

1.1. RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah bagaimana strategi distribusi awal IP *Komik Ga Jelas* di media sosial Instagram?

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Adapun yang menjadi tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui strategi distribusi awal awal IP *Komik Ga Jelas* di media sosial Instagram.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Bagi para pembuat komik, menggambar adalah suatu kesenangan dan keterampilan yang dapat diasah dari dini. Tidak hanya menyenangkan, menggambar komik juga merupakan cara yang ekonomis dan efisien untuk menjadikannya sebagai IP awal karena bisa dilakukan dengan sendiri.

2.1. PENGERTIAN KEKAYAAN INTELEKTUAL

Kekayaan intelektual atau IP adalah sebuah karya dari hasil olah pikir manusia untuk dijadikan sebagai karya yang berguna dan berharga, baik untuk diri pencipta sendiri maupun orang lain. IP dapat disebut sebagai benda yang tidak ada wujudnya dan merupakan hasil kemampuan intelektualitas manusia. Pada intinya, IP adalah hak untuk menikmati hasil dari suatu ciptaan dan kreativitas yang berupa film, animasi, musik, gim, dan bahkan komik. Atas semua usaha dan pengorbanan yang dilakukan oleh sang pencipta karya, tentu perlu perlindungan hukum IP tersebut. Dengan adanya perlindungan IP, para pencipta mendapatkan perlindungan hukum dan dapat menciptakan berbagai macam karya tanpa rasa takut. Selain itu, para pencipta karya akan berlomba-lomba untuk menciptakan IP yang dapat meningkatkan produktivitas bangsa.

World Intellectual Property Organization (WIPO), organisasi internasional yang mengurus bidang Hak Kekayaan Intelektual memberi penjelasan yang jelas apa yang dimaksud dengan IP, yaitu IP mengacu pada kreasi pikiran, seperti

penemuan; karya sastra dan seni; desain; dan simbol, nama dan gambar yang digunakan dalam perdagangan (2019, hlm. 12).

Sementara itu, menurut Aram Sinnreich (2019), pada tingkat yang paling dasar, IP adalah seperangkat hak hukum, berakar pada undang-undang, ditafsirkan oleh pengadilan, dan digunakan untuk baik saat hal baik atau hal buruk terjadi oleh berbagai pemangku kepentingan yang berbeda, dari penulis individu hingga konglomerat internasional (hlm. 3-4).

2.2. PENDISTRIBUSIAN KEKAYAAN INTELEKTUAL



Gambar 1. Piramida Capability Maturity Model

(Carnegie Mellon University, 2020)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat ada 6 tingkatan untuk pendistribusian IP yang dimulai dari tingkat 0 sampai tingkat 5. Tingkat-tingkatan ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. *Hatch stage*: membuat konsep dan ide. Sesuai namanya, tingkat ini bisa dianggap seperti telur yang belum menetas.
2. *Prototyping*: MVP (*Minimum Viable Product*). Di tingkat ini, pemilik karya sudah memiliki produk. Produk ini dapat berupa komik edisi 1, naskah pertama, ataupun konsep draf. Pemilik karya harus tes market dulu dengan

idinya. Untuk tes pasar, pemilik karya harus membuat produk dengan usaha minimal untuk melihat apakah audiensnya menyukai produknya.

Pemilik karya harus melakukan MVP supaya tidak buang-buang waktu, uang, dan energi untuk bikin sesuatu yang mungkin tidak ada yang suka, mungkin tidak ada marketnya, hanya pemilik karya yang suka dengan produknya.

3. *Early stage*: pemilik karya sudah memiliki daya tarik meskipun belum terlalu komersil. Di tingkat ini, kesadaran pemilik karya akan kontennya sudah dibangun, kontennya sudah mulai didorong, memiliki jumlah pengikut dan penyuka sudah mulai banyak.
4. *Growth stage*: pemilik karya sudah dapat mengkomersialisasikan kontennya, sudah mulai dapat pundi-pundi uang meskipun belum bisa menutupi biaya yang dibutuhkan (belum balik modal).
5. *Mature stage*: pemilik karya sudah bisa menghasilkan pundi-pundi uang dan sudah tidak perlu fokus ke jasa-jasa lagi karena pemilik karya sudah bisa berdiri sendiri.

Sebelum membuat IP, tentunya kita harus tahu dan memutuskan target audiens dari tiga segi:

1. Umur.

Untuk anak kecil, dibagi menjadi tiga:

- *Preschool* (3-6 tahun).
- *Bridge age* (6-10 tahun).
- *School age* (10-12 tahun).

Setelah itu, ada yang namanya *preteen*, *teenager*, *millennial*, dan *adults*.

2. *Gender*/jenis kelamin.

Untuk IP yang akan dibikin, harus ditentukan target audiensnya hanya laki-laki, hanya perempuan, atau bisa untuk laki-laki dan perempuan.

3. Daerah/*region*.

Untuk daerah atau *region*, dapat ditentukan seperti:

- Lokal (Indonesia saja).

- *Hyperlocal* (Pulau Jawa saja, Jakarta saja, atau hanya Jabodetabek).
- Asia Tenggara.
- Se-Asia.
- Global/internasional.

Itu semua adalah keputusan dari sang kreator sendiri. Tidak ada yang salah, tidak ada yang benar. Keputusan ini akan berefek pada pengembangan IP sendiri. Tiga hal yang disebutkan di atas akan menjadi payung yang mencakupi poin-poin kreatif berikutnya untuk mengembangkan dan mengkreasi IP. Sangat diharuskan untuk menentukan target audiens di awal.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD) dan Webinar. *Focus Group Discussion* adalah sebuah diskusi grup untuk membahas suatu permasalahan, dan diskusi ini biasanya dilakukan secara *informal* atau santai. Menurut Yanti B. Sugarda (2020, hlm. 2), *Focus Group Discussion* adalah suatu metode riset atau penelitian atau survei kualitatif untuk mendapatkan temuan yang dipakai dan dianalisis sebagai data. Sementara itu, Webinar adalah sebuah acara yang diadakan secara maya dan secara eksklusif dihadiri oleh audiens daring. Menurut John Carucci dan Sharat Sharan (2014, hlm. 11), webinar adalah cara baru untuk mengadakan sebuah pertemuan yang bisa dihadiri dari rumah ataupun kantor – di mana saja dengan adanya koneksi internet.

Untuk pendekatan, penulis akan memilih teori pendekatan kreatif. Menurut Najamuddin Muhammad (2020, hlm. 23-33), teori pendekatan kreatif dikenal sebagai Teori Wallas. Teori ini menyatakan bahwa proses pendekatan kreatif dibagi menjadi empat tahap, yaitu persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Tahap persiapan yaitu kenali masalah yang akan dipecahkan, untuk mengenali karakteristik masalah tersebut. Tahap inkubasi adalah tahap di mana individu melepaskan diri dari masalah yang dihadapi, tetapi bukan berarti dia akan melupakan masalah tersebut, tetapi tetap meninggalkannya di bawah alam sadarnya. Tahap iluminasi adalah tahap di mana individu mendapatkan inspirasi