

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar masyarakat Kota Bandung, terutama generasi muda, belum mengetahui dan paham mengenai adanya program *Bandung Smart City*. Hal ini dikarenakan kurang adanya sosialisasi dan informasi yang diberikan oleh pemerintah mengenai program *Bandung Smart City*, sehingga masyarakat Kota Bandung kurang *aware* dengan adanya program tersebut dan juga fasilitas yang diberikan oleh pemerintah tidak berjalan maksimal.

Keberhasilan sebuah program bukan hanya didukung oleh perencanaan pemimpin dan pemerintah, namun juga harus didukung oleh seluruh lapisan masyarakatnya terutama generasi muda penerus bangsa. Adanya ketertarikan dan partisipasi dari masyarakat khususnya generasi muda akan mendukung berjalannya program *Bandung Smart City*.

Promosi merupakan salah satu cara untuk mengkomunikasikan dan menginformasikan program *Bandung Smart City*. Dalam kasus ini, media promosi yang digunakan adalah media dengan gaya urban modern yang sesuai dengan gaya hidup target. Dalam perancangan ini penulis menggunakan media yang sangat akrab dengan target dalam kehidupan sehari-hari seperti *website* dan *media social*. Selain itu, *environmental graphic* mendukung tersampainya komunikasi karena mudah dan banyak dilihat oleh masyarakat Kota Bandung. Media ini membangun *ambience* terhadap promosi yang dilakukan, sehingga masyarakat Kota Bandung baik dari dalam maupun luar kota dapat mengetahui adanya program *Bandung Smart City*. Jika promosi berhasil disampaikan kepada target perancangan, tentu saja program ini akan berjalan dengan sangat baik.

## 5.2 Saran

Bandung sudah memiliki banyak potensi sebagai *smart city*, sebaiknya pemerintah lebih mensosialisasikan dan memberikan informasi mengenai program *Bandung Smart City* kepada masyarakat Kota Bandung. Informasi *Bandung Smart City* akan lebih mudah diterima melalui media promosi yang sesuai dengan generasi muda, sehingga dapat memberikan ketertarikan dan partisipasi untuk mendukung adanya program ini. Jika didukung dengan baik oleh masyarakat Kota Bandung, perencanaan dan fasilitas yang sudah diberikan oleh pemerintah akan bekerja dengan maksimal. Selain itu masyarakat Kota Bandung sebaiknya lebih peduli mengenai program-program yang dibuat oleh pemerintah. Bukan hanya meminta pelayanan dari pemerintah, namun juga harus mendukung dan ikut menjalankan program yang sudah dibuat oleh pemerintah.

Saran dari penguji dalam penelitian ini, promosi dibuat bukan hanya agar masyarakat lebih *aware* terhadap program *Bandung Smart City*, namun juga harus dipikirkan bagaimana dapat mengintegrasikan visual yang sudah dibuat dengan media lainnya seperti aplikasi yang menjadi salah satu pendukung adanya program ini. Untuk penelitian selanjutnya penulis berharap agar promosi dan pemberian informasi dapat diberikan dengan lebih baik dengan konsep yang matang, menjawab segala kebutuhan yang bersangkutan, dan mengikuti perkembangan zaman.