

KONTRIBUSI INDUSTRI ANIMASI INDONESIA TERHADAP EKONOMI

Anak Agung Istri Kirana Maheswari¹, Laila Maulidhiyah Laksana Zahro²

^{1,2,3}Prodi Animasi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar
Jl. Nusa Indah, Kota Denpasar, Bali 8023, Indonesia

e-mail : kirana.maheswari21@gmail.com¹, lailamaudiyah@gmail.com²

INFORMASI ARTIKEL

Received : October 2024
Accepted : October 2024
Publish : October 2024

ABSTRACT

The animation industry in Indonesia has grown rapidly in recent years, fuelled by technological advances and the increasing demand for creative content in various sectors, such as entertainment, advertising, and education. This study aims to analyse the contribution of the animation industry to the Indonesian economy, both in terms of job creation, increasing national income, and exporting animation products. Using secondary data analysis methods from industry reports and government agencies, the results show that the animation industry has a significant impact on economic growth, especially in the creative economy. In addition, this industry has the potential to become a leading sector that can compete in the global market. However, challenges such as the lack of skilled labour and limited access to capital are still the main obstacles that need to be overcome. Recommendations include improving education and training in animation as well as government policy support to strengthen the competitiveness of Indonesia's animation industry.

Keywords: animation, creative economy, economic contribution, animation industry

ABSTRAK

Industri animasi di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh kemajuan teknologi dan meningkatnya permintaan akan konten kreatif di berbagai sektor, seperti hiburan, periklanan, dan pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi industri animasi terhadap perekonomian Indonesia, baik dari segi penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan nasional, maupun ekspor produk animasi. Dengan menggunakan metode analisis data sekunder dari laporan industri dan lembaga pemerintah, hasil penelitian menunjukkan bahwa industri animasi memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, terutama di bidang ekonomi kreatif. Selain itu, industri ini berpotensi menjadi sektor unggulan yang mampu bersaing di pasar global. Namun, tantangan seperti kurangnya tenaga ahli dan keterbatasan akses modal masih menjadi hambatan utama yang perlu diatasi. Rekomendasi yang diajukan mencakup peningkatan pendidikan dan pelatihan di bidang animasi serta dukungan kebijakan pemerintah untuk memperkuat daya saing industri animasi Indonesia.

Kata kunci: animasi, ekonomi kreatif, kontribusi ekonomi, industri animasi

PENDAHULUAN

Animasi sendiri sebagai sub sektor yang tergabung dalam subsektor film, animasi dan video menjadi salah satu subsektor yang mengalami pertumbuhan yang cepat. Dikutip dari publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) (2018) ada sekitar 8,2 juta usaha kreatif di Indonesia yang didominasi oleh usaha kuliner, fesyen, dan kriya, sehingga 3 sub-sektor ini memiliki kontribusi terbesar terhadap PDB Ekonomi Kreatif. Selain itu, ada juga 4 sub-sektor yang lain yang memiliki pertumbuhan tercepat yaitu TV dan radio; film, animasi, dan video; seni pertunjukan; dan desain komunikasi visual (DKV). Animasi merupakan salah satu sub-sektor perekonomian yang mulai mengalami pertumbuhan pesat di masa sekarang. Dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh BPS-BEKRAF (2016), walaupun animasi yang termasuk dalam sub-sektor yang memiliki kontribusi yang rendah namun animasi sendiri mengalami pertumbuhan sebanyak 10,09%.

Cepatnya pertumbuhan subsektor animasi tentu saja akan mempengaruhi pembukaan lowongan kerja untuk tenaga kerja dalam bidang ekonomi kreatif. Dikutip dari anataranews (2023), sebagai industri ekonomi kreatif, sektor animasi juga memiliki kesempatan besar dalam membuka dan menyerap tenaga kerja dengan tuntutan kompetensi yang bisa dilakukan oleh SDM keluaran Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Keadaan di atas berlaku untuk perusahaan animasi yang memiliki skala usaha berdasarkan jumlah SDM yang lebih dari 50 pekerja. Dari 120 studio animasi di Indonesia tercatat mempekerjakan 5771 tenaga kerja kreatif yang didominasi oleh generasi muda. Diperkirakan terdapat kurang lebih 24.000 pekerja yang bergerak di sektor industri animasi, yang berarti animasi merupakan salah satu industri kreatif yang padat karya dan juga padat modal.

Pertumbuhan subsektor animasi yang berkembang pesat dan mampu membuka banyak lowongan pekerjaan baru yang mampu menyerap banyak tenaga kerja, maka tentu saja diperlukan ekosistem yang baik untuk industri animasi itu sendiri. Walaupun memiliki potensi yang besar, namun menurut Ricky Pesik selaku wakil kepala Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Industri animasi menyatakan bahwa Industri animasi memiliki kontribusi yang rendah dalam dunia perfilman dikarenakan ekosistem industri animasi di Indonesia sendiri belum terbangun dengan baik. Menurut Wawan Rusiawan Direktur Riset dan

Pengembangan Ekonomi Kreatif BEKRAF dalam kata pengantar buku "Nganimasi Indonesia" bahwa totalitas pembangunan ekosistem animasi merupakan prasyarat utama untuk akselerasi pengembangan animasi lokomotif perekonomian Indonesia.

METODE PENELITIAN/PENCIPTAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (kualitatif dan kuantitatif) untuk memahami secara komprehensif kontribusi industri animasi terhadap ekonomi Indonesia. Pendekatan kualitatif difokuskan pada proses, kebijakan, dan faktor sosial yang mempengaruhi industri animasi, sementara pendekatan kuantitatif meneliti data ekonomi terkait. Penelitian terdiri dari studi eksploratif yang mengeksplorasi kontribusi industri animasi di sektor kreatif, pendidikan, dan pariwisata, serta studi deskriptif yang menggambarkan dampak ekonomi melalui produksi, ekspor, dan penyerapan tenaga kerja. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan kuesioner, sedangkan data sekunder berasal dari statistik ekonomi, laporan industri, dan studi sebelumnya. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara semi-terstruktur, survei kuantitatif, dan dokumentasi. Analisis kualitatif menggunakan metode tematik, sementara analisis kuantitatif menggunakan statistik deskriptif dan inferensial untuk mengukur kontribusi industri animasi terhadap PDB, tenaga kerja, dan nilai ekspor. Analisis komparatif juga dilakukan dengan negara lain seperti Korea Selatan dan Jepang. Validitas data dijamin melalui triangulasi, dan reliabilitas dijaga dengan prosedur pengumpulan data yang konsisten. Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku industri animasi di Indonesia, dengan sampel yang dipilih secara purposif melibatkan pelaku kunci industri seperti pemilik studio, animator senior, dan pengambil kebijakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subsektor animasi merupakan gabungan dari subsektor film, animasi, dan video yang bergerak di dalam bidang ekonomi kreatif. Walaupun merupakan subsektor dengan kontribusi yang termasuk rendah namun subsektor animasi sendiri dapat mengalami pertumbuhan hingga 10,09%. Industri animasi merupakan bentuk ekonomi atau sektor yang menghasilkan animasi sebagai produknya. Berdasarkan hasil akhirnya animasi sendiri dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian,

animasi 2 dimensi, animasi 3 dimensi, dan animasi stop motion.

Produk animasi juga dapat dikelompokkan berdasarkan *purpose* atau kegunaannya, yang pertama adalah film animasi untuk film festival (*art purpose*) dan animasi komersil (*commercial purpose*). Industri animasi di Indonesia sendiri khususnya dalam kelompok komersial masih kurang berkembang dibandingkan dengan negara tetangga kita di ASEAN. Hal ini dapat terjadi karena beberapa hal, beberapa diantaranya:

1. Kurangnya investor yang berani masuk ke Indonesia, karena pemerintah yang kurang mendukung industri animasi itu sendiri.
2. Kurangnya SDM atau tenaga kerja yang mampu bersaing dengan skala internasional
3. Masih kurangnya Lembaga Pendidikan atau sekolah animasi di Indonesia
4. Jumlah studio yang kalah banyak dengan negara tetangga
5. Kurangnya infrastruktur dalam bidang animasi contohnya pembuatan animasi memerlukan alat yang mahal sehingga lebih sedikit orang yang meminati industri animasi

Walaupun begitu seiring berjalannya waktu tentu saja industri animasi di Indonesia dapat melangkah ke depan mengejar ketertinggalannya. Kini Industri Animasi di Indonesia sudah mulai didukung oleh pemerintah, sehingga industri animasi di Indonesia dapat lebih berkembang. Pemerintah memberi dukungan melalui beberapa program dan insentif untuk pengembangan industri ekonomi kreatif, termasuk industri animasi. Perkembangan industri animasi dapat dilihat dari munculnya beberapa Lembaga atau sekolah yang membuka Pendidikan jurusan animasi. Dengan munculnya Lembaga Pendidikan dan sekolah jurusan animasi tentu saja dapat meningkatkan ilmu dan kemampuan SDM dalam bidang animasi sehingga dapat mengejar ketertinggalan SDM atau tenaga kerja Indonesia dalam bidang animasi [1]

Jumlah studio animasi yang ada di Indonesia juga mulai bertambah seiring berjalannya waktu. Banyaknya studio animasi baru di Indonesia merupakan salah satu hal yang berdampak positif karena dapat membuka lowongan pekerja baru bagi SDM dan masyarakat Indonesia yang memiliki minat di bidang animasi. Selain itu perkembangan teknologi juga memberi dampak yang bagus bagi industri animasi di Indonesia karena dengan

berkembangnya teknologi, studio animasi di Indonesia dapat memperoleh peralatan yang lebih canggih dan terjangkau sehingga dapat menghasilkan karya yang lebih bagus tanpa perlu berinvestasi lebih banyak.

Seiring dengan industri animasi di Indonesia yang mulai diminati oleh khalayak dalam negeri maupun luar negeri, oleh karena itu banyak studio animasi yang mulai bermunculan di Indonesia. Mereka menyediakan berbagai jasa dalam bidang animasi yang dimulai dari jasa perfilman, jasa iklan atau komersil, jasa kreatif, dan juga lain sebagainya. Berdasarkan dari pengelompokan oleh KEMENPAREKRAF dan BEKRAF, animasi memiliki beberapa fungsi sebagai media distribusi di dalam dunia industri. Produk animasi dapat dikelompokkan menjadi 6 yaitu animasi layar lebar, animasi serial televisi, animasi periklanan, animasi web, animasi game, dan animasi simulasi dan visualisasi.

1. Animasi Layar Lebar

Yaitu produk animasi yang berbentuk animasi untuk konsumsi bioskop. Biasanya berdurasi 60-120 menit. Animasi layar lebar memerlukan sumber daya manusia yang banyak, dana yang besar, dan waktu produksi yang relatif lama kurang lebih selama 2-5 tahun untuk waktu produksinya. Animasi layar lebar biasanya diproduksi oleh studio-studio besar dan ternama, mengingat seluruh prosesnya, mulai dari produksi dan distribusinya yang memerlukan penanganan yang profesional.

2. Animasi Serial Televisi

Merupakan animasi pada serial televisi, atau serial animasi yang ditayangkan di televisi. Yang dimaksud dengan serial televisi merupakan sebuah program televisi yang terdiri dari beberapa episode yang disiarkan di televisi dalam interval regular. Produk ini biasanya terdiri beberapa episode. Durasi animasi serial televisi pada umumnya memiliki durasi berkisar antara 13-24 menit. Bisa berupa animasi cerita utuh maupun animasi cerita gabungan.

3. Animasi Periklanan

Yaitu produk animasi yang berupa animasi untuk periklanan baik animasi penuh maupun animasi singkat ataupun animasi yang digabungkan dengan live shoot.

4. Animasi Web

Merupakan produk animasi yang diperuntukkan untuk keperluan website. Biasanya digunakan untuk desain interaksi untuk dalam suatu website.

5. Animasi Game
Animasi yang satu ini biasanya berupa pergerakan karakter ataupun asset dalam suatu game. Jika game yang dibuat merupakan game 2d maka, maka animasi yang dibuat akan berupa pergerakan karakter. Untuk game 3d, maka animasi yang dibuat dan dipergunakan berupa animasi pergerakan karakter saat beraksi di dunia game maupun efek efek lain yang dipergunakan dalam game tersebut.
6. Animasi Simulasi dan Visualisasi
Produk animasi satu ini biasanya berupa kebutuh simulasi visualisasi seperti angin, api, air, asap atau meniru keadaan dunia sesungguhnya. Penggunaan produk ini biasanya digunakan untuk kepentingan Pendidikan, arsitektur, simulasi bencana, dan CGI. CGI atau *Computer-Generated Image* adalah penerapan bidang komputer grafis, atau lebih khusus grafis 3d komputer untuk efek khusus dalam film, program televisi, komersil, simulasi, dan media cetak.
6. Brown Bag Films Bali: Merupakan studio yang berlokasi di Bali, studio ini terlibat dalam banyak pembuatan film animasi 3d seperti *Doctor Mcstuffins*, *Vampirina*, *Luna Petunia*, *Sonic Boom* dan lain sebagainya.
7. IniDia Studio: Merupakan studio animasi yang berbasis di Bali, studio animasi yang satu ini bergerak dalam bidang animasi 2d dan 3d untuk iklan maupun perfilman.
8. Timeline Studio: merupakan studio animasi yang berlokasi di Bali. Studio ini bergerak dalam bidang animasi 2d.
9. Bali Digital Creative Studio: Adalah studio yang bergerak di bidang animasi dan audio visual.
10. Studio Ubud: Merupakan studio animasi yang bergerak di bidang animasi 2d. studio ini berlokasi di Jakarta, studio ini banyak membantu pembuatan film atau serial animasi jepang.

Diatas merupakan beberapa studio yang ada di Indonesia yang bergerak di bidang *Special Effect dan animasi*. Banyak studio animasi di Indonesia yang belum mendapat perhatian publik. Indonesia memiliki banyak studio animasi yang membantu dalam pembuatan film animasi luar negeri seperti contohnya, Brown Bag Films dan Studio Ubud. Diharapkan studio animasi di Indonesia dapat memproduksi Filmnya sendiri [2]

Industri animasi tentu saja tidak jauh kaitannya dengan studio, di Indonesia sendiri ada berbagai studio yang berkaitan dengan animasi mulai dari studio *special effect*, studio produksi game, dan studio animasi itu sendiri. Namun perkembangan industri animasi Indonesia terus berkembang dan studio-studio baru terus bermunculan seiring dengan berjalannya waktu. Berikut merupakan studio animasi yang dikenal di Indonesia antara lain:

1. Base FX Jakarta: Base FX adalah studio produksi visual efek yang juga terlibat dalam animasi. Meskipun berbasis di Jakarta, mereka memiliki hubungan internasional dan telah bekerja pada proyek-proyek besar.
2. Mirai Creative Studio: Studio animasi ini fokus pada produksi animasi, termasuk animasi 2D dan 3D. Mereka telah berkontribusi pada beberapa proyek animasi lokal dan internasional.
3. Lifelike Pictures: Studio ini berbasis di Jakarta dan telah terlibat dalam produksi animasi dan efek visual untuk film dan iklan.
4. Frame Ritz: Studio ini juga berlokasi di Jakarta dan berfokus pada animasi, efek visual, dan produksi konten kreatif.
5. Moi Animation: Studio ini terlibat dalam produksi animasi dan konten digital kreatif, termasuk pembuatan animasi pendek dan iklan animasi.

Berdasarkan apa yang dilihat di sosial media, Indonesia sendiri banyak memiliki konten kreator yang bergerak di bidang animasi. Tentunya sebagai konten kreator atau animator yang menggunakan media sosial hal ini dapat menghasilkan suatu penghasilan untuk sang kreator, hal ini dapat berupa *Endorsement*, kolaborasi dengan produk, penghasilan dari sebuah platform dan masih banyak lagi.

Sebagai animator yang hidup di jaman modern tentu saja para animator harus pandai mencari berbagai informasi untuk membuat dirinya lebih dikenal oleh khalayak luar, salah satunya dengan sosial media. Platform sosial media untuk para konten kreator animasi di indonesia memposting karya tentu saja ada banyak. Semuanya memiliki kekurangan, kelebihan, dan targetnya masing-masing. Sosial media yang berfokus pada media foto dan video tentu saja menjadi salah satu platform favorit bagi konten kreator animasi. Selain penggunaannya yang mudah sosial media juga memiliki penyebaran yang baik bagi para peminat animasi, sehingga animasi yang dibuat dapat dilihat lebih banyak orang, berikut merupakan beberapa

platform sosial media yang sering digunakan oleh animator di Indonesia .

1. Instagram

Instagram merupakan salah satu sosial media yang dimiliki oleh *Meta*. Instagram termasuk ke dalam sosial media yang berbasis foto dan video. Instagram sendiri memiliki fitur *reels* yang sangat cocok digunakan oleh animator untuk memposting animasi pendek mereka, fitur *reels* merupakan salah satu fitur yang memiliki laman sendiri postingan *reels* biasanya berupa video pendek.

2. Youtube

Youtube merupakan salah satu platform sosial media oleh *google*. Sebagai platform yang berbasis video tentu saja *Youtube* akan sangat diminati oleh kreator animasi. Konten yang di posting oleh kreator animasi di *Youtube* biasanya berupa *short film animation* atau animasi singkat komedi. *Youtube* juga memiliki fitur *Shorts*, mirip seperti *reels* fitur ini memiliki laman atau *homepage* sendiri untuk postingan video pendek.

3. TikTok

TikTok merupakan versi global dari platform sosial media China Douyin. Mirip seperti *Instagram reels* dan *youtube shorts*, Tiktok sendiri merupakan sosial media yang berfokus pada video pendek. Banyak kreator animasi Indonesia yang menggunakan TikTok dikarenakan algoritmanya yang ramah kepada pemula atau orang yang baru memasuki dunia sosial media.

4. Twitter

Twitter walaupun kebanyakan postingan twitter berbasis kata kata namun di twitter sendiri kita dapat memposting gambar atau video. Twitter sendiri banyak digunakan oleh para ilustrator namun tidak sedikit juga animator yang menggunakan twitter.

5. Tidak hanya untuk kreator animasi yang bersifat personal, platform sosial media yang disebutkan di atas tentu saja dapat digunakan oleh studio-studio animasi yang ada di Indonesia untuk memperkenalkan studio dan animasi yang ada di Indonesia agar dapat dikenal oleh masyarakat dunia. pemanfaatan sosial media sendiri dapat meningkatkan pengenalan masyarakat dunia terhadap animasi yang dibuat oleh

animator di Indonesia, hal ini tentu akan berdampak baik pada industri animasi di Indonesia, karena dapat mendatangkan investor maupun client dari luar negeri untuk studio animasi di Indonesia.[3][4]

Kesimpulan

Industri animasi merupakan salah satu subsektor yang tergabung dengan sub sektor film, animasi dan video. Industri animasi menjadi subsektor yang mengalami pertumbuhan yang pesat. Walaupun animasi yang termasuk dalam sub-sektor yang memiliki kontribusi yang rendah namun animasi sendiri mengalami pertumbuhan sebanyak 10,09%. Cepatnya pertumbuhan industri animasi tentu saja akan berdampak baik bagi pembukaan lowongan kerja di Indonesia. Sebagai industri kreatif, sektor animasi juga memiliki kesempatan besar dalam membuka dan menyerap tenaga kerja dengan tuntutan kompetensi yang bisa dilakukan oleh SDM keluaran Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Produk animasi dapat dikelompokkan berdasarkan *purpose* atau kegunaannya, yang pertama adalah film animasi untuk film festival (*art purpose*) dan animasi komersil (*commercial purpose*). Industri animasi di Indonesia sendiri khususnya dalam kelompok komersial masih kurang berkembang dibandingkan dengan negara tetangga kita di ASEAN dikarenakan beberapa hal seperti, kurangnya investor, kurangnya SDM yang mampu bersaing, kurangnya lembaga pendidikan, jumlah studio yang kalah banyak dengan negara tetangga, kurang majunya infrastruktur yang ada.

Saat ini Industri Animasi di Indonesia sudah mulai didukung oleh pemerintah, sehingga industri animasi di Indonesia dapat lebih berkembang. Pemerintah memberi dukungan melalui beberapa program dan insentif untuk pengembangan industri ekonomi kreatif, termasuk industri animasi. Perkembangan industri animasi dapat dilihat dari munculnya beberapa Lembaga atau sekolah yang membuka Pendidikan jurusan animasi. Dengan munculnya Lembaga Pendidikan dan sekolah jurusan animasi tentu saja dapat meningkatkan ilmu dan kemampuan SDM dalam bidang animasi sehingga dapat mengejar ketertinggalan SDM atau tenaga kerja Indonesia dalam bidang animasi.

Seiring dengan industri animasi di Indonesia yang mulai diminati oleh khalayak dalam negeri maupun luar negeri, oleh karena itu banyak studio animasi yang mulai bermunculan di Indonesia. Berdasarkan dari pengelompokan oleh KEMENPAREKRAF dan BEKRAF, animasi memiliki beberapa fungsi sebagai media distribusi di dalam dunia industri. Produk animasi dapat dikelompokkan

menjadi 6 yaitu animasi layar lebar, animasi serial televisi, animasi periklanan, animasi web, animasi game, dan animasi simulasi dan visualisasi.

Sebagai animator yang hidup di jaman modern para animator harus pandai mencari berbagai informasi untuk membuat dirinya lebih dikenal oleh khalayak luar, salah satunya dengan sosial media. Animasi yang di publish dalam media sosial, tentu memiliki kekurangan, kelebihan, dan targetnya masing-masing. Sosial media yang berfokus pada media foto dan video tentu saja menjadi salah satu platform favorit bagi konten kreator animasi. Selain penggunaannya yang mudah sosial media juga memiliki penyebaran yang baik bagi para peminat animasi, sehingga animasi yang dibuat dapat dilihat lebih banyak orang.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Yoga. (2023) *"Mengapa produk animasi Indonesia masih kurang menarik dibanding Malaysia atau India?"* id.quora.com. diakses pada 7 Nopember 2023. <https://id.quora.com/Mengapa-produk-animasi-Indonesia-masih-kurang-menarik-dibanding-Malaysia-atau-India#:~:text=Karena%20studio%20studio%20di%20Indonesia,membutuhkan%20perangkat%20yang%20sangat%20mahal>

[2] Ida Nurcahyani. (2021) *"Peluang bisnis industri animasi di Indonesia"* antaranews.com diakses pada 7 Nopember 2023. <https://www.antaranews.com/berita/2352214/peluang-bisnis-industri-animasi-di-indonesia?page=all>

[3] Al Farabi, Mazaya Muftiya, dan Hafiz Aziz Ahmad. (2022) *"Analisis Ekosistem Industri Animasi Layar Lebar Studi Kasus: "Si Juki The Movie Panitia Hari Akhir""* *Jurnal Komunikasi Visual Wimba Volume 13, No.1, 2022, Hal 44-60*

[4] Santoso, Bambang Gunawan. (2018) *"Nganimasi Indonesia Indonesia Animation Data"* Gramedia, 2018