BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan mengetahui, mengidentifikasi, dan menganalisis Pengembangan Industri Kreatif di Kota Malang, maka dapat diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut:

1. Dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang, Dinas Perindustrian Kota Malang memiliki 5 program yang meliputi (1) Peningkatan Kapasitas SDM Industri Kreatif, (2) Monitoring dan Evaluasi, (3)Menjaga dan Mengembangkan Sentra-sentra Industri, (4) Memfasilitasi Pelaku Industri Kreatif, dan (5)Promosi. Dari 5 program ini dijabarkan lagi menjadi 36 program dan kegiatan dan 31 program telah memenuhi target sedangkan 5 program belum memenuhi target. Terlaksananya program dan kegiatan tersebut merupakan kerjasama yang dilaksanakan dengan kolaborasi 3 aktor yaitu pemerintah, swasta dan perguruan tinggi. Hal ini mencerminkan keberhasilan Dinas Perindustrian dalam menyikapi masalah yang berkaitan dengan industri kreatif. Namun dalam pelaksanaannya masih ditemui kendala yaitu masih ada pelaku industri kreatif yang belum mengetahui tentang program-program dari Dinas Perindustrian. Kemudian komunikasi

2. antara komunitas kreatif dengan Dinas Perindustrian juga masih di temui kendala.
3. Dalam pelaksanaan Strategi Dinas Perindsutrian dalam Mengembangkan Industri Kreatif di Kota Malang terdapat peluang dan tantangan. Peluang yang didapat adalah banyaknya perguruan tinggi di Kota Malang sehingga membantu program-program Dinas Perindustrian dan kemampuan pelaku industri kreatif dalam pemanfaatan teknologi. Sedangkan tantangan yang dihadapi adalah masalah ide-ide dari Dinas Perindustrian dalam program-program mengembangkan industri kreatif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat memberikan saran kepada :

1. Dinas Perindustrian selaku satuan kerja yang diberikan wewenang oleh Pemerintah Kota Malang untuk mengembangkan industri kreatif yaitu :
   a) Membentuk tim atau bidang khusus yang menangani industri kreatif agar terbangun komunikasi yang baik antara Dinas Perindustrian, Komunitas Kreatif dan pelaku industri kreatif di Kota Malang.
   b) Tidak hanya memposting program-program di sosial media tapi juga mengiklankannya menggunakan fasilitas periklanan di sosial media seperti *Facebook Ads, Twitter Ads* dan *Instagram Ads* agar program-

program yang dipromosikan lewat sosial media lebih mencakup banyak audiens.

c) Lebih memperbanyak pelatihan terkait *marketing* untuk industri kreatif subsektor Pengembangan Permainan (*Game*) dan Aplikasi karena meskipun subsektor tersebut menjadi unggulan di Kota Malang tetapi eksistensinya di *Playstore* (Android), *AppStore* (iOS), dan *Steam* (PC) masih belum terlihat.

2. Untuk pelaku industri kreatif, inovasi desain dan komunikasi antar pelaku industri kreatif dapat dilakukan agar meningkatkan daya saing. Pelaku industri kreatif dapat tergabung dengan komunitas kreatif di Kota Malang untuk sharing dan berbagi ilmu.