

## ABSTRACT

The magnitude of business opportunities in the animation industry encourages business people to compete to meet the demands of the animation market. While animation products are visual products which are divided into two types based on their function, namely animation products as supporting media and animation products as storytelling media. So to meet market needs, the business model applied by companies or animation studios is also divided into two types, namely the business model for providing animation services and the intellectual property character development model. An animation company or studio that develops intellectual property has a greater potential profit value than a company that is a service provider. The requirements for companies wishing to develop intellectual property products are the readiness of large amounts of capital, adequate resources, carrying out product development on an ongoing basis, and having knowledge of the target market. Market research determines the fate of a product while finding the results of the analysis states that the children's market is a profitable market for animation products and their derivative products. After determining the target market, the company must know the desired target market. In research, it is necessary to analyze the products that have been circulating in the market for a period of 5 (five) years to find out the existing trends. The results of the research are considered by the company to formulate a positioning strategy for animated products that are a differentiator compared to existing products. Companies can make clips or animated series with a short duration as initial research to find out market response and as a market validation test. Completeness of market data owned by the studio is also used as collateral when deciding to cooperate with the government, investors or licensees. Animation business actors in Indonesia must balance their expertise with business understanding to dominate the animation market in Indonesia.

**Keywords:** animation, product, intellectual property, business environment, determining factors, marketing strategy

## INTISARI

Besarnya peluang bisnis di industri animasi mendorong pelaku bisnis untuk berlomba-lomba memenuhi permintaan pasar animasi. Sedangkan produk animasi adalah produk visual yang terbagi menjadi dua jenis berdasarkan fungsinya, yaitu produk animasi sebagai media pendukung dan produk animasi sebagai media penceritaan. Maka untuk memenuhi kebutuhan pasar, model bisnis yang diterapkan oleh perusahaan atau studio animasi pun terbagi menjadi dua macam, yaitu model bisnis penyedia jasa pembuatan animasi dan model pengembangan karakter kekayaan intelektual. Perusahaan atau studio animasi yang mengembangkan produk kekayaan intelektual memiliki potensi nilai keuntungan yang lebih besar daripada perusahaan yang menjadi penyedia jasa. Syarat bagi perusahaan yang ingin mengembangkan produk kekayaan intelektual adalah kesiapan modal dalam jumlah yang besar, sumber daya yang memadai, melakukan pengembangan produk secara berkelanjutan, dan memiliki pengetahuan pasar sasaran. Riset pasar sangat menentukan nasib sebuah produk sedangkan temuan hasil analisis menyatakan bahwa pasar anak-anak adalah pasar yang menguntungkan bagi produk animasi dan produk turunannya. Setelah menentukan pasar sasaran, perusahaan harus mengetahui keinginan pasar sasaran. Dalam riset, perlu adanya analisis terhadap produk-produk yang sudah beredar di pasar selama kurun waktu 5 (lima) tahun untuk mengetahui tren yang ada. Hasil riset menjadi pertimbangan perusahaan perumusan strategi pemosisian produk animasi yang menjadi pembeda dibandingkan produk yang sudah ada. Perusahaan bisa menciptakan cuplikan maupun serial animasi dengan durasi pendek sebagai riset awal untuk mengetahui respon pasar dan sebagai uji validasi pasar. Kelengkapan data pasar yang dimiliki oleh studio juga dimanfaatkan sebagai jaminan ketika memutuskan untuk bekerja sama dengan pihak pemerintah, investor, maupun penerima lisensi. Pelaku bisnis animasi di Indonesia harus mengimbangi keahlian yang dimiliki dengan pemahaman bisnis untuk menguasai pasar animasi di Indonesia.

Kata kunci: animasi, produk, kekayaan intelektual, lingkungan bisnis, faktor penentu, strategi pemasaran