

BAB III

IDENTIFIKASI DATA

A. Identifikasi Objek

1. Profil Ansora



Gambar 1 : Logo Komunitas Animasi Ansora

Sumber : Dokumentasi Ansora

Ansora adalah kependekan dari Animasi Solo Raya. Ansora merupakan komunitas animasi yang berbasis di Kota Surakarta dan sekitarnya atau dikenal juga dengan istilah Solo Raya. Komunitas Ansora diinisiasi oleh Ranang Agung Sugihartono, seorang dosen di Institut Seni Indonesia Surakarta (ISI Surakarta). Komunitas Ansora saat ini memiliki 41 anggota yang berasal dari berbagai profesi seperti akademisi, studio animasi, mahasiswa dan pekerja profesional animasi lainnya. Saat ini Ansora juga telah tergabung secara resmi sebagai salah satu anggota dari Asosiasi Industri Animasi Indonesia (Ainaki) dalam rangka memperluas kerjasama dan jaringan dalam bidang animasi di kancah nasional.

Melihat di area Kota Surakarta dan sekitarnya telah memiliki sumber daya potensial untuk mengembangkan industri animasi seperti lembaga

akademis yang mengkaji animasi, beberapa studio animasi serta tenaga profesional lepas (*freelancer*) yang bekerja di bidang animasi berasal dari Solo Raya Pak Ranang bersama beberapa rekannya berharap industri animasi di Kota Surakarta dan sekitarnya juga dapat berkembang dengan baik.

Ansora sendiri secara resmi dibentuk pada 16 September 2017. Sebelum secara resmi dibentuk Pak Ranang dan beberapa rekan dengan pandangan yang sama mengenai animasi telah terlebih dahulu berdiskusi mengenai kebutuhan akan suatu forum yang dapat mempercepat perkembangan animasi di Kota Surakarta dan sekitarnya. Mengingat dalam mengembangkan industri animasi dibutuhkan kerjasama dan koneksi dari berbagai bidang pekerjaan dan instansi maka kehadiran komunitas yang dapat mempersatukan berbagai elemen ini sangat dibutuhkan untuk mempercepat perkembangan animasi di Solo Raya. Dan karena itu Komunitas Ansora hadir dengan harapan dapat menjadikan industri animasi sebagai salah satu ikon ekonomi kreatif di Kota Surakarta dan sekitarnya.

2. Visi dan Misi

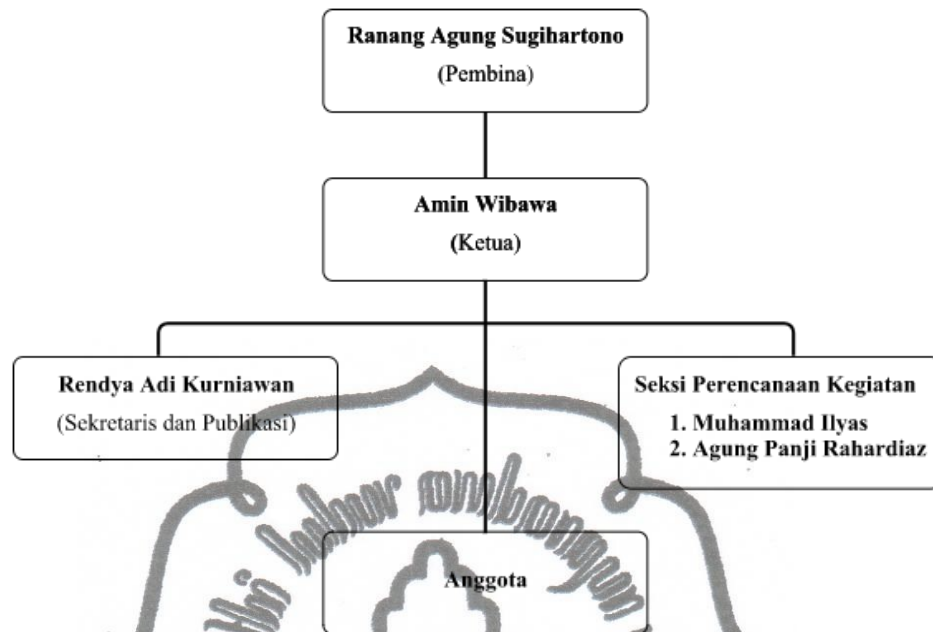
a. Visi

Mewujudkan industri animasi menjadi salah satu ikon ekonomi kreatif di kota Solo

b. Misi

- 1) Menjadi pusat informasi tentang industri animasi di Solo Raya.
- 2) Menjadi sinergitas antara praktisi, akademisi dan industri animasi.
- 3) Mendorong dan menciptakan wirausaha baru animasi.

3. Susunan Organisasi



Gambar 2 : Susunan Organisasi Komunitas Ansora

Sumber : Dokumentasi Ansora

4. Program Kegiatan

Dalam upaya mewujudkan visi dan misi dari Ansora beberapa bentuk kegiatan yang dilaksanakan ansora antara lain sebagai berikut.

a. *Talkshow* dan *Creative Sharing* Animasi

Salah satu bentuk upaya Ansora dalam memajukan industri animasi di Solo Raya adalah dengan memberikan edukasi mengenai animasi dari berbagai sudut pandang melalui *talkshow* dan *creative sharing*. Beberapa kegiatan yang pernah dilaksanakan adalah sebuah *talkshow* berjudul “Prospektur Industri Animasi” yang berlangsung sebagai salah satu acara dalam Soloborasi II, *creative sharing* bersama Hanitioanto Joedo salah satu tokoh penting Jogjanimations, serta *creative sharing* “Mengintip Teknologi Animasi dari Masa ke Masa”.



Gambar 3 : Talkshow “Prospektur Industri Animasi” pada Soloborasi II

Sumber : Dokumentasi Ansora



Gambar 4 : *Creative Sharing* bersama Joedo H. Jogjanimation

Sumber : Dokumentasi Ansora



Gambar 5 : *Creative Sharing* “Mengintip Teknologi Animasi dari Masa ke Masa”

Sumber : Dokumentasi Ansora

b. *Workshop Animasi*

Workshop juga menjadi salah satu upaya Ansora membagikan pengetahuan teknis serta meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di Kota Surakarta dan sekitarnya dalam bidang animasi. Beberapa studio dan instansi akademis yang merupakan anggota Ansora telah menyelenggarakan beberapa program pendidikan dan pelatihan animasi dengan bekerja sama dengan Balai Diklat Industri Denpasar (BDI Denpasar). Selain itu Ansora juga pernah mengadakan dua kali *workshop* bersama salah satu dosen New York University, Prof. Antonius Oktaviano W.



Gambar 6 : *Workshop 3D Scanning* oleh Prof. Antonius Oktaviano New York University
Sumber : Dokumentasi Ansora



Gambar 7 : *Workshop Pemodelan 3D dengan Teknologi Photogrametry* oleh Prof. Antonius Oktaviano New York University
Sumber : Dokumentasi Ansora

c. Pemutaran Film Animasi

Memberikan apresiasi terhadap karya animasi juga menjadi bentuk upaya Ansora memajukan animasi di Kota Surakarta dan sekitarnya.



Gambar 8 : *Screening* Animasi Mahasiswa bersama Ansora

Sumber : Dokumentasi Ansora

d. Pendampingan Bisnis Animasi

Dalam upayanya meningkatkan instansi-instansi bisnis berskala kecil dan mikro dalam bidang animasi Ansora juga membantu anggotanya dalam mempersiapkan usaha mereka untuk berkembang seperti studio animasi Elit Pixel Studio.



Gambar 9 : Logo Elit Pixel Studio sebagai Studio Rintisan Ansora

Sumber : Dokumentasi Ansora



Gambar 10 : Suasana Kerja di Studio Elit Pixel

Sumber : Dokumentasi Ansora

5. Media Informasi Ansora Saat Ini

Dari mulai dibentuknya komunitas Ansora secara resmi hingga saat ini media yang telah dimanfaatkan Ansora untuk menyebarkan informasi masih terbilang minim. Saat ini Ansora menggunakan media Whatsapp Group dan melalui mulut ke mulut atau *word of mouth* dalam menyebarkan informasi.

a. Whatsapp Group

Whatsapp Group adalah salah satu bentuk forum daring yang tersedia di aplikasi Whatsapp. Whatsapp Group Ansora saat ini berisikan 41 anggota yang telah secara resmi bergabung dengan Ansora. Melalui grup Whatsapp informasi dapat disampaikan dalam bentuk teks, gambar, maupun pesan suara singkat dan panggilan grup. Dalam hal ini kualitas informasi dapat tersampaikan dengan baik karena memungkinkan komunikasi interaktif antaranggota grup mengenai suatu informasi. Di sisi lain penyebaran informasi ini hanya secara eksklusif sampai kepada anggota-anggota yang telah bergabung dalam grup tersebut.

b. *Word of Mouth*

Penyebaran informasi lainnya adalah melalui mulut ke mulut atau *word of mouth*. Seperti sebutannya dalam hal ini informasi disebar dari satu individu ke individu lain secara personal dan berantai. Sisi positif dari *word of mouth* dalam penyebaran informasi ini adalah inklusif karena dapat disebar kepada orang yang bukan merupakan anggota Ansora. Namun penyebaran informasi melalui *word of mouth* ini sangat bergantung pada agen yang menyebarkan informasi. Hal ini dikarenakan setiap individu memiliki kemampuan yang berbeda dalam menerima dan menyampaikan sebuah informasi maka ada kemungkinan terjadi kesalahan dalam proses penyebaran informasi. Selain itu penyebaran informasi ini tidak dapat secara jelas dipantau dan dikendalikan.

6. Kuesioner Perancangan Website Informasi Industri Animasi

Penulis membagikan kuesioner daring kepada 100 responden dalam rangka pengumpulan data terkait perancangan *website* sebagai media informasi komunitas animasi Ansora. Adapun informasi yang dapat disimpulkan dari hasil kuesioner tersebut antara lain adalah sebagai berikut.

- a. Sebanyak 46 responden pernah mencari tutorial, materi edukasi, atau informasi terkait animasi di *website*, 26 responden belum pernah mencari dan 27 lainnya tidak menjawab.
- b. Sebanyak 66 responden tidak mengetahui apakah ada *website* yang menyediakan tutorial, materi edukasi, atau informasi tentang animasi, 27 responden menjawab sedikit *website* yang menyajikan konten seperti hal tersebut dan 6 lainnya menjawab banyak.

- c. Sebanyak 26 responden saat ini memiliki pekerjaan yang terkait dengan animasi atau industri animasi dan 74 sisanya memiliki keterkaitan.
- d. Sebanyak 72 responden saat ini memiliki ketertarikan kepada animasi baik ketertarikan untuk belajar, ketertarikan karena kebutuhan profesi maupun ketertarikan untuk berbisnis yang berkait dengan animasi, sementara itu 28 responden lainnya tidak tertarik kepada animasi.
- e. Dari 100 responden dalam mengakses *website* ada sebanyak 91 responden menggunakan *smartphone*, 89 menggunakan *personal computer (PC)* baik itu *desktop* maupun laptop, dan 7 responden menggunakan tablet.
- f. Sebanyak 64 responden merasa nyaman dengan *website* yang memiliki *layout* responsif, 12 responden nyaman dengan *website* yang memiliki *layout* nonresponsif dan 23 lainnya tidak merasa nyaman dengan kedua jenis *website* tersebut.
- g. Sebanyak 72 responden mengutamakan performa *website* dibanding desain visual *website* dan 28 lainnya berpendapat sebaliknya.
- h. Sebanyak 54 responden berpendapat suatu *website* tidak memerlukan maskot, 39 responden berpendapat memerlukan dan 6 responden lainnya merasa maskot mengganggu visual *website*.
- i. Sebanyak 43 responden lebih tertarik dengan gaya ilustrasi 3D untuk visual *website*, 32 responden lebih tertarik dengan gaya ilustrasi 2D bergradasi, 18 tertarik dengan gaya 2D *flat* dan 6 lainnya pada gaya *line art*.

- j. Sebanyak 40 responden merasa nyaman dengan *typeface font* Source Sans Pro dari kategori *sans-serif*, 28 responden nyaman dengan Merryweather dari kategori *serif*, 19 responden nyaman dengan Mali dari kategori *cursive* dan 12 lainnya nyaman dengan Zill Slab dari kategori *slab-serif*

B. Target Audience

1. Segmentasi Demografis

- a. Usia : 19-30 tahun
- b. Pendidikan : Semua tingkat pendidikan
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- d. Agama : Semua golongan agama
- e. Kelas Sosial : Semua golongan sosial

2. Segmentasi Geografis

- a. Penduduk Kota Surakarta dan sekitarnya

3. Segmentasi Psikografis

- a. Individu atau kelompok yang memiliki ketertarikan pada animasi secara umum
- b. Individu atau kelompok yang tertarik dengan bisnis dalam industri animasi terutama di area Kota Surakarta dan sekitarnya
- c. Individu atau kelompok yang membutuhkan informasi terkait industri animasi di Kota Surakarta dan sekitarnya.

C. Komparasi

1. Website Ainaki



Gambar 11 : Logo Asosiasi Industri Animasi Indonesia

Sumber : <http://ainaki.or.id>

Asosiasi Industri Animasi Indonesia (Ainaki) adalah organisasi, komunitas dan asosiasi pelaku industri animasi Indonesia untuk bertukar informasi dan pengalaman. Ainaki secara resmi berdiri pada 8 Juni 2004 yang diinisiasi oleh Bapak Narliswandi (Iwan) Pilliang dan Bapak Achmad Hirawan setelah melalui beberapa proses diskusi dengan pihak Deperindag dan Ditjen HAKI. Saat ini sudah ada dua puluh empat perusahaan studio animasi, sebelas UMKM studio animasi, empat instansi rekanan, delapan lembaga pendidikan, dua komunitas serta tiga puluh tiga individu profesional yang secara resmi menjadi anggota Ainaki. Saat ini Ainaki mengelola *website* resminya yang beralamat di ainaki.or.id.

a. Konten Website Ainaki

Beberapa konten yang dimuat dalam *website* Ainaki antara lain adalah profil Ainaki termasuk di dalamnya adalah sejarah, visi dan misi serta struktur organisasi, kemudian informasi terkait keanggotaan Ainaki seperti keuntungan menjadi anggota, formulir pendaftaran anggota, daftar anggota dan daftar *Intellectual Property* (IP) milik anggota Ainaki.

Selanjutnya ada informasi terkait program kerja Ainaki seperti *roadmap* Ainaki dan kelender kegiatan. Kemudian ada juga artikel-artikel tentang berita dan kegiatan terkait animasi di Indonesia. Selain itu terdapat galeri foto yang berisi dokumentasi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan animasi di Indonesia serta informasi kontak dan alamat untuk menghubungi sekretariat Ainaki.

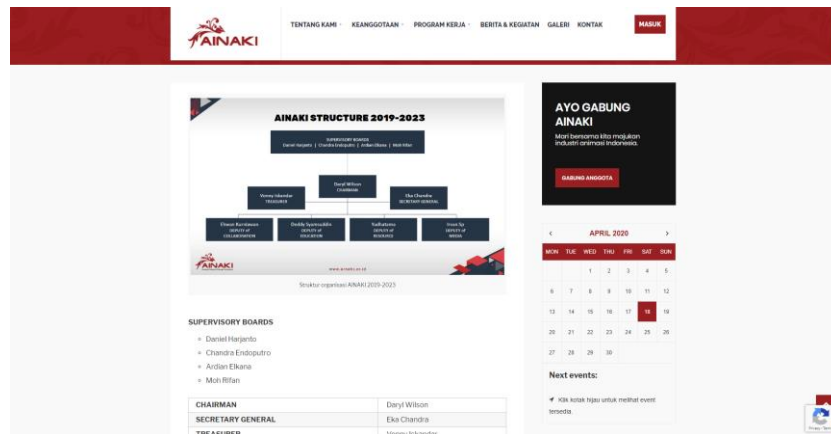
b. Visual *Website* Ainaki



Gambar 12 : Tampilan Beranda *Website* Ainaki

Sumber: <https://ainaki.or.id>, 2020

Website milik Ainaki mengusung konsep modern minimalis dengan warna putih (#FFFFFF) sebagai warna dominan dan warna merah (#991F22) sebagai aksen warna utama. Pada *website* Ainaki digunakan tiga keluarga *font* yang semuanya tergolong dalam kategori *sans-serif*, yaitu *Raleway* untuk bagian menu, *Poppins* untuk *heading* dan *Libre Franklin* untuk *body copy*.



Gambar 13 : Tampilan Laman Struktur Organisasi Ainaki

Sumber : <https://ainaki.or.id/struktur-organisasi/>, 2020

2. Website Blender Artists Community



Gambar 14 : Logo Blender Artist Community

Sumber: <https://blenderartists.org>, 2020

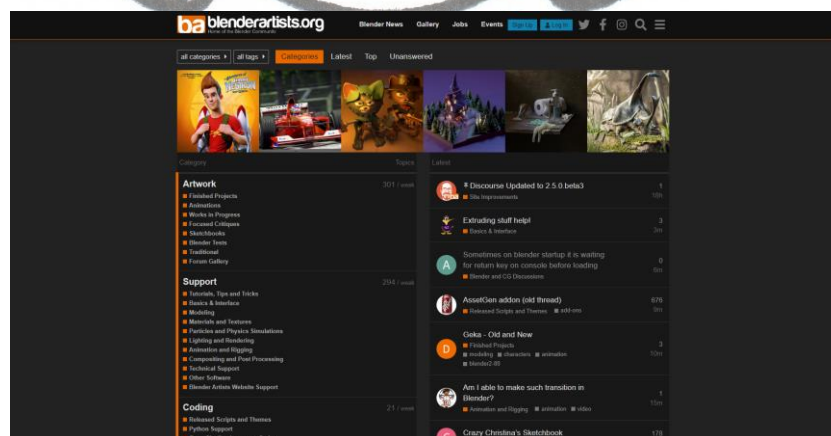
Blender sendiri merupakan sebuah perangkat lunak *open-source* yang digunakan untuk pembuatan animasi, efek visual, dan pekerjaan lain terkait pencitraan 3D. Setelah hadir selama kurang lebih 26 tahun Blender saat ini telah memiliki banyak pengguna di seluruh dunia. Namun dengan posisi Blender sebagai *open-source software* membuat tidak tersedianya layanan bantuan untuk pengguna Blender. Hal ini mendorong pengguna bertukar pikiran dan solusi ketika sebuah permasalahan muncul saat menggunakan *software* tersebut. Salah satu forum komunitas yang memberikan wadah pengguna *software*

Blender untuk berbagi informasi adalah Blender Artists Community (blenderartists.org).

a. Konten *Website* Blender Artists Community

Konten yang dimuat dalam *website* Blender Artists Community berita, galeri karya, lowongan pekerjaan, agenda terkait komunitas Blender pada taraf internasional, tutorial dan kontes-kontes. *Website* ini dirancang dengan orientasi kepada penggunaan *website* sebagai forum diskusi dan berinteraksi seperti *website* Kaskus. Selain itu ada penjelasan aturan-aturan ketika berinteraksi dengan pengguna lain. Dengan orientasi utama sebagai forum *website* ini memiliki fitur kepemilikan akun pribadi seperti pada *website* forum diskusi lain atau media sosial. Dengan akun ini pengunjung baru dapat memulai diskusi dengan pengunjung *website* lain.

b. Visual *Website* Blender Artists Community

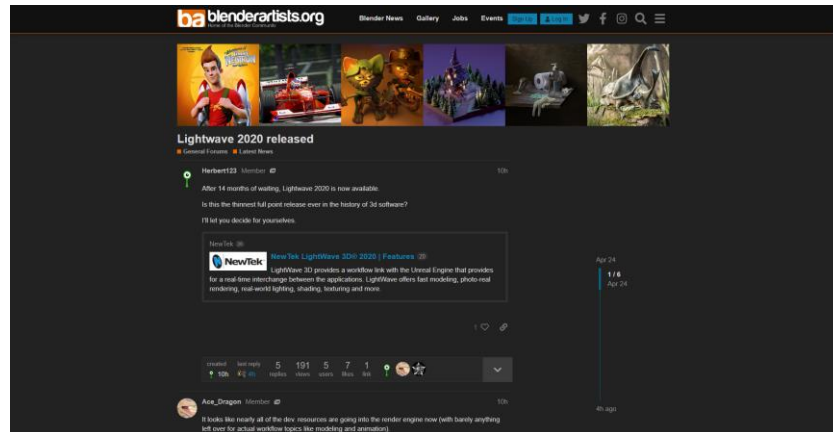


Gambar 15 : Tampilan Homepage *Website* Blender Artists Community

Sumber : <https://blenderartists.org>, 2020

Dari segi kosep visual *website* Blender Artists Community juga mengusung konsep yang minimalis, tapi dengan *layout* konten yang lebih rapat dibanding *website* Ainaki. Dari segi palet warna *website* Blender

Artists Community menggunakan warna abu-abu gelap (#222222) sebagai warna dominan dengan warna aksen utama hitam (#111111) dan oranye (#E86800). Situs Blender Artists Community menggunakan dua keluarga *font* kategori *sans-serif*, yaitu Helvetica untuk bagian menu di halaman utama dan *heading* serta font Arial untuk *body copy*.



Gambar 16 : Tampilan Laman Forum Blender Artists Community

Sumber : <https://blenderartists.org/t/lightwave-2020-released/1222621>, 2020

D. Analisis SWOT

Analisis *SWOT* merupakan analisis untuk menentukan arah strategi suatu produk berdasarkan empat aspek yang ada pada produk yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan kesempatan suatu produk atau layanan, dan meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dimilikinya. Dalam analisis ini *SWOT* dari *website* Ansora akan dikomparasikan dengan *website* sejenis yaitu *website* milik Ainaki dan Blender Artists Community. Diharapkan dari komparasi ini dapat mengetahui peluang yang dapat dimanfaatkan oleh *website* Ansora.

Tabel Analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT	Website Ansora	Website Ainaki	Website Blender Artists Community
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<p>1. Merupakan satu-satunya komunitas animasi yang mencakup berbagai sektor dalam industri animasi di Kota Surakarta dan sekitarnya saat ini</p> <p>2. Memiliki <i>target audience</i> utama yang lebih sempit secara geografis yaitu di Kota Surakarta dan sekitarnya</p> <p>3. Menyediakan variasi konten yang cukup luas, yaitu: berita seputar</p>	<p>1. Dengan anggota yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia informasi yang dapat dikumpulkan dan potensial dimuat sebagai konten <i>website</i> lebih banyak.</p> <p>2. Telah hadir cukup lama di industri animasi Indonesia dan memiliki kredibilitas yang baik</p>	<p>1. Dengan jaringan internasional yang lebih luas dibanding Ansora dan Ainaki konten potensial yang dapat dimuat oleh Blender Artists Community lebih banyak</p> <p>2. Sebagai <i>website</i> yang berorientasi sebagai forum Blender Artists Community telah memiliki fitur diskusi interaktif</p>

	<p>industri animasi, lowongan kerja, informasi kegiatan, resensi animasi, serta materi edukasi tentang animasi.</p>		
Weaknesses (Kelemahan)	<p>1. Belum bisa menghadirkan fitur forum diskusi interaktif</p> <p>2. Jaringan komunitas yang lebih kecil jika dibandingkan dengan Ainaki dan Blender Artists Community</p>	<p>1. Belum bisa menghadirkan fitur forum diskusi interaktif</p> <p>2. Tidak memuat konten materi edukasi tentang animasi, resensi animasi dan lowongan kerja.</p>	<p>1. Dengan <i>target audience</i> internasional Blender Artists Community menggunakan bahasa Inggris dalam <i>website</i>-nya sehingga kurang sesuai untuk pengunjung yang kurang menguasai bahasa Inggris</p> <p>2. Karena merupakan komunitas berbasiskan pengguna <i>software</i> untuk animasi, bukan animasi</p>

			secara umum konten yang ada mayoritas terkait dengan <i>software</i> Blender.
Opportunities (Peluang)	<p>1. Belum adanya sumber informasi selain <i>website</i> Ansora terkait industri animasi Indonesia khususnya untuk wilayah Kota Surakarta dan sekitarnya.</p> <p>2. <i>Website</i> yang menyediakan materi edukasi terkait animasi dalam bahasa Indonesia masih susah ditemukan.</p>	<p>1. Dengan kondisi industri animasi Indonesia yang masih dalam tahap pengembangan informasi mengenai industri animasi Indonesia pada skala nasional masih sangat dibutuhkan</p>	<p>1. Dengan banyaknya pengguna <i>software</i> Blender di Indonesia menghadirkan peluang untuk melakukan lokalisasi <i>website</i> atau konten</p>

<i>Threats</i> (Ancaman)	1. Hadirnya <i>website</i> lain sebagai sumber informasi yang lebih lengkap.	1. Hadirnya <i>website</i> lain sebagai sumber informasi yang lebih lengkap.	1. Hadirnya <i>website</i> lain sebagai sumber informasi yang lebih lengkap.
-----------------------------	--	--	--

Tabel 1: Tabel Analisis *SWOT*