

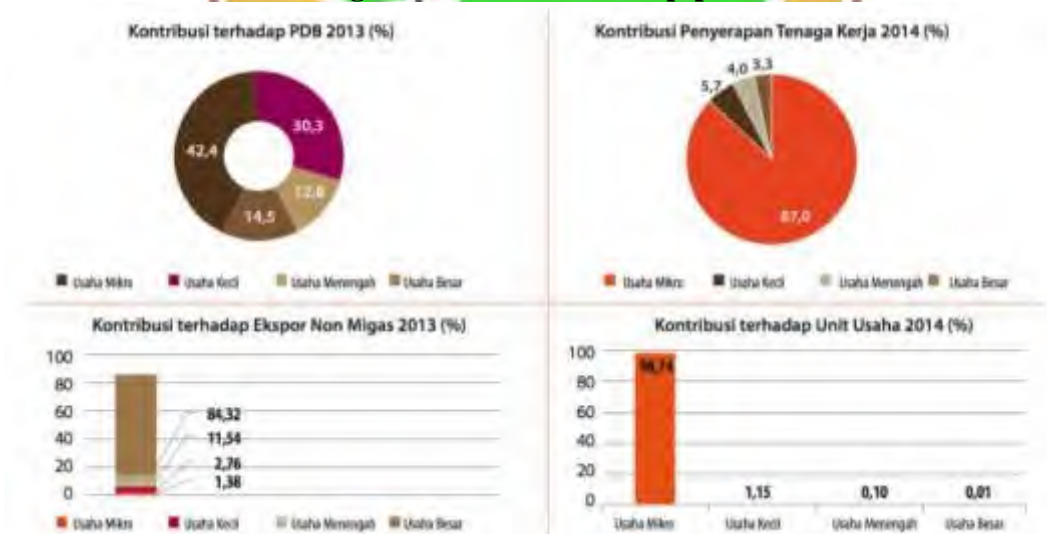
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), atau Usaha Kreatif, atau yang beberapa tahun terakhir lebih terkenal dengan istilah *Startup*, adalah usaha pada sektor informal yang menjadi salah satu penyokong kekuatan ekonomi masyarakat. Berdasarkan penelitian Patgonkar, Sadashiv, dan Barhat (dalam Kancana, Lestari, dan Nurfitriahyanti, 2016), bisnis dalam sektor informal (*startup*) memiliki peran yang signifikan di bidang kewirausahaan. Karena dengan adanya *startup*, tingkat pengangguran bisa ditekan, dan tingkat pendapatan bisa bertambah.

Gambar 1.1 Diagram Kontribusi Startup per 2013 dan 2014



Sumber : Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia 2016

Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM Indonesia (dalam Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia, 2016 : 9), pada tahun 2013 UMKM / *startup* di Indonesia mampu menyumbangkan 5.440 triliun rupiah terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, dan menyerap tenaga kerja

114,14 juta orang, menarik 1.655,2 triliun rupiah investasi, dengan total jumlah usaha sebanyak 57,8 juta unit.

Angka yang cukup fantastis ini dipasok oleh berbagai jenis / bidang yang ada di *startup*, karena dalam *startup* hampir semua bidang bisa dimanfaatkan atau diolah. Alasan lainnya adalah *startup* tidak mengenal tempat, karena bisa didirikan dimana saja, dengan syarat tak terlalu jauh dari sumber daya. Salah satu jenis *startup* itu adalah animasi.

Startup animasi merupakan salah satu yang bagus pertumbuhannya, hal ini bisa dilihat dengan memperhatikan faktor seperti, peningkatan jumlah judul serial animasi lokal di stasiun televisi Indonesia (berserta rating hariannya); dan judul film animasi lokal yang tayang dan mendapat penghargaan internasional, seperti yang diraih oleh *Battle of Surabaya* di *Milan International Filmmaker Festival* (Duniaku.net, 2017).

Gambar 1.2 Rating serial animasi lokal (Kiko dan Adit & Sopo Jarwo) pada 10 dan 11 Februari 2018

Rank	Program	Channel	Rating
1	PIALA PRESIDEN SRIWIJAYA VS BALI UTD	IVM	5.3/20.6
2	ORANG KETIGA	SCTV	4.6/24.4
3	CHANDRA NANDINI	ANTV	4.4/18.1
4	ANAK LANGIT	SCTV	4.1/15.5
5	SIAPA TAKUT JATUH CINTA	SCTV	3.9/17.3
6	DUNIA TERBALIK	RCTI	3.2/14.1
7	LIANG KAGET	GTV	2.9/16.0
8	JODOH	ANTV	2.9/12.0
9	PROMISE	SCTV	2.7/21.7
10	UPIN & IPIN BERMULA	MNCTV	2.7/11.4
11	UNGKAP(R)	SCTV	2.6/17.7
12	KUN ANTA	MNCTV	2.5/17.4
13	ADIT & SOPO JARWO	MNCTV	2.5/12.7
14	ZAK STORM SUPER PIRATE	RCTI	2.5/18.7
15	KARMA	ANTV	2.5/21.3
16	PARDES	ANTV	2.5/13.8
17	CATATAN HARIAN AISHA	RCTI	2.5/9.3
18	TAUBAT	ANTV	2.5/18.2
19	FAMILY 100 INDONESIA	GTV	2.3/9.8
20	SIRAT BINTA BENTUK SUTARNO	SCTV	2.3/16.4
21	KIKO	RCTI	2.3/17.0
22	UNGKAP	SCTV	2.2/14.5
23	BIKIN MEWEK	ANTV	2.2/14.6
24	SODORUN MERAYU TUHAN	SCTV	2.2/13.7
25	SJAMIKU CEMBURU PADA MANTAN	IVM	2.1/15.5

Rank	Program	Channel	Rating
1	PIALA PRESIDEN PSMS VS PERSIJA(L)	IVM	5.3/20.9
2	ORANG KETIGA	SCTV	4.7/24.1
3	CHANDRA NANDINI	ANTV	4.0/17.1
4	ANAK LANGIT	SCTV	3.8/14.9
5	SIAPA TAKUT JATUH CINTA	SCTV	3.5/16.3
6	DUNIA TERBALIK	RCTI	3.2/13.2
7	JODOH	ANTV	2.8/11.5
8	UPIN & IPIN BERMULA	MNCTV	2.7/11.7
9	LIANG KAGET	GTV	2.6/15.8
10	KARMA	ANTV	2.4/16.8
11	EJEN ALI	MNCTV	2.4/14.7
12	BIKIN MEWEK	ANTV	2.4/14.8
13	KUN ANTA	MNCTV	2.3/8.8
14	ADIT & SOPO JARWO	MNCTV	2.3/12.6
15	ADA SURGA DI BALIK SENYUM	I 2.2/17.1	
16	CATATAN HARIAN AISHA	RCTI	2.2/10.0
17	SHAUN THE SHEEP	MNCTV	2.2/15.1
18	WANITA PERINDO SURGA	2 ANTV	2.1/16.1
19	PLESBY SAMAN NOW	ANTV	2.0/16.6
20	MUNKIND TRUNK(R)	ANTV	1.9/18.8
21	KONSER METAMORFOSIS LESTI	IVM	1.9/14.0
22	UMIT	ANTV	1.9/16.6
23	KERUPUK GARING BIKIN SALTING	SCTV	1.9/16.4
24	PARDES	ANTV	1.9/11.1
25	UPIN & IPIN	MNCTV	1.8/16.9

Sumber : akun instagram @dunia_tv 2018

Indikator pertumbuhan *startup* animasi lokal juga bisa dilihat dari meningkatnya jumlah studio animasi lokal, hampir semua daerah yang ada di Indonesia memiliki

startup animasi, tak terkecuali di Kota Padang, Sumatera Barat. Lahan usaha yang masih tergolong baru di Kota Padang ini termasuk sudah berada dalam tahap yang cukup mengembirakan, indikator ini bisa dilihat dari adanya karya-karya animasi seperti Kirai oleh Piapi Animation, *This Is Minangkabau* oleh Arisman, Pesona Sumbar oleh Holilul R.H., dll. (Harianhaluan.com, 2016).

Melihat perkembangannya yang cukup signifikan ini, peneliti melakukan wawancara dan observasi kecil untuk mengetahui keadaan sebenarnya dari *startup-startup* animasi yang berada di Kota Padang. Peneliti menemui Heru Martio, salah satu pendiri Piapi Animation, sebuah *startup* animasi pelopor di Kota Padang, yang pernah bekerja untuk Mikairu Enterprise (Sekarang Kulstori Animation) dalam membuat serial animasi Riska dan Si Gembul yang tayang di MNC TV (Padek.co, 2017).

Gambar 1.3 Karya Kulstori Animation yang dibantu Piapi Animation



Sumber : neyrhiza.com 2017

Peneliti mendapatkan beberapa fakta lapangan seperti, *startup* animasi yang ada di Kota Padang masih tergolong Usaha Mikro, karena *startup* ini masih tergolong baru di Kota Padang. Kedua, Kota Padang memiliki potensi untuk *startup* animasi.

Ketiga, peminat / konsumen usaha, secara kuantitas, terbanyak dari luar daerah (Provinsi). Hal ini bisa diterima logika, karena daerah-daerah yang sedang gencar-gencarnya memakai jasa mereka berada di sekitaran pulau Jawa, menggemirakan tetapi dilain pihak ini juga cukup ironis, karena daerah tempat mereka sendiri belum melihat keberadaan mereka. Keempat, kebanyakan *startup* animasi di Padang masih bergerak di satu bidang tertentu, seperti *animating* (pemberian gerakan terhadap objek animasi), *compositing* (pengomposisian dan atau pemberian efek), dll.

Ada beberapa catatan lain dari wawancara dan observasi awal. Pertama, peminat (calon SDM) belum terlalu tinggi, dan juga rata-rata pengetahuan mengenai animasi masih tergolong minim. Kedua, tarif yang berlaku pada *startup* animasi di Padang tergolong murah jika dibandingkan dengan *startup* serupa dari daerah / provinsi lain.

Setiap usaha pasti memiliki kelemahan / hambatan dalam perjalanan produktifnya, termasuk *startup* animasi yang berada di Kota Padang ini, baik itu faktor eksternal maupun internal mereka sendiri. Masalah seperti kesulitan pemasaran akibat keterbatasan informasi akan perubahan dan peluang pasar, dana untuk pembiayaan produksi dan distribusi, kurangnya wawasan dan pengetahuan mengenai bisnis dan komunikasi (Kancana, Lestari, dan Nurfichayanti, 2016), atau hal-hal negatif berdasarkan wawancara dan observasi awal adalah hal wajar terjadi pada *startup*.

Guna menanggulangi semua persoalan tersebut, pengusaha *startup* membutuhkan aset produktif, teknis beserta keterampilan bisnis, dan layanan

infrastruktur untuk lebih mampu bersaing di pasar (Chen, 2012 : 18). Salah satunya adalah memanfaatkan komunikasi pemasaran.

Komunikasi pemasaran merupakan sebuah model strategi yang dirancang dengan menelaah kekurangan dan kelebihan dari *startup*, meliputi sumber / perusahaan, *encoding* (promosi), transmisi (penggunaan media), *decoding* (respon khalayak), dan hasil akhir berupa tindakan atau perilaku konsumen (Sutisna, 2001 : 270).

Berdasarkan observasi dan wawancara awal, ada beberapa poin yang menarik dan mengakibatkan peneliti merasa tertarik untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi terhadap *startup* Piapi Animation. Pertama, Piapi bisa mendapatkan kontrak keluar. Kedua, Piapi dilihat sebelah mata oleh orang lokal.

Peneliti menjadi berpikir, bagaimana strategi komunikasi pemasaran Piapi sehingga bisa menjamah pasar nasional? Berangkat dari hal itulah peneliti melakukan penelitian dengan judul “*THE RISE OF LOCAL ANIMATION STARTUP* (Studi Deskriptif Komunikasi Pemasaran *Startup* Animasi Piapi)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penyampaian yang sudah peneliti buat di bagian latar belakang, yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diaplikasikan oleh Piapi Animation untuk menarik pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diaplikasikan oleh Piapi Animation untuk menarik pelanggan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan dua manfaat, Teoritis dan Praktis :

1. Secara teoritis, penelitian ini bisa menjadi pedoman untuk penelitian terkait *startup*, dan komunikasi, khususnya strategi komunikasi pemasaran.
2. Manfaat praktis, penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi, rujukan, dan masukan kepada pegiat animasi yang akan dan atau telah mendirikan *startup* animasi.

