

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Perbincangan tentang ekonomi kreatif yang salah satu turunannya adalah industri kreatif sedang populer. Saat ini dipercayai oleh masyarakat dunia bahwa setelah munculnya era informasi, akan dilanjutkan oleh era ekonomi kreatif yang akan mendominasi arah perkembangan ekonomi dunia. Seni kriya ditempatkan pada posisi strategis dalam pengembangan industri kreatif, karena berbasis pada kearifan lokal yang merupakan warisan budaya bangsa. Peluang seni kriya untuk dikembangkan dan dilestarikan sangat besar, baik SDM pendukung, nilai-nilai yang berkaitan dengan budaya di sekelilingnya.

Setelah melakukan observasi, pengumpulan data, studi pustaka, wawancara, dan melakukan analisis mengenai Mogamoga, maka peneliti merancang kembali brand dan promosi. Strategi perancangan brand dan promosi Mogamoga menjadi solusi untuk memberitahukan potensi, letak, aktifitas dan fasilitas, yang tujuannya adalah antara lain membantu mengembangkan anak-anak di Kota Bandung.

Mogamoga, yang sebelumnya bernama Rumah Kriya Indonesia (ERKA) merupakan sebuah tempat atau wadah yang bergerak dalam dunia seni khususnya kriya dan pertama di Bandung, memiliki galeri, *workshop* yang menyediakan program latihan dan pemakaian secara gratis, *Café* yang lebih difungsikan sebagai fasilitas pengunjung atau pelaku seni, dan juga orang – orang ahli / berkompeten yang sudah lama berkecimpung dalam industri kreatif sebagai konsultan gratis baik dalam segi bisnis maupun seni.

Dengan warna-warna yang mencolok dan sesuai dengan konsep awal yaitu vintage retro, dipercaya dapat membuat suatu ketertarikan kepada target, karena pada zaman ini

konsep vintage, seperti diangkat kembali dan banyak dikagumi oleh anak-anak muda di Kota Bandung. Logo dibuat simple dan menarik, dengan memasukkan segala elemen yang merupakan fasilitas Mogamoga, dan dengan logo tersebut mewakili semuanya secara keseluruhan.

Strategi media promosi yang tepat dan efisien merupakan suatu langkah besar untuk Mogamoga agar dapat mewujudkan visi dan misinya. Media online menjadi media utama, dikarenakan target sudah melek teknologi dan sudah menjadikan teknologi online menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari. Media cetak juga menjadi media pendukung di luar, dikarenakan media cetak masih sering dilihat oleh target di lokasi yang strategis.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Mogamoga Workshop, Café, dan Gallery

Menyadari pentingnya generasi muda saat ini dan juga penting nya mengangkat budaya lokal setempat, Mogamoga harus melakukan promosi yang efektif kepada target, karena seperti yang dilihat, tidak ada promosi apapun yang dilakukan.

Oleh karena itu, peneliti berharap agar Mogamoga dapat berjalan ke depannya, karena pentingnya membantu mengembangkan anak-anak muda di Kota Bandung serta budaya lokal setempat. Sehingga bukan saja Mogamoga dapat berjalan dengan baik, tetapi mengembangkan generasi muda kreatif di Kota Bandung dan juga budaya lokal setempat.

5.2.2 Saran Bagi Sesama Peneliti

Mogamoga memiliki potensi yang bagus untuk dikembangkan, dan salah satunya adalah dalam segi desain. Kurangnya sentuhan desain, dan promosi yang menarik menjadi kurangnya Mogamoga terhadap target.