

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2018, Presiden Joko Widodo mengungkapkan bahwa dunia sedang mengalami evolusi industri jilid ke 4. Dari evolusi industri tersebut, lahirlah jenis perusahaan baru yang dinamakan *Startup*. *Startup* adalah jenis perusahaan yang berbasis teknologi dan bersifat memecahkan masalah di masyarakat. *Startup* mengakibatkan disrupsi total pada pasar sehingga Presiden melihat potensi perkembangan ekonomi dari sektor inovasi teknologi. Dari itu, Presiden Joko Widodo menyatakan bahwa generasi Indonesia perlu didorong untuk memulai usaha dengan mempergunakan teknologi yang terus berkembang agar dapat bersaing secara ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia (Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2018).

Menurut Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif atau Bekraf, jumlah *Startup* di Indonesia telah bertambah secara signifikan selama lebih dari 10 tahun. Pada tahun 2007, jumlah *Startup* di Indonesia yang terdaftar hanya sebanyak 35 perusahaan. Namun, pada tahun 2018 jumlah *Startup* di Indonesia yang telah terdaftar sudah sebanyak 992 perusahaan (Zaky, et al., 2018). Meskipun berjumlah banyak, banyak juga *Startup* di Indonesia yang gagal bertahan atau gagal mengembangkan perusahaannya. Rudiantara, selaku Menteri Komunikasi dan Informatika Indonesia menyatakan bahwa 95% *Startup* di Indonesia diprediksi akan gagal karena menciptakan produk atau jasa yang tidak dibutuhkan pasar. Beliau

mengakui hal tersebut disebabkan oleh kurangnya pengetahuan mengenai validasi kebutuhan masyarakat (Merdeka, 2019).

Berdasarkan wawancara penulis dengan Yudi Candra, selaku *business coach* yang telah melatih banyak *founder Startup* menyatakan bahwa mayoritas *Startup* di Indonesia gagal karena tidak menghadirkan solusi inovatif yang benar-benar dibutuhkan masyarakat. Beliau membahas sebuah *Startup* tidak dapat beroperasi seperti usaha konvensional yang berbasis strategi perusahaan. Dari itu, saat seorang *founder* memiliki ide bisnis ada baiknya jika ide tersebut divalidasi terlebih dahulu. Hal tersebut juga didukung oleh Dennish Tjandra selaku CEO dan *founder Startup* Hellobeauty & Foodstory Cloud Kitchen. Dennish membahas terlalu banyak *Startup* yang langsung mengeluarkan banyak biaya dan tenaga membangun sebuah produk atau jasa yang pada akhirnya tidak diterima pasar.

Untuk memperoleh data lebih lanjut, penulis melakukan observasi pada Skystar Ventures, salah satu inkubator yang berfokus untuk mengembangkan *Startup* di Universitas Multimedia Nusantara. Berdasarkan observasi partisipatoris penulis pada program inkubasi Skystar Ventures, peserta diajarkan mengenai cara memvalidasi ide bisnis melalui metodologi *Lean Startup* yang berbasis *design thinking*. Setelah melakukan observasi partisipatoris, penulis melakukan wawancara terhadap Octa Ramayana selaku kepala program Skystar Ventures. Beliau membahas mengenai pentingnya edukasi *design thinking* terhadap pengusaha *Startup* sejak muda. Hal tersebut dikarenakan perkembangan perilaku masyarakat yang terus menerus sehingga *Startup* harus berbasis eksperimen yang melibatkan *customer* nya langsung, bukan perancangan strategi bisnis seperti bisnis

konvensional. Sayangnya, inkubator dan akselerator *Startup* Indonesia tidak dapat menampung seluruh pengusaha muda di Indonesia sehingga informasi ini diakui kurang disadari dan diketahui oleh mayoritas wirausahawan muda.

Karena fenomena tersebut ditambah dengan kebutuhan akan informasi, maka perancangan media informasi untuk menginformasikan para calon pembangun *Startup* muda mengenai cara validasi kebutuhan pasar dibutuhkan demi membantu menurunkan resiko kegagalan *Startup* Indonesia. Penulis merancang karya dengan media utama *motion graphic* yang akan dipublikasikan pada *Youtube*. Menurut Yudi Candra, edukasi ilmu *Startup* hanya efektif dilakukan secara praktek langsung. Dari itu, *motion graphic* berfungsi sebagai *support system* edukasi agar ilmu *customer validation* dapat lebih tersebarluaskan. Pemilihan format dan media juga didukung oleh perilaku target audiensi yang memiliki gaya hidup *digital* berdasarkan kuesioner yang penulis sebar.

Hasil kuesioner menyatakan 62% target perancangan mengikuti media informasi *Startup* berupa media sosial dan 67% target perancangan mengikuti media informasi *Startup* berupa *Youtube*. Hasil kuesioner juga menyatakan 76% target perancangan menyukai format media edukasi berupa *motion graphic*. Global Web Index juga menyimpulkan data bahwa *Youtube* adalah media sosial paling populer di Indonesia dengan penetrasi sebesar 94% pengguna internet pada rentan umur 16 hingga 64 tahun (Dahono, 2021). Dari itu, penulis ingin merancang media informasi yang menjelaskan *customer validation* dengan format dan media yang diperlukan target perancangan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media informasi dengan teknik *motion graphic* untuk menginformasikan mahasiswa calon pembangun *Startup* 19-24 tahun mengenai cara validasi ide *Startup*-nya?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, berikut adalah batasan masalah dari tugas akhir:

Demografis:

- Berusia 19-24 tahun
- Mahasiswa S1
- Berjenis kelamin laki-laki & perempuan

Geografis:

- Jakarta
- Bogor
- Depok
- Tangerang
- Bekasi

Psikografis:

- Ingin atau berencana membangun *Startup*
- Melek teknologi
- Labil
- Berpikiran terbuka

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang media informasi dengan teknik *motion graphic* untuk menginformasikan mahasiswa calon pembangun *Startup* muda mengenai cara validasi ide *Startup*-nya.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Penulis dapat memiliki wawasan yang lebih luas mengenai dunia *Startup* serta mengetahui ilmu-ilmu mengenai validasi ide bisnis untuk menurunkan resiko kegagalan untuk menjalankan suatu *Startup*.

1.5.2 Manfaat Bagi *Entrepreneur Startup*

Para mahasiswa calon pembangun *Startup* yang membaca penelitian ini dapat mempelajari mengenai cara melakukan validasi ide bisnis yang lebih strategis sehingga dapat mengetahui kebutuhan pasar yang sebenarnya dan tidak menyia-nyiakan waktu dan tenaga untuk menghasilkan sebuah produk atau jasa yang tidak dibutuhkan.

1.5.3 Manfaat Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Sebagai bentuk kontribusi terhadap penelitian bidang seni dan desain serta meningkatkan kualitas akademik.