

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Entrepreneurship and Innovation Program

Entrepreneurship & Innovation Program adalah salah satu program PRO-STEP di Universitas Multimedia Nusantara yang mendukung kewirausahaan melalui kolaborasi antara program studi dengan Skystar Ventures. Penulis memilih program ini karena adanya minat dan inisiatif untuk mengembangkan sebuah wirausaha, yaitu dalam bidang kreatif. Penulis dan tim memiliki ide bisnis yaitu untuk membuat sebuah *original IP* yang terinspirasi dari budaya lokal Indonesia, melihat bahwa pasar ekonomi kreatif Indonesia sedang mengalami peningkatan.

Ekonomi kreatif Indonesia bahkan didukung oleh pemerintahan melalui Badan Ekonomi Kreatif RI. Kementerian Ekraf sedang mendorong banyak acara pameran atau *art market* untuk mendorong sektor ekonomi kreatif Indonesia. Contohnya Kult Kreo 2026, yaitu acara pameran oleh Kementerian Ekraf untuk mendukung pengembangan IP dengan inovasi dan kreativitas (Madiuntourism, 2026). Salah satu bentuk IP adalah animasi, yang sedang mengalami kenaikan perminatan publik dengan kesuksesan beberapa judul seperti Jumbo dan Nusa (DJKI, 2025). Indonesia memiliki beragam budaya yang dapat dijadikan sumber inspirasi untuk sebuah IP, berhubung budaya lokal mendorong banyak nilai moral edukatif seperti gotong royong dan saling menghormati (Kosasih, 2021). Namun, kebanyakan IP yang mengangkat budaya lokal tidak mengintegrasikan latar budaya tersebut ke dalam dunia modern.

Oleh karena itu, penulis dan tim menentukan ide bisnis IP animasi yang bernama Prayers of Jiva. Kata “jiva” sendiri berasal dari bahasa Sanskerta, yang berarti kehidupan, jiwa, atau apapun itu yang memiliki kekuatan hidup (Merriam-Webster, n.d.). Prayers of Jiva akan mengangkat budaya lokal sebagai latar belakang dunia animasinya. IP Prayers of Jiva sendiri akan berada dibawah

naungan studio kreatif Jivva Group. Ketika memproduksi sebuah IP animasi, unsur penting yang perlu dikembangkan adalah *worldbuilding*.

*Worldbuilding* adalah proses membangun dunia imajiner yang lengkap dengan fitur geografis, sosial, budaya, dan fitur-fitur lain yang berfungsi sebagai latar belakang sebuah cerita (Zaidi, 2019). *Worldbuilding* dapat menunjukkan budaya melalui berbagai hal, seperti bagaimana *liform* di dalam dunia tersebut saling berinteraksi, ataupun dari segi desain visualnya. Ketika membangun *worldbuilding* untuk sebuah dunia fiksi, maka diperlukan desain *environment*, karakter, benda-benda di dalam dunia tersebut, dan sebagainya untuk membuat dunia tersebut terasa lebih asli dan masuk akal. Elemen penggerak utama narasi adalah karakter, yang biasanya ditunjukkan melalui protagonis cerita, maka dari itu desain karakter menjadi sangat penting. Salah satu cara untuk memastikan *worldbuilding* tersebut menjangkau audiens adalah melalui *digital storytelling*.

Media digital dapat digunakan sebagai instrumen *storytelling* demi menyampaikan esensi budaya lokal, dan menjadi salah satu cara penjangkauan audiens yang efektif. *Digital storytelling* adalah strategi menggabungkan gambar, teks, suara atau lagu, serta video untuk menceritakan suatu narasi berbasis media digital (Endang, 2015). Konten-konten digital dapat membentuk pandangan dunia, nilai-nilai, dan minat dari seorang individu (Anton et al., 2024). Ketika menggabungkan elemen gambar bergerak dan lagu, maka dapat disebut juga sebagai *animated music video (AMV)*.

Menurut Wardani et al. (2023), *animated music video* memiliki potensi untuk membangun pemahaman audiens tentang topik yang disajikan. Sementara itu, musik mendukung animasi sehingga membuat narasi menjadi lebih kuat, cerita menjadi lebih mudah dipahami, dan bahkan berpengaruh secara emosional kepada audiens (Tabak & Karabulut, 2024). Maka dari itu, penulis dan tim mengajukan sebuah solusi berupa pengembangan IP lokal dalam bentuk *animated music video (AMV)* sebagai pengikat narasi utama IP berjudul Prayers of Jiva.

## 1.2 Rumusan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Dibutuhkan sebuah IP yang mengangkat latar budaya lokal untuk meningkatkan esensi industri IP di Indonesia lebih lanjut.
2. Pengembangan *worldbuilding IP* diperlukan untuk dapat menunjukkan budaya lokal dengan efektif.
3. Belum ada IP lokal yang secara khusus menggunakan media digital *animated music video* sebagai metode *storytelling* untuk menumbuhkan ketertarikan audiens terhadap IP berbasis budaya Indonesia.

Oleh karena itu berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis mengusulkan pertanyaan penelitian yaitu: Bagaimana perancangan *worldbuilding* pada Prayers of Jiva?

## 1.3 Batasan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program

Batasan dibutuhkan untuk memastikan perancangan memiliki batasan yang jelas, dalam perancangan ini terdapat dua batasan masalah yaitu:

### 1.3.2 Batasan Bisnis dan Desain

Laporan ini meliputi proses pengembangan bisnis IP dari tahap ideasi, riset pasar, hingga analisis kompetitor. Selain itu, laporan ini juga mencakup *pipeline* produksi dari *animated music video* Prayers of Jiva, perancangan *worldbuilding* Prayers of Jiva, sampai pembuatan animasinya.

### 1.3.1 Segmentasi Perancangan

Target pasar yang ditujukan untuk Prayers of Jiva terdiri dari target primer dan juga target sekunder. Target pasar yang dibahas yaitu:

#### A. Target Primer

##### 1. Demografis

- a. Usia: 18-20 tahun
- b. Jenis Kelamin: Semua
- c. Tingkat Pendidikan: SMA

- d. Pekerjaan: Mahasiswa
- e. SES: Menengah ke atas (B-A1)

## 2. Geografis

Jabodetabek

## 3. Psikografis

- a. Memiliki kepribadian *introvert* namun merasa harus bersosialisasi demi beradaptasi dengan lingkungan sosial baru.
- b. Memiliki gaya hidup yang menggunakan waktu luangnya untuk beristirahat sebisa mungkin.
- c. Memiliki ketertarikan terhadap *pop-internet culture* terhadap perminatan & hobi yang bervariasi.
- d. Senang berpartisipasi secara aktif dengan *pop-internet culture* seperti media animasi, *game*, dan sebagainya, melalui sosial media dan memiliki kepribadian internet.

## B. Target Sekunder

### 1. Demografis

- a. Usia: 15-18 tahun
- b. Jenis Kelamin: Semua
- c. Tingkat Pendidikan: SMP-SMA
- d. Pekerjaan: Pelajar
- e. SES: Menengah ke atas (B-A1)

### 2. Geografis

Jabodetabek

### 3. Psikografis

- a. Memiliki kepribadian *introvert* dengan kecenderungan untuk menutup diri karena sifat *self-aware* & *insecure*, namun berkeinginan

untuk bersosialisasi tanpa mengalami diskriminasi berlebihan.

- b. Gaya hidup gemar melakukan kegiatan rekreatif setelah aktivitas berintensitas tinggi.
- c. Memiliki ketertarikan terhadap *pop-internet culture* terhadap perminatan & hobi yang bervariasi.
- d. Senang berpartisipasi secara aktif dengan *pop-internet culture* seperti media animasi, *game*, dan sebagainya, melalui sosial media.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program**

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mengembangkan *worldbuilding* Prayers of Jiva sebagai latar belakang IP dan untuk memproduksi *animated music video* yang telah dimaksud, sebagai salah satu cara memodernisasikan nilai-nilai budaya Indonesia melalui *storytelling* media digital.

#### **1.5 Manfaat Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program**

Tujuan yang lebih meluas dari adanya hasil Entrepreneurship & Innovation Program ini adalah manfaat yang dapat berdampak kepada:

##### **1. Bagi Penulis.**

Melalui perancangan ini penulis mendapatkan pengalaman bagaimana cara mengembangkan IP secara nyata, dan menjadi tahu akan *pipeline* pembuatan animasi dari pra-produksi sampai pasca produksi.

##### **2. Bagi Orang Lain.**

Perancangan IP lokal Prayers of Jiva yaitu *animated music video* diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan khalayak banyak terhadap budaya Indonesia, dan memodernisasikan budaya lokal Indonesia.

##### **3. Bagi Universitas.**

Perancangan ini dapat menjadi referensi bagi sivitas universitas mengenai pembuatan bisnis IP untuk Entrepreneurship & Innovation

Program, melihat bahwa ide bisnis IP dalam program tersebut masih sedikit jumlahnya.

## 1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur Entrepreneurship and Innovation Program

### Program

Program PRO-STEP ini berlangsung selama 1 semester, yang dimulai dari bulan Februari hingga Juni awal. Dalam pelaksanaan PRO-STEP salah satu prasyarat yang harus dipenuhi adalah durasi jam kerja yang terdiri dari totalnya 847 jam, yang dibagi menjadi dua yaitu 640 dan 207 jam *daily task*. Program PRO-STEP ini memiliki bobot sama dengan 15 SKS.

Tabel 1. 1 Tabel Prosedur Entrepreneurship and Innovation Program

No.	Agenda	Tanggal dan jam
1.	Sosialisasi PRO-STEP (Kegiatan perdana untuk <i>briefing</i> PRO-STEP)	10 November 2025
2.	KRS (Kartu Rencana Studi, menentukan kelas dari mata kuliah yang diambil)	11-12 Agustus 2025
3.	KRS – Tambah Ganti (Periode KRS untuk finalisasi kelas dan mata kuliah yang diambil)	20-21 Agustus 2025
4.	Periode Registrasi PRO-STEP	10 November – 1 Desember 2025
5.	Pengumuman Hasil Seleksi PRO-STEP Tahap 1	8 Desember 2025
6.	Submit Revisi Proposal PRO-STEP	12 Desember 2025
7.	Pengumuman Final Penerimaan PRO-STEP	16 Desember 2025
8.	Bimbingan Tahap 1 PRO-STEP (Periode bimbingan dengan <i>Supervisor</i> dan <i>Advisor</i> )	2 Februari – 6 Maret 2026
9.	Evaluasi 1 PRO-STEP	9 – 13 Maret 2026

	(Periode submisi laporan ke situs PRO-STEP untuk dinilai)	
10.	UTS (Ujian Tengah Semester)	30 Maret – 11 April 2026
11.	Bimbingan Tahap 2 PRO-STEP (Periode bimbingan dengan <i>Supervisor</i> dan <i>Advisor</i> )	16 Maret – 22 Mei 2026
12.	Evaluasi 2 PRO-STEP (Periode submisi laporan ke situs PRO-STEP untuk dinilai)	18 – 29 Mei 2026
13.	Pengecekan Kelengkapan Dokumen & Laporan Sidang Evaluasi PRO-STEP	25 - 26 Mei 2026
14.	UAS (Ujian Akhir Semester)	2 – 13 Juni 2026
15.	Deadline Registrasi Sidang Evaluasi PRO-STEP	28 Mei 2026
16.	Sidang Evaluasi 2 PRO-STEP	2 – 3 Juni 2026
17.	Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir (Final) Sidang PRO-STEP sampai dengan Submit ke Website PRO-STEP	9 – 10 Juni 2026
18.	Batas Akhir Submisi Laporan Akhir (Final) Sidang PRO-STEP	submisi hanya 1 minggu setelah tanggal Sidang Evaluasi 2 PRO-STEP.

U M W I N  
 U N I V E R S I T A S  
 M U L T I M E D I A  
 N U S A N T A R A