengeskpresikan kemampuan yang mereka punya. Pola ini cenderung melibatkan metode interdisipliner yang mencari keragama perspektif dalam proses belajar yang terstruktur dan sistematis. Masyarakat Dago Pojok memiliki peran untuk mengontrol atas pelaksanaan keputusan-keputusan mereka, sehingga memiliki andil dalam keseluruhan proses kegiatan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Partisipasi Masyarakat pada Program *Public Communication Campaigns* di Kampung Kreatif Dago Pojok maka peneliti memberi beberapa saran sebagai berikut :

1. Masyarakat kampung Dago Pojok masih banyak yang berpendidikan hanya sampai sekolah dasar yang tergolong tinggi, karakteristik masyarakat yang seperti itu sebaiknya diberikan keterampilan yang dapat meningkatkan perekonomian diberikan wadah untuk pengembangan. Keterampilan tersebut dapat digunakan untuk pengembangan pariwisata di Kampung Dago Pojok yang bersifat ekonomi hal yang sma juga harus dilakukan kepada masyarakat yang berpenghasilan rendah sedangkan masyarakat usia pendidikan harus diberikan kegiatan positif agar terjauh dari aktifitas menyimpang.
2. Program *Public communication campaigns* adalah kegiatan untuk mengubah kebiasaan dan pola pikir masyarakat sebelum melakukan itu peneliti sarankan membuat desain kampanye terlebih dahulu dengan mempelajari karakteristik

masyarakat, masalah dan cara penyelesaian yang tepat. Media yang digunakan sebaiknya media yang informatif dan menarik ruang lingkup dan target audien harus jelas jangan membuat semua masyarakat menjadi target audien pilih salah satu yang mana masalah itu berada dan berpotensi untuk bisa menjadi obat dari masalah tersebut. Evaluasi secara berkala program kampanye yang dilakukan ketika kurang maka harus cari dimana letak masalahnya dan ulangi lagi.

3. Partisipasi masyarakat sangatlah penting untuk pengembangan pariwisata dan masyarakat dago pojok sudah berada pada leve *Interactive participation* peneliti sarankan untuk kedepannya harus bisa menganbil inisiatif sendiri tanpa ada campur tangan pihak luar menambah jaringan dan kerjasama dengan berbagai lembaga untuk dapat memasarkan hasil karya masyarakat Dago Pojok sehingga sampai kepada partisipasi masyarakat ketahap berikutnya yaitu *Self mobilization*.