

ABSTRAK

PERANCANGAN RE-BRANDING DAN PROMOSI MOGAMOGA SEBAGAI WADAH INDUSTRI KREATIF KRIYA ANAK MUDA

Oleh
Aloysius Gerry Utama
NRP 1064115

Dipercaya oleh masyarakat dunia bahwa setelah era informasi akan digantikan oleh era ekonomi kreatif yang salah satu turunannya adalah bidang industri kreatif. Mogamoga merupakan tempat untuk anak muda berkarya di bidang industri kreatif terutama kriya di Kota Bandung. Namun karena masih terhitung baru, banyak orang yang tidak mengetahui tempat ini dan segala aktifitasnya. Mogamoga memiliki *workshop*, *café* dan *gallery*.

Maka dari itu, tujuan perancangan *re-branding* dan promosi adalah untuk membuat identitas Mogamoga dengan tampilan yang lebih menarik. Serta menginformasikan kepada masyarakat tentang segala informasi dan aktifitasnya. Selain itu manfaat yang didapat dari perancangan brand dan promosi adalah agar Mogamoga dapat berjalan dengan baik dan memiliki profit.

Metode yang digunakan adalah membuat branding dan promosi. Seperti pembuatan logo, *stationery*, *sign system*, menu, dan didukung oleh media promosi instagram, facebook, dan website sebagai media utama, serta poster dan banner sebagai media promosi pendukung. Melalui perancangan branding dan promosi Mogamoga ini masyarakat bisa mengetahui tentang keberadaan, informasi, dan segala aktifitasnya.

Kata Kunci : Bandung, branding, kriya, promosi, wadah.

ABSTRACT

REBRANDING AND PROMOTIONAL DESIGN MOGAMOGA AS A MEDIUM FOR THE YOUNG PEOPLE'S CREATIVE INDUSTRIES FOR CRAFT

Aloysius Gerry Hutama/1064115

It is believed that the information era will be replaced by creative economic era with its business is in creative industry. Mogamoga is a place for young people working in the field of creative industry especially craft in Bandung although not many people know about it since it is still relatively new. Mogamoga has a workshop and gallery.

Because of that, the aim of the rebranding and promotional design is to create an identity for Mogamoga with a more attractive look. It is also to inform the people about all of the activities in Mogamoga and in the end it is hoped that Mogamoga can run successfully and gain enough profit.

The method used for this design is by making a branding and promotion such as making a logo, stationary, sign system, menu, and supported by social media like instagram, facebook and website as the main media. Through this design it is expected that people will know about Mogamoga with all of its activities.

Keywords: Bandung, branding, craft, promotion, medium

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR DIAGRAM	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Teori Kriya	6
2.2 Teori Branding.....	8
2.3 Teori Brand	8
2.4 Teori Promosi	9
2.5 Teori Psikologi.....	10

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	12
3.1 Data dan Fakta	12
3.1.1 Perusahaan / Lembaga Terkait	12
3.1.2 Data Tentang Gejala atau Fenomena yang Terjadi	14
3.1.3 Tinjauan Proyek Karya Sejenis	25
3.2 Analisis Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	27
3.2.1 Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> (SWOT) Mogamoga <i>Café, Workshop, dan Gallery</i>	27
3.2.2 Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> (SWOT) Perancangan	28
3.2.3 Analisis <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP) Perancangan	29
3.2.4 Analisis Pemecahan Masalah	30
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Konsep Komunikasi	31
4.2 Konsep Kreatif	32
4.3 Konsep Media	34
4.4 Hasil Karya	35
4.4.1 Identitas	34
4.4.2 Media Brand Mogamoga	39
4.4.3 Media Online	44
4.4.4 Media Sosial	46
4.4.5 Media Cetak	49

4.4.6 Budgeting.....	56
----------------------	----

Daftar Gambar

1.1 Skema Perancangan	5
2.1 Lambang-Lambang Unsur Pembentuk Brand	8
3.1 Logo dan Alamat Rumah Kriya Indonesia	12
3.2 Situasi Tempat Mogamoga <i>Café, Workshop & Gallery</i>	13
3.3 Logo Lawangwangi <i>Creative Space</i>	25
3.4 Logo Congo <i>Gallery & Café</i>	26
4.1 Logo Brand Mogamoga.....	35
4.2 Kode Warna.....	36
4.3 Contoh <i>Font</i> Bebas.....	37
4.4 Contoh <i>Font</i> Dolce Vita.....	37
4.5 Contoh <i>Font</i> Mission Script	37
4.6 Contoh <i>Font</i> Montserrat.....	37
4.7 <i>Stationery</i>	39
4.8 Menu.....	40
4.9 <i>Sign System</i>	41
4.10 <i>Sign System Mockup</i>	42
4.11 <i>Café's Identity</i>	43
4.12 <i>Website</i>	44
4.13 <i>Fan Page</i> Facebook.....	47
4.14 Instagram.....	48
4.15 <i>Poster Awareness</i>	49
4.16 <i>Poster Informing</i>	50

4.17 Poster <i>Reminding</i>	50
4.18 Brosur / <i>Flyer</i>	51
4.19 <i>Banner</i>	52
4.20 <i>Catalogue</i>	53
4.21 <i>T-shirt</i>	54
4.22 <i>Tote Bag</i>	55
4.23 <i>Sticker</i>	55

Daftar Tabel

4.1 Budgeting	56
---------------------	----

Daftar Diagram

- 3.1 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengenai jenis kelamin..... 14
- 3.2 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengenai usia 15
- 3.3 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengenai pekerjaan 15
- 3.4 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengenai keterlibatan dalam bidang industri kreatif..... 16
- 3.5 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengenai memiliki karya seni atau kriya..... 17
- 3.6 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengetahui adanya sebuah wadah yang membantu menjual karya seni atau membantu mengembangkannya dan tanpa memungut biaya..... 17
- 3.7 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengenai ketertarikan berkonsultasi dengan orang-orang yang sudah berpengalaman dan berkompeten dalam bidang industri kreatif secara gratis 18
- 3.8 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengetahui adanya suatu wadah / tempat yang bertujuan untuk mengembangkan kaum muda di Kota Bandung terutama dalam bidang industry kreatif atau kriya 19
- 3.9 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengenai ketertarikan terhadap wadah / tempat

yang membantu dan mengembangkan anak-anak muda kreatif di Kota Bandung tanpa memungut biaya apapun (<i>non-money oriented</i>)	20
3.10 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengenai ketertarikan untuk berkunjung ke <i>Mogamoga Café, Workshop & Gallery</i>	21
3.11 Diagram Hasil kuesioner pada remaja dan dewasa muda pelaku dalam bidang industri kreatif umur 18-28 tahun mengenai media social yang sering digunakan	22
DAFTAR PUSTAKA	57