

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai komunikasi pemerintahan dalam pelaksanaan program Bela Beli Kulon Progo dan berdasarkan pertanyaan pada rumusan masalah, maka pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dilihat dari bentuk komunikasi pemerintah secara internal dan eksternal dalam pelaksanaan program Bela Beli Kulon Progo telah dilakukan komunikasi dengan baik. Komunikasi dari atas ke bawah yakni antara Bupati dan SKPD yang berkaitan untuk mendukung gerakan Bela Beli Kulon Progo sangat selaras sesuai dengan bidang masing-masing SKPD, pada penelitian ini dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM telah sesuai dengan tugas dan fungsinya dengan baik dalam mendukung gerakan Bela Beli Kulon Progo. Komunikasi dari bawah ke atas yaitu dengan adanya forum diskusi bagi UKM sehingga membantu produsen atau pengusaha produk lokal dalam mengatasi permasalahan.
2. Dilihat dari indikator proses komunikasi pemerintah telah sesuai dengan proses yang telah dijelaskan yaitu komunikator, pesan, saluran/media, komunikan, umpan balik (*feedback*), serta hambatan yang dilalui selama proses komunikasi berlangsung. Komunikator utama dalam Bela Beli Kulon

Progo yaitu Bupati Kulon Progo Bapak dr. Hasto Wardoyo Sp.OG (K) yang menyampaikan pesan kepada seluruh OPD yang berkaitan untuk mendukung berjalannya gerakan Bela Beli Kulon Progo. Namun, dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian di Dinas Koperasi dan UKM sebagai OPD yang mendukung berkaitan dengan produk lokal, sehingga komunikator dalam pelaksanaan Bela Beli Kulon Progo dilaksanakan oleh Kepala Bidang Pemberdayaan Bapak Muhammad Haryono S.IP. Pesan yang disampaikan pada pelaksanaan program Bela Beli Kulon Progo secara garis besar adalah mampu memproduksi dan mengonsumsi produk-produk asli dari Kulon Progo. Media yang digunakan yaitu adanya pameran untuk memperkenalkan produk lokal kepada masyarakat luas, tanyangan program dialog interaktif yang bekerjasama dengan televisi lokal. TOMIRA sebagai media yang digunakan untuk memasarkan produk lokal Kulon Progo. Masyarakat Kulon Progo sebagai komunikator serta feedback yang dirasakan dengan adanya Bela Beli sangat membantu masyarakat untuk memasarkan dan mengenalkan produk lokal secara luas baik berupa bahan pangan dan kerajinan.

3. Dilihat dari hambatan yang ditemui pada saat penyampaian pesan oleh komunikator dan komunikasi dalam proses komunikasi pemerintah pada pelaksanaan program Bela Beli Kulon Progo yaitu ketidaksiapan dimana sebagian masyarakat Kulon Progo kurang percaya dengan produk Kulon Progo sehingga masih memilih untuk mengonsumsi produk dari luar Kulon Progo. Hambatan yang ditemui berikutnya yaitu keterbatasan anggaran

dan karena dana disesuaikan dengan kegiatan atau program lainnya sehingga tidak hanya digunakan untuk mendukung dan memfasilitasi Bela Beli Kulon Progo.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dapat melakukan koordinasi dengan level dibawahnya yaitu Kecamatan dan Kelurahan, sehingga terdapat kerjasama dari tingkat atas hingga bawah karena Bela Beli Kulon Progo terlihat hanya menjadi tugas atau tanggungjawab bagi Pemerintah Kabupaten dengan OPD yang mendukung berjalannya pelaksanaan Bela Bela Kulon Progo.
2. Bela Beli Kulon Progo sebagai gerakan untuk mendukung produk lokal diharapkan dapat menyediakan *website* khusus Bela Beli Kulon Progo sebagai media yang secara jelas menjelaskan Bela Beli Kulon Progo agar lebih dikenal secara luas, meskipun sudah menerbitkan sebuah buku tentang Bela Beli Kulon Progo.
3. Perlunya penggunaan media sosial seperti YouTube, Facebook, Twitter, dan Instagram dan lain-lain untuk menjangkau kelompok sasaran anak muda agar bangga dengan produk lokal.

4. Perlunya dilakukan evaluasi lebih lanjut terhadap TOMIRA yang bekerjasama dengan koperasi sebagai wadah untuk memasarkan produk lokal apakah sejauh ini telah efektif.
5. Pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan komunikasi pemerintah dapat menjelaskan secara detail mengenai proses komunikasi yang terjadi di lapangan dan memaparkan evaluasi gerakan Bela Beli Kulon progo.