

BAB 2

LANDASAN TEORI dan KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Pengertian Manajemen

Istilah manajemen mengacu pada proses mengkoordinasi dan mengintegrasikan kegiatan-kegiatan kerja agar diselesaikan secara efisien (tepat guna) dan efektif (hasil guna) dengan dan melalui orang lain (Robbins dan Coutler, 2004, p.6).

Menurut (Amirullah, 2004, p.12) fungsi di dalam manajemen terdiri atas empat fungsi P-O-L-C, yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menentukan tujuan serta sasaran yang ingin dicapai dan mengambil langkah-langkah strategis untuk mencapai tujuan tersebut. Melalui perencanaan, seorang manajer akan dapat mengetahui apa saja yang harus dilakukan dan bagai mana cara untuk melakukannya.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Fungsi manajemen adalah sebagai pihak yang menentukan apa yang perlu dilaksanakan, bagaimana pelaksanaannya dan siapa yang akan menjadi pelaksana, serta membentuk tingkatan siapa melapor siapa.

3. Pengarahan (*Leading*)

Fungsi ini meliputi bagaimana cara menumbuhkan semangat, memotivasi semua karyawan agar dapat melakukan kegiatan yang ditugaskan kepadanya dengan efektif dan efisien.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Fungsi manajemen keempat ini adalah mengendalikan serta mengawasi kegiatan-kegiatan apakah sudah sesuai dengan perencanaan. Di dalam

fungsi yang keempat ini, di samping melakukan pengendalian juga dituntut untuk mampu untuk melakukan perbaikan yang berkesinambungan.

Keempat fungsi diatas merupakan sebuah proses manajemen, yaitu sebuah kegiatan yang berkesinambungan dari keempat fungsi di atas, yang mana kegiatan kerja dan keputusan kerja terus menerus dilakukan untuk pencapaian tujuan organisasi yang maksimal.

Pekerjaan seorang manajer beraneka ragam dan sengatlah kompleks, sehingga seorang manajer dituntut untuk memiliki keterampilan-keterampilan khusus untuk menjalankan tugas dan kegiatan yang berhubungan dengan menjadi seorang manajer. Keterampilan-keterampilan khusus tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Robert L. Katz pada awal tahun 1970-an (Robbins dan Coutler, 2004, p.11), yaitu:

- a. Keahlian teknis, yang mencakup pengetahuan dan keahlian dibidang khusus tertentu
- b. Keahlian manusiawi, kemampuan untuk bekerja dengan baik bersama dengan orang lain baik secara individual maupun dalam satu kelompok
- c. Keahlian konseptual, kemampuan untuk berfikir dan menggagas situasi-situasi abstrak, untuk melihat organisasi sebagai suatu kesamaan dan hubungan diantara sub-sub unit, dan untuk menggambarkan bagaimana organisasi dapat masuk kedalam suatu lingkungan.

2.2 Pengertian Wirausaha

Wirausaha jika dilihat dari segi etimologi, berasal dari dua kata yaitu Wira dan Usaha. Wira, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, budi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Jadi wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah seorang yang pandai atau berbakat mengenai produk

baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur operasinya serta memasarkannya.

Menurut artikel dari <http://tantiarama.tripod.com/dina-ht1.html> oleh Sulipan, pengertian Wirausaha adalah kemampuan seseorang untuk hidup sendiri atau berdikari di dalam menjalankan kegiatan usahanya atau bisnisnya yang bebas atau merdeka secara lahir dan batin. Wirausahawan adalah orang-orang yang terampil memanfaatkan peluang-peluang di dalam mengembangkan bidang usaha dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan rencananya. Sementara kewirausahaan merupakan sikap mental dan sifat jiwa yang selalu aktif dalam berusaha untuk memajukan karya baktinya dalam rangka upaya meningkatkan pendapatan di dalam kegiatan usahanya.

Menurut (Kasmir, 2006, p.16) secara sederhana arti wirausaha (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.

Seorang wirausahawan adalah seorang yang menciptakan sebuah bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya (Zimmerer dan Scarborough, 2004, p.3)

Menurut Sulipan <http://tantiarama.tripod.com/dina-ht1.html> ciri-ciri seorang wirausaha itu diantaranya:

1. Mempunyai kemauan yang kuat untuk berusaha
2. Berani mengambil risiko
3. Selalu beriman dan berbuat kebaikan
4. Mempunyai perjuangan yang tidak mengenal lelah di dalam berusaha
5. Percaya kepada keyakinan terhadap diri sendiri untuk maju

6. Bertanggungjawab atas kemampuan dan kemajuan didalam bidang usahanya
7. Supel di dalam pergaulan bisnisnya
8. Pandai bernegosiasi untuk memajukan bidang usahanya
9. Berfikir secara positif untuk maju dalam bidang usahanya
10. Berinisiatif, kreatif dan disiplin terhadap kegiatan usahanya
11. Beritikad baik untuk memperoleh kemajuan di bidang usahanya
12. Memiliki etos kerja tinggi dan tangguh menghadapi persaingan
13. Mensyukuri diri, waktu, dan lingkungan
14. Selau berupaya mencapai dan menghasilkan karya yang lebih baik untuk langganan, pemilik, pemasok, tenaga kerja, masyarakat, bangsa dan Negara.

Ciri-ciri seorang wira usaha menurut (Zimmerer dan Scarborough, 2004, p.4) adalah:

1. Menyukai tanggung jawab
2. Lebih menyukai risiko menengah
3. Keyakinan atas kemampuan mereka untuk berhasil
4. Hasrat untuk mendapatkan umpan balik langsung
5. Tingkat energi yang tinggi
6. Orientasi kedepan
7. Keterampilan mengorganisasi
8. Menilai prestasi lebih tinggi dari pada uang
9. Komitmen yang tinggi
10. Toleransi terhadap keraguan
11. Fleksibilitas

Masih menurut artikel <http://tantiarama.tripod.com/dina-ht2.html> oleh Sulipan, seorang wirausahawan harus memiliki etika wirausaha. Etika adalah prinsip-prinsip yang

sistematisasi tindakan moral yang betul dan berisi ketentuan-ketentuan serta nilai-nilai yang dapat digunakan di dalam kehidupan sehari-hari. Di dalam kehidupan bidang usaha atau dunia bisnis, seorang wirausaha tidak berdiam diri sendiri, tetapi sangat perlu bantuan wirausaha lainnya, adanya bantuan dari pihak pemerintah atau badan-badan usaha terkalit lainnya.

Oleh karena itu, seorang wirausaha harus menunjukkan tingkah laku yang baik, sopan santun, tolong menolong, tenggang rasa, hormat menghormati satu sama lainnya. Masalah sopan santun, hormat menghormati, tolong menolong dan tata karma di dalam berwirausaha sehari-hari itu adalah merupakan etika. Jika kata etika digabungkan dengan wirausaha maka akan menjadi Etika Wirausaha. Dengan demikian menurut Sulipan, Etika Wirausaha itu adalah prinsip-prinsip atau pandangan-pandangan dalam kegiatan dalam bidang usaha dengan segala persoalannya untuk mencapai suatu tujuan serta melaksanakan nilai-nilai yang bermanfaat untuk meningkatkan kehidupan usaha sehari-hari.

Dengan perkataan lainnya Etika Wirausaha itu adalah merupakan adat sopan santun, aat kebiasaan dan atura-aturan yang berlaku di lingkungan Kewirausahaan. Oleh karena itu diharapkan seorang Wirausaha di dalam kegiatan usahanya, harus mempunyai:

1. Rasa kesusilaan atau budi pekerti yang baik
2. Rasa sopan santun di dalam segi kehidupan berwirausaha
3. Tatakrama di dalam segala tindakan dan perbuatan waktu berwirausaha
4. Mempunyai tanggung jawab pada usahanya
5. Bersikap jujur, benar sesuai dengan profesi usahanya.

Sulipan di dalam artikel yang ditulisnya <http://tantiarama.tripod.com/dina-ht2.html> juag berpendapat wirausaha adalah merupakan kelompok orang-orang secara teratur, berencana melakukan tugasnya sesuai dengan rasa tanggung jawab dalam mengembangkan bidang usaha untuk kepentingan pribadi dan lingkungannya. Setiap orang yang menjalankan wirausaha haru dapat menyesuaikan diri dengan aturan-aturan, tata tertib, pedoman-

pedoman dan etika kewirausahaan. Etika wirausaha adalah tata aturan, disiplin, adat istiadat yang sudah ditentukan oleh perkumpulan Wirausaha. Etika Wairausaha adalah merupakan norma-norma sebagai pedoman melaksanakan kegiatan dibidang usaha yang mengikat dirinya untuk membela pribadinya, keluarganya, masyarakat, bangsa, dan negaranya.

Adapun norma-norma etika Wirausaha yang harus dijalankan atau dilakukan oleh para wirausaha adalah:

1. Mendukung dan membela idiologi Negara yaitu Pancasila, UUD 1945 dan kebijaksanaan pemerintah
2. Lebih meningkatkan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa
3. Menjaga nama baik para wirausaha
4. Melakukan dan memperlihatkan prilaku dan sikap yang sesuai dengan jabatan wirausaha, melaksanakan tugas sesuai dengan jabatan kewirausahaan dengan penuh dedikasi yang tinggi.

Wirausaha memegang peran yang cukup berati di negeri ini, peran tersebut antara lain adalah:

- a. Sebagai salah satu jalan keluar untuk memecahkan masalah ketenagakerjaan (mengurangi pengangguran)
- b. Turut membangun perekonomian nasional dengn tidak membebani pemerintah dan masyarakat
- c. Meningkatkan pendapatan masyarakat
- d. Meningkatkan produktifitas faktor-faktor produksi.

Di bidang perekonomian, wirausaha bergerak di berbagai sektor usaha, baik formal maupun informal.

- a. Sektor formal, antara lain:
 - Industri, baik yang menghasilkan barang atau jasa, mulai dari industri kecil sampai industri besar

- Perdagangan, baik lokal maupun internasional
- Jasa, termasuk bidang pendidikan
- Agraris, baik pertanian, perkebunan maupun peternakan dan perikanan.

b. Sektor informal, antara lain:

- Industri rumah tangga
- Perdagangan, jasa, agraris dan usaha lain sebagai kegiatan dan usaha sampingan.

2.3 Peluang Usaha

2.3.1 Pengertian Peluang Usaha

Menurut (Hendro dan Chandra, 2006, p.149) peluang adalah suatu keadaan di setiap saat kehidupan kita sehari-hari, baik sejak bangun pagi hingga larut malam. Peluang dapat muncul dalam berbagai bentuk, tergantung cara kita melihatnya. Yang terpenting adalah bukan sekedar cara melihat atau memandang suatu hal, melainkan bagaimana sesuatu ketidaksempurnaan itu dapat berubah menjadi peluang yang sebenarnya dibutuhkan oleh pasar.

Peluang akan menjadi peluang yang prospektif bila mengandung unsure-unsur sebagai berikut:

1. Sedang dibutuhkan oleh pasar
2. Memecahkan kesulitan atau masalah yang sedang dihadapi pasar
3. Menyempurnakan yang sebelumnya
4. Benar-benar beda dan memiliki nilai tambah
5. Temuan yang orisinil (inovatif)
6. Memberi keuntungan yang nyata

7. Ada unsur yang dibanggakan oleh pembeli
8. Dapat diwujudkan.

Menurut (Hendro dan Chandra, 2006, p.153) konsep untuk memudahkan didalam menemukan dan menciptakan peluang cukup sederhana, yaitu:

1. Awali dengan melihat sesuatu dengan "teori ketidaksempurnaan", bahwa apa yang dilihat adalah tidak sempurna. Oleh karena itu ada peluang untuk menyempurnakannya
2. Gunakan inspirasi, bahwa peluang itu adalah:
 - a. Merebut pasar dari pesaing (*intersection*)
 - b. Menggantikan posisi yang ada dari pesaing (*replacement*)
 - c. Mengisi kekosongan dari celah persaingan (*filter*)
 - d. Menghancurkan *market leader* (*destroyer*)
 - e. Melengkapi ketidaksempurnaan pasar (*compatible*)
3. Setelah menemukan beberapa alternatif peluang, maka buatlah daftar peluang itu
4. Memilih peluang yang berpotensi (maksimal 3)
5. Jadikan peluang yang pertama sebagai peluang yang paling berpotensi
6. Buatlah suatu tulisan, sehingga kita dapat selalu melihatnya
7. Tambahkan kata-kata yang dapat memotifasi
8. Mulailah mengambil keputusan yang "smart" tanpa harus menjadi seorang *risk taker*
9. Jangan takut untuk mencoba
10. Ciptakanlah kesuksesan-kesuksesan kecil terlebih dahulu untuk meningkatkan rasa percaya diri dan terus berkreasi, berinovasi, dan bertahan.

2.3.2 Cara Mengenali Peluang

Banyak orang beranggapan bahwa tidak semua orang dapat peka terhadap peluang. Ada beberapa orang yang dapat peka terhadap peluang, ada juga yang tidak. Namun anggapan tersebut tidaklah benar, karena kepekaan dalam mengenali peluang tergantung dari daya imajinasi seseorang yang membuatnya mampu melihat sesuatu dari sisi positif. Itulah bukti bahwa dengan merubah *negative thinking* menjadi *positive thinking* dapat memberikan peluang baru (bagaimana memanfaatkannya dan bukan membuangnya).

Menurut (Jackie Ambadar, dkk, 2003, p.53) ada dua format yang mungkin dilakukan seseorang dalam usahanya mengenali peluang, yaitu:

- *See – Do – Get*, dimana seseorang yang melihat (*see*) peluang untuk dilaksanakan (*do*) menjadi bisnis (*get*) yang menguntungkan (profit / sukses)
- *Do – See - Get*, dimana seseorang terlibat (*do*) dalam suatu bisnis, kemudian menemukan (*see*) peluang bisnis baru (*get*) yang menguntungkan.

2.3.3 Mengelola Peluang

Menurut (Jackie Ambadar, dkk, 2003, p.65), dalam mengelola peluang dibutuhkan kelebihan seseorang dari sisi mental (berani bertindak), pengetahuan (melaksanakan jadi produk/ bisnis), dan adanya fasilitas pendukung (modal, peralatan dan sumberdaya lain).

Banyak pengusaha di Indonesia yang pandai “mencari” peluang, tetapi gagal dalam pengembangan bisnisnya lebih lanjut. Bila berhasil mengembangkan, kemudian gagal untuk mempertahankannya. Tidak sedikit pula perusahaan yang hanya berumur pendek, mati muda atau bahkan pindah tangan ke orang lain. Hal tersebut tentunya sangat merugikan. Sikap pantang menyerah dan putus asa merupakan kunci sukses bagi para pengusaha yang sedang tidak dalam keadaan tersudut. Menurut mereka, kendala yang menghadang jalan bisnis hendaknya jangan dipandang sebagai penghalang. Namun sebaliknya, perlu dilihat sebagai ujian. Kegagalan awal akan menjadi rintangan pertama yang menghalangi dalam

menempuh jenjang demi jenjang tangga sukses. Namun, dengan kerja keras dan semangat pantang putus asa, tentunya rintangan yang menghadang jalan dapat dihadapi dengan mudah.

Menurut (Jackie Ambadar, dkk, 2003, p.88), ada beberapa tips dalam mengelola peluang:

- Memulai (perlu keberanian menghadapi risiko gagal)
- Mengembangkan (perlu kekuatan pendorong menjadi lebih besar)
- Mempertahankan (daya tahan untuk tetap fit)

2.3.4 Meningkatkan Peluang

Menurut (Hendro dan Chandra, 2006, p.155) setelah menemukan, menciptakan, dan memulai memanfaatkan peluang tersebut, sebaiknya tidak berhenti pada titik itu saja.

Namun, tingkatkan lah nilai tambahnya dengan cara:

1. *Make it better than...* (Membuatnya lebih baik)

Tingkatkanlah kesempatan yang ada dan tambahkan "*added value*" dan fitur-fitur yang lebih baik

2. *Make it "really different"* (Membuat dengan cara yang sangat berbeda)

Fungsi produk yang diciptakan boleh sama dengan yang lain, tetapi segala sesuatunya harus berbeda, baik dari segi positioning, packaging, persepsi, dan lain sebagainya

3. *Better to innovate than meet too* (Selalu melakukan inovasi dari pada menjiplak produk orang lain)

Lebih baik berinovasi dari pada menjiplak produk orang lain. Namun, akan lebih tidak baik lagi jika tidak memanfaatkan peluang yang ada

4. *Make your opportunity is unique* (Membuat peluang yang unik)

Membuat peluang bisnis menjadi benar-benar unik dan tidak ada duanya. Tidak hanya berbeda (*different*), melainkan harus memiliki cirri khas

5. *Make your skill specialist* (Membuat peluang menjadi hebat)

Buatlah peluang menjadi peluang yang hebat karena kita memang spesialis dalam bidang tersebut, sehingga bisnis kita dapat menjadi "*uncomparable*"

6. Penemuan "tunggal" (*original*)

Dalam hal ini perlu pendaftaran produk ke hak paten, HAKI, atau lainnya untuk memastikan originalitas hasil.

2.4 Industri Kreatif

Sedikit tentang industri kreatif yang banyak digunakan oleh pihak yang berada dalam industri kreatif, adapun definisi berdasarkan *UK DCMS task force 1998*:

"Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content"

Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. (Studi Industri Kreatif Indonesia, 2007. p.33)

2.5 Kelompok Industri Kreatif

Adapun 14 kelompok industri kreatif yang telah berjalan di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Periklanan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan produksi iklan, antara lain: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak dan elektronik.
2. Arsitektur: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan cetak biru bangunan dan informasi produksi antara lain: arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang, dll.
3. Pasar seni dan barang antik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, pekerjaan, produk antik dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.
4. Kerajinan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur, dan besi.
5. Desain: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan.
6. Desain Fesyen: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.
7. Video, Film dan Fotografi: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi Video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film. Termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
8. Permainan interaktif: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.

9. Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi, dan komposisi musik.
 10. Seni Pertunjukan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
 11. Penerbitan & Percetakan : kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.
 12. Layanan Komputer dan piranti lunak: kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak & piranti keras, serta desain portal.
 13. Televisi & radio: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio.
 14. Riset dan Pengembangan: kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.
- (Studi Industri Kreatif Indonesia, 2007. p.34)

2.6 Indikator Ekonomi Industri Kreatif

Aktifitas-aktifitas industri kreatif Indonesia yang belum dikelola melalui kebijakan, payung hukum dan kelembagaan yang khusus, diduga memberikan dampak

kepada berbagai bidang pembangunan, termasuk bidang ekonomi. Untuk mengetahui besaran dampak dari industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia, digunakan beberapa indikator utama sebagai alat ukur. Indikator-indikator yang digunakan berbasis pada:

1. Produk Domestik Bruto (PDB)

Produk Domestik Bruto adalah nilai pasar dari seluruh final goods and service, yang diproduksi di dalam suatu Negara, pada satu periode waktu tertentu. PDB juga berarti total pendapatan yang diperoleh oleh seluruh pelaku ekonomi di suatu Negara pada satu periode tertentu. Selain itu, PDB juga berarti nilai total pengeluaran terhadap output ekonomi, yang dilakukan oleh seluruh pelaku ekonomi di suatu Negara, pada suatu periode waktu tertentu.

2. Ketenagakerjaan

Indikator yang digunakan sebagai alat analisis berbasis kepada data ketenagakerjaan adalah meliputi; indikator jumlah tenaga kerja, tingkat partisipasi tenaga kerja, dan produktifitas tenaga kerja.

3. Berbasiskan Aktivitas Perusahaan

Berbasiskan aktivitas perusahaan ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan dan ekspor yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

4. Dampak terhadap sektor lain

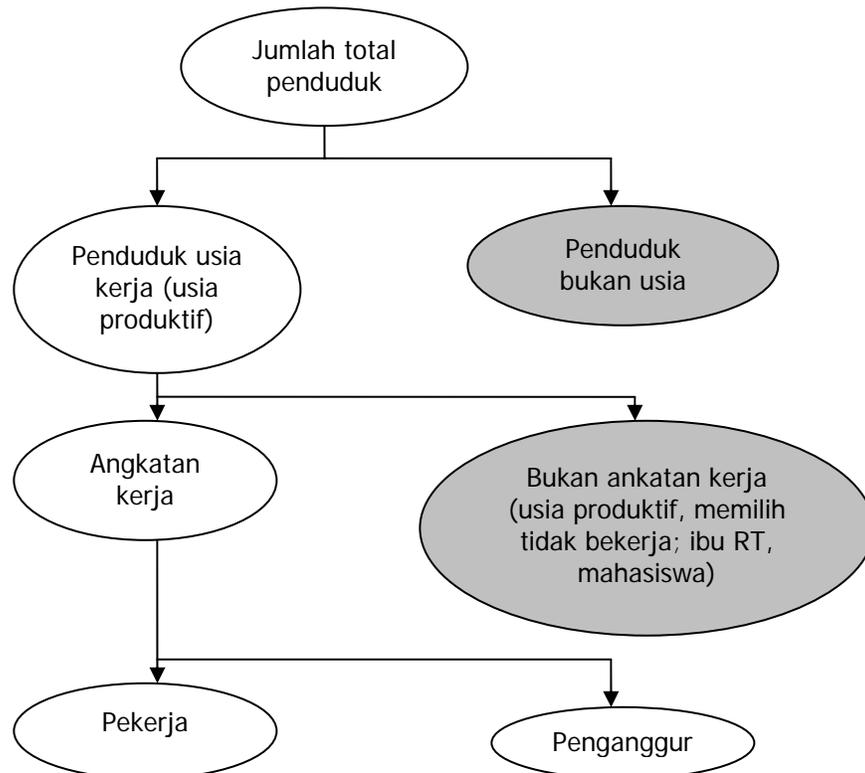
Dampak industri kreatif terhadap sektor lain meliputi; angka pengganda output, *backward linkage*, *forward linkage*.

2.6.1 Produk Domestik Bruto

Produk Domesti Bruto industri kreatif merupakan bagian dari PDB Nasional yang diperoleh dari nilai tambah yang dihasilkan industri kreatif. Karena industri kreatif tidak tercatat sebagai industri dengan klasifikasi khusus dalam struktur klasifikasi industri nasional maka perlu pendefinisian lapangan-lapangan usaha yang termasuk di dalam industri kreatif. Studi ini mendefinisikan 14 lapangan usaha yang tergolong industri kreatif. Total nilai tambah bruto yang dihasilkan ke-14 lapangan usaha merupakan Nilai Tambah Bruto (NTB) atau *Gross Value Added* (GVA) industri kreatif.

2.6.2 Ketenagakerjaan

Struktur klasifikasi ketenagakerjaan umumnya dibagi menjadi:



Gambar 2.1 Struktur klasifikasi ketenaga kerjaan

Angkatan kerja adalah penduduk yang berada pada usia produktif, sedang penduduk yang berada di luar usia produktif bukan merupakan angkatan kerja. Pekerja adalah penduduk usia produktif yang sudah bekerja di sektor tertentu. Penganggur adalah penduduk usia produktif yang belum bekerja, sedang mencari pekerjaan atau memilih tidak bekerja (ibu rumah tangga, mahasiswa).

2.6.3 Berbasis Aktivitas Perusahaan

Aktivitas Perusahaan dapat dilihat dari dua faktor, yaitu:

1. Jumlah perusahaan

Jumlah perusahaan adalah jumlah *firm* yang ada di setiap kelompok industri kreatif. Semakin besar nilai indikator perusahaan (*number of firm*) dalam suatu industri, maka semakin dekat karakteristik pasar/industri kepada pasar persaingan sempurna, semakin tinggi intensitas persaingan, dan kesejahteraan yang terjadi di pasar/industri akan semakin besar. Dengan membandingkan angka jumlah perusahaan ini dengan total jumlah perusahaan dalam industri, serta angka penyerapan tenaga kerjanya, dapat diindikasikan besarnya peran industri kreatif dalam perekonomian nasional.

2. Nilai Ekspor

Nilai ekspor yang dimaksudkan adalah *share gross value added* di *overse market* atau nilai penjualan produk dan jasa industri kreatif di pasar internasional. Semakin besar nilai ekspor industri kreatif menunjukkan semakin kompetitifnya posisi industri kreatif nasional di pasar internasional.

2.6.4 Dampak Terhadap Sektor Lain

Indikator dampak terhadap sektor lain atau *impact to other Sector* dalam studi ini terdiri dari angka pengganda (*multiplier*) dan keterkaitan antara sektor (*linkage*). Angka pengganda yang digunakan khususnya angka pengganda *output*.

1. Angka pengganda output

Angka pengganda output suatu kelompok industri kreatif adalah nilai total dari output atau produksi yang dihasilkan oleh perekonomian untuk memenuhi (atau akibat) adanya perubahan satu unit uang permintaan akhir pada kelompok industri kreatif tersebut.

2. *Linkage* kelompok industri kreatif

Linkage kelompok industri kreatif terdiri dari *backward linkage* (ke arah hulu) dan *forward linkage* (ke arah hilir)

2.7 Animasi

Animasi, atau lebih akrab disebut dengan film animasi, adalah film yang merupakan hasil dari pengolahan gambar tangan sehingga menjadi gambar yang bergerak. Pada awal penemuannya, film animasi dibuat dari berlembar-lembar kertas gambar yang kemudian di-"putar" sehingga muncul efek bergerak. Dengan bantuan komputer dan grafika komputer, pembuatan film animasi menjadi sangat mudah dan cepat. Bahkan akhir-akhir ini lebih banyak bermunculan film animasi 3 dimensi dari pada film 2 dimensi. (<http://id.wikipedia.org>)

Adapun hasil yang biasa dinikmati itu merupakan hasil karya sinematografi. Bukan film yang biasa seperti sering disebutkan. Film sebagai media penyimpan adalah pias (lembaran kecil) selluloid yakni sejenis bahan plastik tipis yang dilapisi zat peka

cahaya. Benda inilah yang selalu digunakan sebagai media penyimpan di awal pertumbuhan sinematografi. Film sebagai genre seni adalah produk sinematografi.

Sinematografi adalah kata serapan dari bahasa Inggris *Cinematography* yang berasal dari bahasa Latin kinema 'gambar'. Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabung-gabungkan gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide.

Sinematografi memiliki objek yang sama dengan fotografi yakni menangkap pantulan cahaya yang mengenai benda. Karena objeknya sama maka peralatannya pun mirip. Perbedaannya, peralatan fotografi menangkap gambar tunggal, sedangkan sinematografi menangkap rangkaian gambar. Penyampaian ide pada fotografi memanfaatkan gambar tunggal, sedangkan pada sinematografi memanfaatkan rangkaian gambar. Jadi sinematografi adalah gabungan antara fotografi dengan teknik perangkaian gambar atau dalam sinematografi disebut montase (montage). Sinematografi sangat dekat dengan film dalam pengertian sebagai media penyimpan maupun sebagai genre seni.

2.8 Jenis-Jenis Animasi

Adapun jenis-jenis animasi yang ada saat ini adalah sebagai berikut:

1. Animasi Cel

Kata cel berasal dari kata "celluloid" yang merupakan materi yang digunakan untuk membuat film gambar bergerak pada tahun-tahun awal animasi. Biasanya digambar dengan menggunakan tangan (hand-drawn animation) Animasi cel biasanya merupakan lembaran-lembaran yang membentuk animasi tunggal. Masing-masing

sel merupakan bagian yang terpisah, misalnya antara obyek dengan latar belakangnya, sehingga dapat saling bergerak mandiri

2. Animasi Frame

Animasi frame adalah bentuk animasi paling sederhana. Contohnya ketika kita membuat gambar gambar yang berbedabeda gerakannya pada sebuah tepian buku kemudian kita buka buku tersebut dengan menggunakan jempol secara cepat maka gambar akan kelihatan bergerak. Dalam sebuah film, serangkaian frame bergerak dengan kecepatan minimal 24 frame per detik agar tidak terjadi jitter

3. Animasi Sprite

Pada animasi sprite, gambar digerakkan dengan latar belakang yang diam. Sprite adalah bagian dari animasi yang bergerak secara mandiri, seperti misalnya: burung terbang, planet yang berotasi, bola memantul, ataupun logo yang berputar. Dalam animasi sprite yang dapat kita edit adalah animasi dari layar yang mengandung sprite, kita tidak dapat mengedit bagian dalam yang ditampilkan oleh layar untuk masing-masing frame seperti pada animasi frame

4. Animasi Path

Animasi path adalah animasi dari obyek yang bergerak sepanjang garis kurva yang ditentukan sebagai lintasan. Misalnya dalam pembuatan animasi kereta api, pesawat terbang, burung dan lain-lain yang membutuhkan lintasan gerak tertentu. Pada kebanyakan animasi path dilakukan juga efek looping yang membuat gerakan path terjadi secara terus menerus

5. Animasi Spline

Spline adalah representasi matematis dari kurva. Sehingga gerakan obyek tidak hanya mengikuti garis lurus melainkan berbentuk kurva

6. Animasi Vektor

Vektor adalah garis yang memiliki ujung-pangkal, arah, dan panjang. Animasi vektor mirip dengan animasi sprite, tetapi animasi sprite menggunakan bitmap sedangkan animasi vektor menggunakan rumus matematika untuk menggambarkan sprite-nya

7. Animasi Character

Animasi karakter biasanya terdapat di film kartun. Semua bagian dalam film kartun selalu bergerak bersamaan. Software yang biasa digunakan adalah Maya Unlimited. Contoh film kartun yang dibuat dengan Maya Unlimited adalah Toy Story dan Monster Inc. Apapun jenis animasinya, yang penting adalah memberikan efek "hidup" (visual efek) pada gambar atau obyek.

Visual efek dapat dibuat dengan cara:

- *Motion dynamics*, efek yang disebabkan perubahan posisi terhadap waktu.
- *Update dynamics*, efek yang disebabkan perubahan pada suatu obyek (bentuk, warna, struktur, dan tekstur)
- Perubahan cahaya, posisi, orientasi dan fokus kamera.

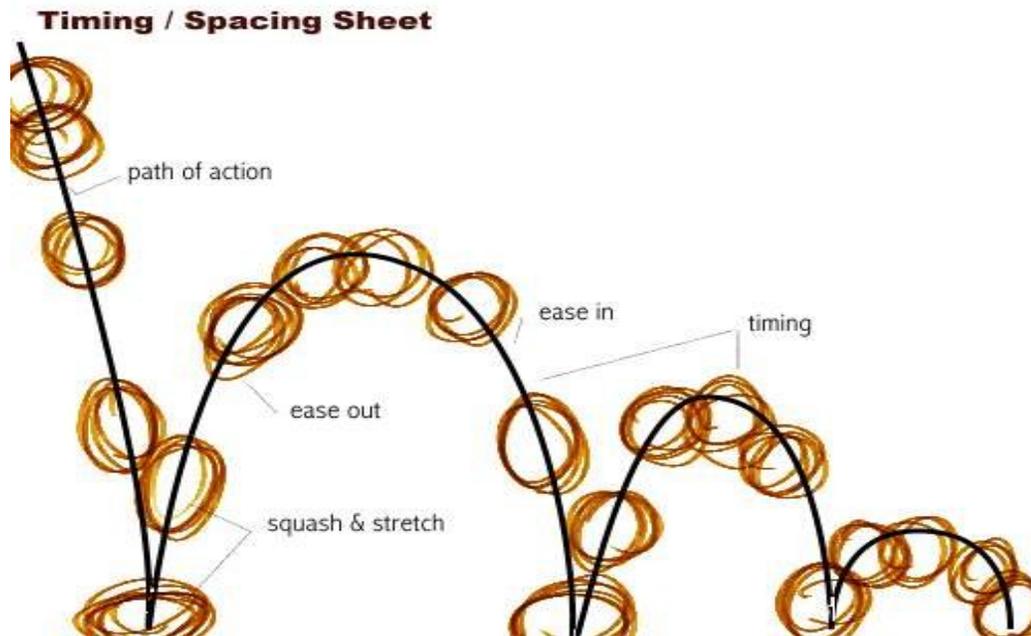
2.9 Prinsip-Prinsip Animasi

Menurut artikel (<http://tutorial.babastudio.com/?p=310#more-310> oleh Zeembry 30 April 2009), ada 12 prinsip animasi yang harus diketahui oleh para animator adalah:

1. Timing (Waktu)

Ini menentukan apakah gerakan tersebut alami atau tidak. Misalkan gerakan orang berjalan terlalu lambat, sedangkan latar belakang terlalu cepat bergerak. Atau bola yang

memantul ke tanah, tetapi sebelum memantul, efek suara pantulan sudah terdengar lebih dahulu. Jadi timing ini lebih kepada sinkronisasi antara elemen-elemen animasi.



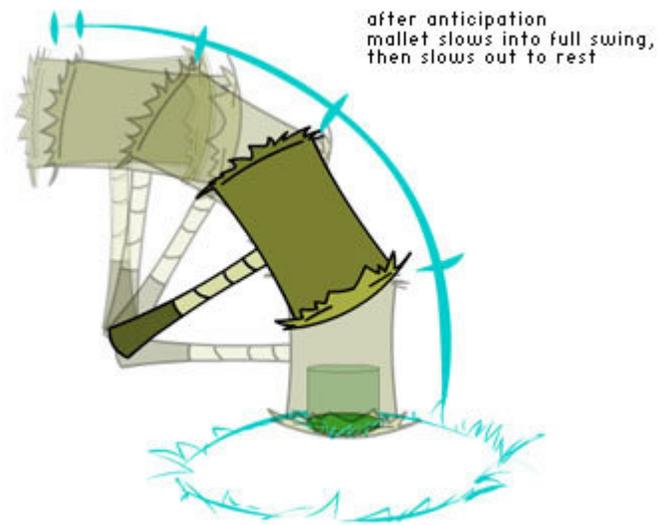
Gambar 2.2 Timing (Waktu)

2. *Ease In dan Ease Out* (Percepatan dan Perlambatan)

Prinsip ini juga paling banyak digunakan dalam animasi. Ketika bola di lempar ke atas, gerakan tersebut harus semakin lambat. Dan bola jatuh akan semakin cepat. Atau ketika mobil berhenti, pemberhentian tersebut harus secara perlahan-lahan melambat, tidak bisa langsung berhenti.

3. *Arcs* (Lengkungan)

Banyak hal tidak bergerak secara garis lurus. Bola saja dilempar tidak akan pernah lurus, pasti ada sedikit pergeseran. Jadi usahakan gerakan objek anda tidak sempurna, agak "dirusak" sedikit sehingga terlihat alami, jangan komputer banget



Gambar 2.3 Arcs (Lengkungan)

4. *Follow Through and Overlapping Action* (Gerakan penutup sebelum benar-benar diam)

Prinsip ini ingin menggambarkan perilaku karakter sebelum menyelesaikan suatu tindakan. Misalkan saat seseorang melempar bola, gerakan setelah melempar bola (*Follow Through*) tersebut adalah menunjukkan mimik muka senang karena puas telah melempar bola. Kemudian yang disebut *Overlapping action* adalah gerakan baju atau rambut yang bergerak akibat gerakan tersebut.

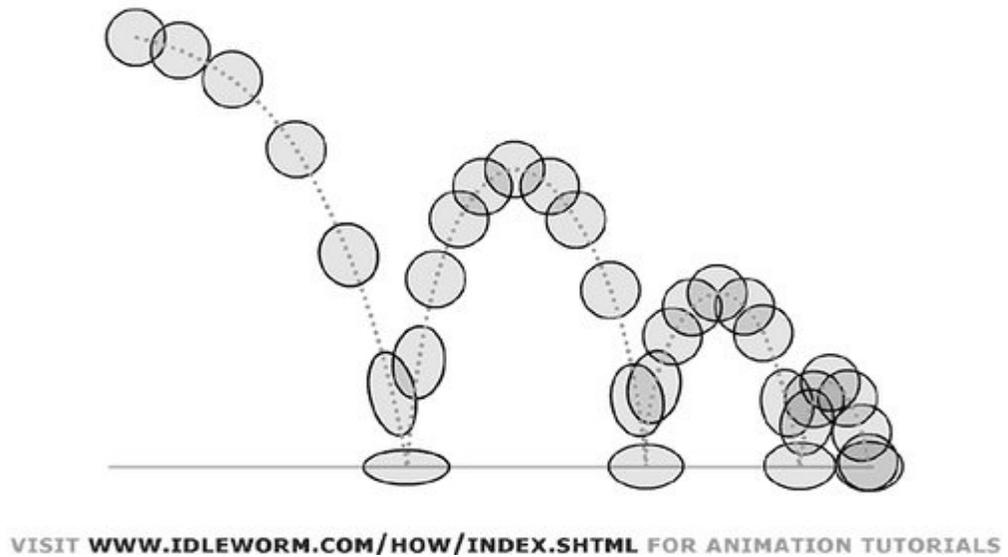
Jadi animasi bukan sekedar asal bergerak, tetapi membuatnya hidup dengan hal-hal detail seperti ini. Banyak yang sangat detail bisa menggambar karakter, tetapi banyak yang gagal dalam menganimasikan karena karakter yang digambar terlalu rumit untuk dianimasikan.

5. *Secondary Action* (Gerakan Pelengkap)

Ini bukanlah gerakan yang sebenarnya, misalkan saat di ruang tunggu dokter, ada tokoh utama yang sedang membaca, tetapi di latar belakang ada pemeran pendukung seperti orang merokok, sedang mengobrol atau apapun yang membuatnya terlihat alami.

6. *Squash and Stretch* (Kelenturan suatu objek)

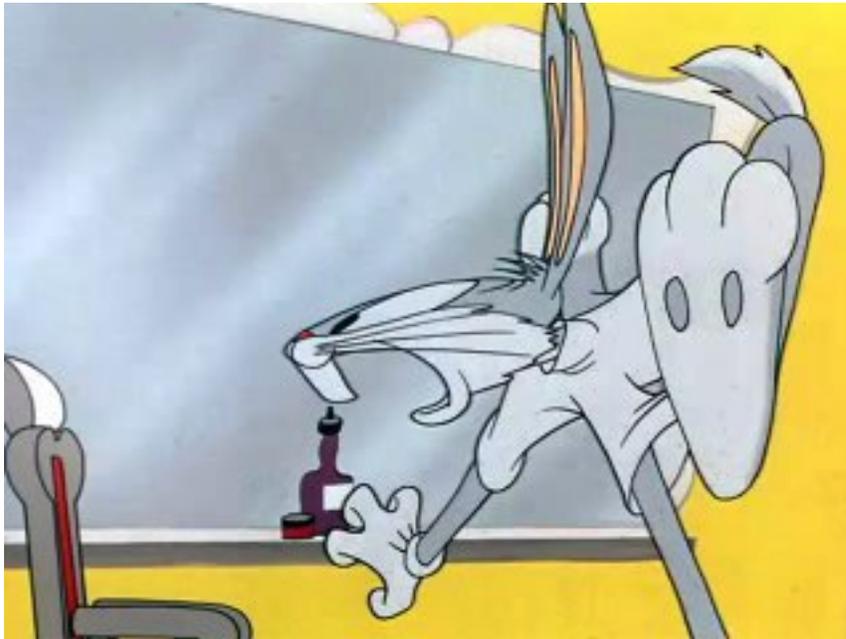
Bola yang ketika jatuh agak sedikit gepeng menunjukkan kelenturan bola tersebut. Atau ketika orang melompat dan jatuh, kakinya agak sedikit lentur.



Gambar 2.4 Squash and Stretch (Kelenturan suatu objek)

7. *Exaggeration* (Melebih-lebihkan)

Animasi bisa dilebih-lebihkan dengan musik, latar belakang atau gambar. Orang digambarkan dengan mata besar yang menunjukkan keterkejutan. Ini bisa kita lihat di film-film kartun Jepang, bagaimana orang berlari tetapi ada gambar seekor elang besar sebagai latarnya untuk menunjukkan kecepatan lari orang tersebut.



Gambar 2.5 Exaggeration (Melebih-lebihkan)

8. *Straight Ahead and Pose to Pose*

Prinsip *Straight-ahead* mengacu kepada teknik pembuatannya, yaitu dengan teknik *frame by frame*, digambar satu per satu. Walt Disney yang mempunyai ratusan animator dari berbagai mancanegara menggunakan teknik ini sehingga animasi terlihat sangat halus dan detail. Bagi Anda yang mempunyai dana terbatas jangan coba-coba menggunakan teknik ini karena pengerjaannya akan lama dan butuh tenaga animator yang banyak. Ujung-ujungnya dana bisa habis sebelum film animasi selesai dikerjakan.



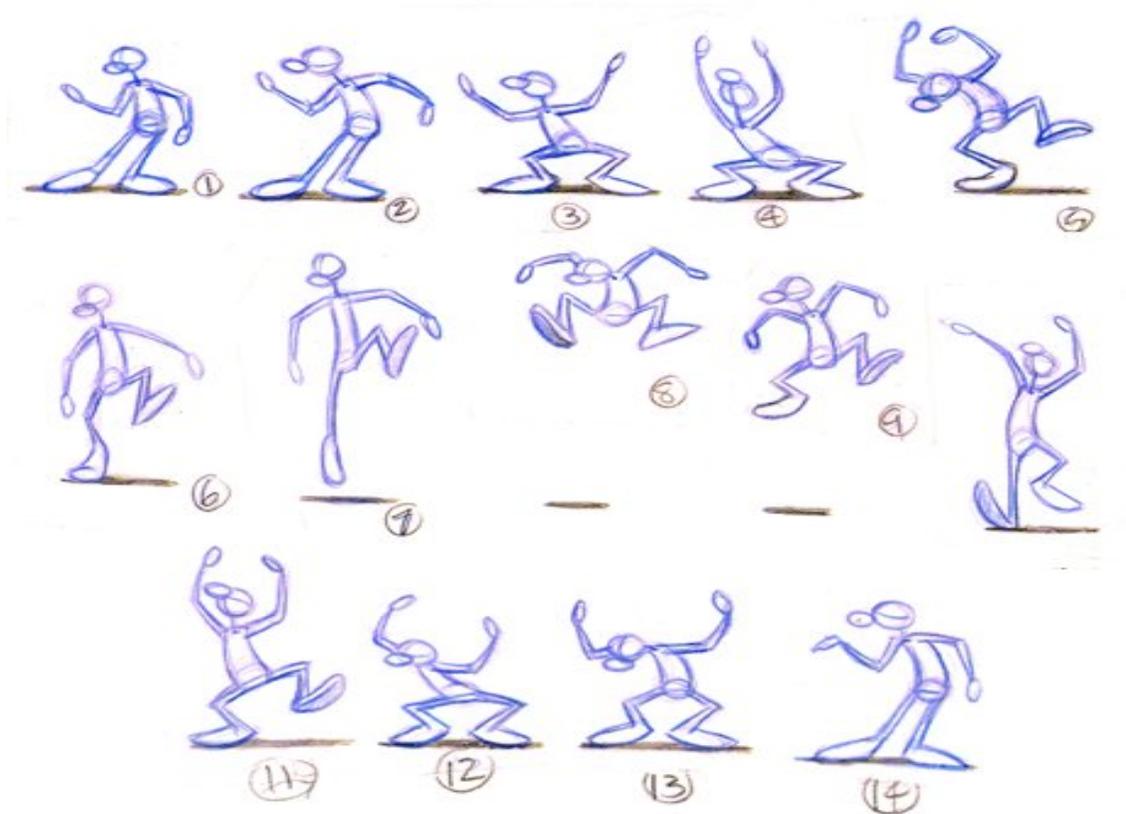
Gambar 2.6 Straight Ahead and Pose to Pose

Pose to pose menggunakan teknik *keyframe*, seperti tween motion di *flash*. Ini cocok untuk mereka yang dananya terbatas dan butuh pengerjaan cepat. Tetapi ingat, karakter yang dibuat jangan terlalu detail dan rumit karena akan menyulitkan pengerjaan animasi. Sederhana saja sehingga karakter tersebut mudah digerakkan. Animasi jepang paling banyak menggunakan teknik ini seperti *Sinchan* dan *The Powerpuff Girls*.

9. *Anticipation* (Gerakan Pendahulu)

Gerakan ini bertujuan untuk menjelaskan gerakan utama. Misalkan gerakan utama adalah orang terpeleset dan jatuh ke kolam renang. Sebelum itu, ada elemen-elemen yang ditunjukkan sebelum itu seperti ada kulit pisang di lantai, kemudian ada gerakan air di kolam renang, orang berjalan dengan mimik cuek. Gerakan-gerakan antisipasi bertujuan agar penonton memahami apa yang akan terjadi berikutnya. Jadi tidak langsung membuat orang tersebut jatuh ke kolam renang tanpa penonton tahu apa penyebabnya.

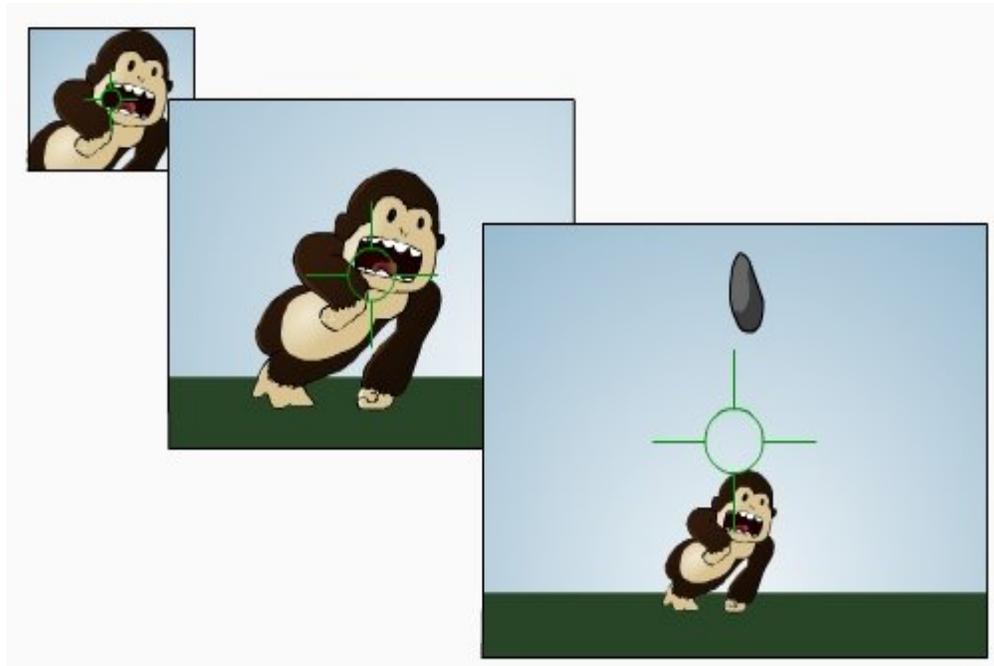
Ini yang kadang dilupakan oleh orang, jadi seakan-akan penonton mengerti jalan pikiran sang animator. Oleh karena itu, film animasi yang dibuat banyak keganjilan dan keanehan karena kurang pemahamnya animator dengan prinsip ini.



Gambar 2.7 Anticipation (Gerakan Pendahulu)

10. *Staging* (Bidang Gambar)

Staging adalah sudut pengambilan gambar seperti memperbesar muka tokoh untuk memperlihatkan kesedihannya, mengambil dari jarak jauh untuk memperlihatkan kemewahan suatu rumah, mengambil dari atas untuk memberi kesan ada seseorang yang mengintip, dan sebagainya.



Gambar 2.8 Staging (Bidang Gambar)

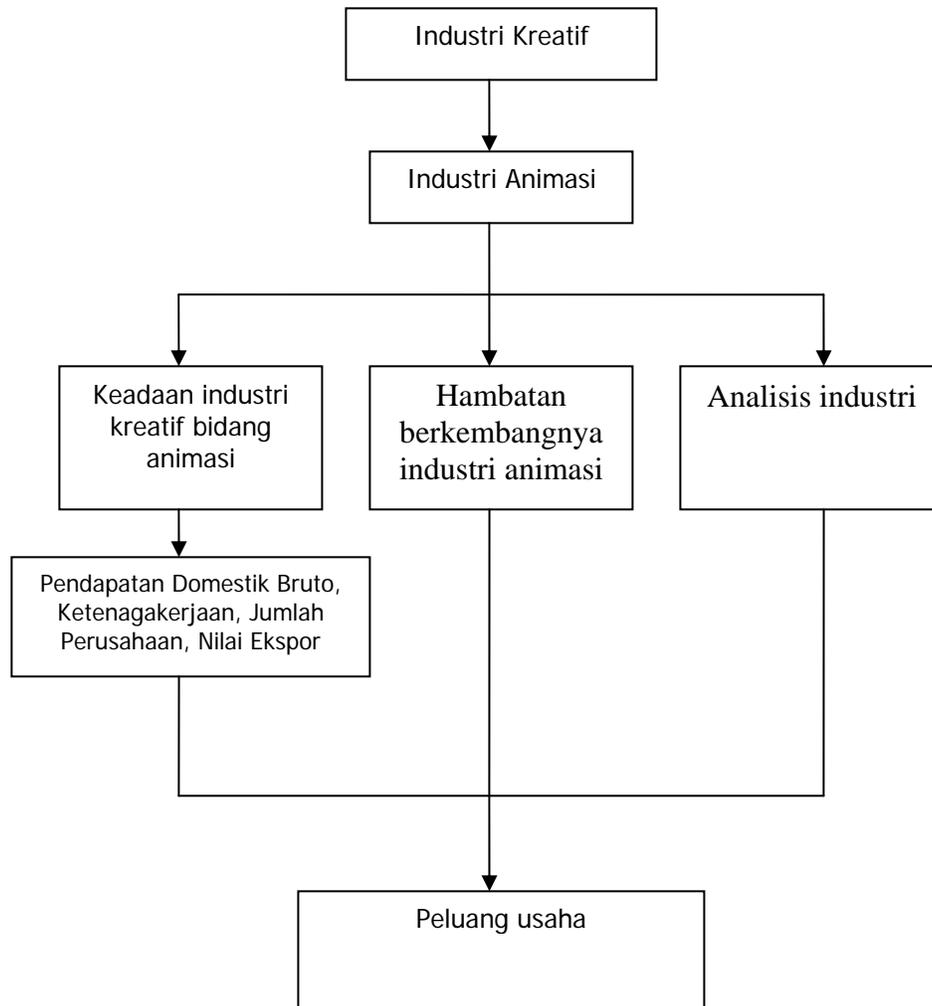
11. *Personality* (Penjiwaan Karakter)

Membuat sedetail mungkin kepribadian seorang tokoh misalkan tanggal lahir, hobi, sifat baik dan jahat. Penjiwaan karakter akan membuat penonton mengenali karakter tersebut.

12. *Appeal* (Daya Tarik Karakter)

Daya tarik karakter tersebut harus bisa mempengaruhi emosi penonton. Misalkan tampannya yang bodoh sehingga membuat penonton tertawa atau tampang yang tak berdosa sehingga membuat penonton merasa kasihan.

2.9 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.9 Kerangka Pemikiran