

1. PENDAHULUAN

Intellectual Property atau kekayaan intelektual secara harfiah terkait perihal segala sesuatu yang lahir dari akal manusia. Dengan mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran dan diolah melalui proses dan *trial-and-error* yang sedemikian rupa, mereka dapat berupa sastra, seni, teknologi, hingga ilmu pengetahuan (Setyowati dkk, 2005).

Maraknya media sosial dan kecanggihan era modern membuat masyarakat dapat mengumumkan ide-ide kreatif mereka kepada publik dengan mudah, pula mendapat apresiasi dan umpan balik yang pantas mereka dapatkan agar bisa tumbuh menjadi lebih baik. Di Indonesia sendiri ekonomi kreatif senantiasa berkembang dari tahun ke tahun. Menurut Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf; sekarang Kemenparekraf), Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada bagian di mana ekonomi kreatif berkontribusi adalah terbesar ketiga di dunia setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan dengan angka 8% per tahun 2019.

Salah satu IP yang telah sukses dan populer di kalangan masyarakat, khususnya Generasi X, adalah “Gundala”, yang sejak rilis 2019 lalu membuka jalan bagi Jagat Sinema Bumilangit karya anak bangsa.

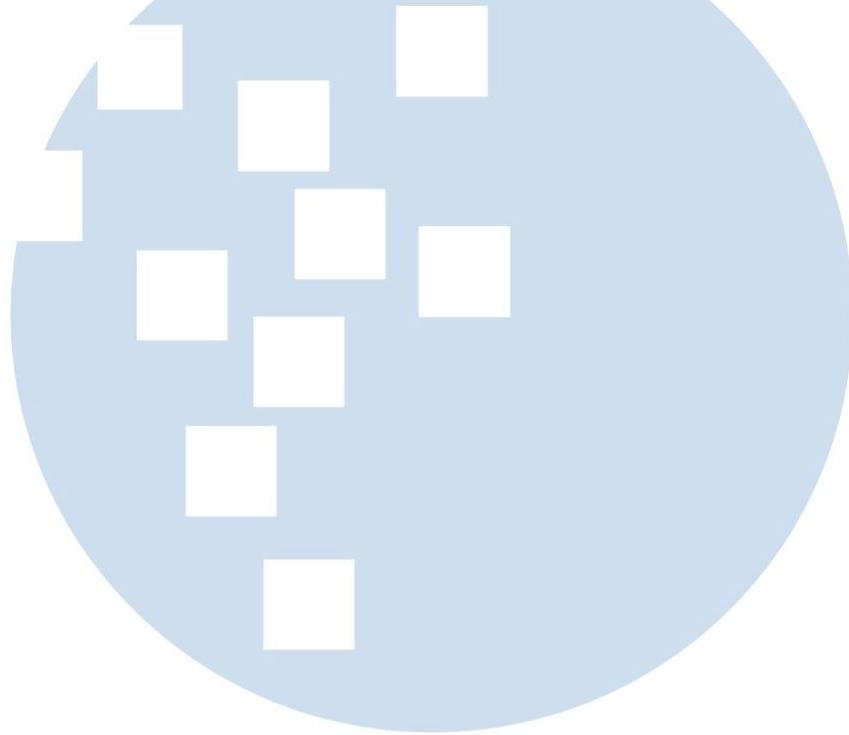
1.1. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana “Gundala” menerapkan diversifikasi produk pada kekayaan intelektualnya?
2. Bagaimana “Gundala” mengadaptasi kontennya ke dalam berbagai media untuk menjangkau target audiens?

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian berikut adalah untuk membantu IP-IP yang akan lahir di waktu mendatang, agar dapat berkembang lebih baik dan mampu menyediakan konten di berbagai media sesuai *target audience*.

Bagi insititusi pendidikan harapannya dapat menginspirasi serta menunjukkan bahwa peran ide tidak hanya berlaku untuk seni secara formal, tetapi juga kekayaan intelektual (IP) yang dapat dikomersialisasi dan dinikmati masyarakat.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA