

**M. HIMAWAN SUTANTO**Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas  
Muhammadiyah Malang, Jalan Raya Tlogomas 246 Kota  
Malang, Jawa Timur. Email: [mhsutanto@gmail.com](mailto:mhsutanto@gmail.com)

# Gelombang Ekonomi Ke Empat, Gelombang Ide dan Gagasan

## ABSTRACT

*This paper attempts to analyze the development of creative economy in Indonesia. The main substance of this paper is based on the development of democracy that provides fresh air for the creativity. The key of creativity itself is the idea that is treated well. It especially happens in democratic countries. In the context of democracy, the idea can develop fast and get high appreciation. Idea is a new force which is capable to develop the world economy. For a long time, people had been thinking that product was the main capital of the economy. Creative industries will thrive with the assurance of a healthy and proper democracy.*

*Keywords: Idea, Creative Industries*

## ABSTRAK

Tulisan ini mencoba menganalisis tentang perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Pokok tulisan ini dilatarbelakangi oleh perkembangan demokrasi yang memberikan angin segar kepada kreatifitas. Kunci kreatifitas adalah ide yang mendapatkan tempat dengan baik. Hal ini terutama pada negara-negara penganut demokrasi. Karena dalam konteks politik demokrasi, ide bisa

berkembang dengan cepat dan mendapatkan penghargaan yang tinggi. Ide adalah kekuatan baru yang mampu mengembangkan perekonomian dunia. Sejak lama manusia terjebak dalam pemikiran bahwa produk adalah modal utama dari ekonomi. Industri kreatif akan berkembang dengan jaminan demokrasi yang sehat dan bermartabat.

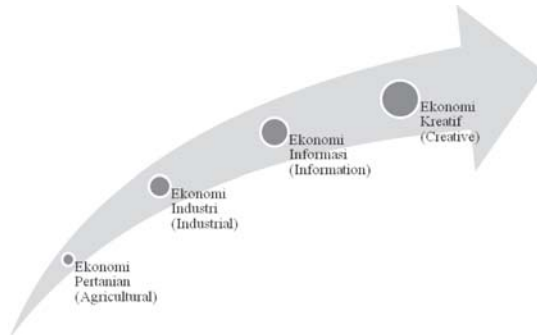
Kata kunci : Ide, Industri Kreatif

## PENDAHULUAN

Menjadi individu yang mandiri adalah idaman setiap manusia. Tetapi tidaklah mudah mengimplementasikan diri menjadi manusia yang mandiri. Mandiri bukanlah arti dari “mandi sendiri” tetapi lebih utamanya adalah menjadi manusia yang mempunyai kemampuan untuk mengelola diri dan melihat peluang di masa depan. Mempunyai visi yang jelas dan progresif. Salah satu caranya adalah membangun diri dengan kreatifitas. Hanya manusia yang kreatif saja yang mampu bertahan dalam kompetisi kehidupan.

Pengembangan diri dalam kompetisi kehidupan tidak akan pernah lepas dari sistem social, ekonomi, budaya, politik dan lainnya. Sikap terbuka dan kritis dengan perubahan global memberikan peluang akan lahirnya ide-ide baru yang lebih kompetitif. Pendekatan yang strukturalis ini setidaknya cara yang paling mudah untuk mengetahui bagaimana perkembangan sistem global. Dalam pendekatan ekonomi, setidaknya ada tiga perkembangan masyarakat secara ekonomi. Daniel (1973) memetakan bagaimana perubahan manusia dalam hubungannya dengan pembangunan ekonomi mulai dari masyarakat pertanian (*agricultural*) ke industri (*industrial*) sampai ke informasi (*informational*). Dimana saat ini manusia sudah mencapai posisi masyarakat informasi (*information society*). Hampir sama dengan Daniel, Alvin (1987) membagi gelombang peradaban ekonomi dunia menjadi tiga yaitu pertama yaitu gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga, gelombang ekonomi informasi. Dalam catatan yang dibuat dalam *website indonesiakreatif*, diprediksi gelombang ekonomi ke empat

adalah gelombang ekonomi kreatif yang berorientasi pada ide dan gagasan kreatif.



Perkembangan ekonomi yang berbasis teknologi informasi tidak bisa dielakkan lagi. Hampir semua proses kehidupan mengalami proses konversi ke dalam proses teknologi informasi. Tingkat ketergantungan kepada teknologi menjadi satu hal keniscayaan yang tidak terbantahkan. Berdasarkan data dari *Internet System Consortium* juli 2010, jumlah nama domain yang terdaftar sebanyak 768.913.036 domain. Pengguna internet di Indonesia pada tahun 2010 diperkirakan mencapai 45 juta (Iskandar, 2010). Teknologi berkembang dari analog menjadi digital yang memudahkan manusia untuk melakukan proses kehidupan dengan lebih efisien. Ekonomi informasi menjadi dasar ke gelombang ekonomi ke empat yang berbasis pada ide dan gagasan yang kemudian dikenal dengan ekonomi kreatif.

Sejak memasuki millennium kedua, perkembangan dunia mengalami fase yang paling cepat dalam perkembangan teknologi komunikasi. Hampir semua individu bergerak secara adaptif terhadap perkembangan teknologi. Alvin (1992) dalam bukunya "Kejutan Masa Depan" (*Future Shock*) menggambarkan bahwa manusia adalah makhluk yang paling mampu beradaptasi.

"Memaksa manusia agar menyesuaikan diri adalah hal yang berlebihan. Ia sudah terbukti sebagai salah satu bentuk kehidupan yang paling mampu beradaptasi. Ia telah menakat musim panas Khatulistiwa dan musim dingin Antartika. Ia telah menakat Dachau dan Vorkuta. Ia telah berjalan di atas permukaan

bulan. Semua prestasi itu mudah menimbulkan dugaan yang menyesatkan, bahwa kapasitas adaptasinya "tanpa batas." Sangat jauh dari kebenaran. Karena walaupun memiliki heroism dan stamina, manusia tetap merupakan organism biologis, suatu "biosistem" dan semua system seperti itu beroperasi dalam batas yang tidak dapat ditawar."

Perubahan tehnologi turut memberikan potensi perubahan pada sistem sosial, budaya, ekonomi, politik dan sebagainya. Kemampuan adaptasi menjadi hal penting dalam diri manusia untuk mampu bertahan hidup. Kompetisi kehidupan yang semakin keras, membuat manusia harus mampu melakukan adaptasi yang kreatif. Adaptasi kreatif sajalah yang akan memungkinkan manusia bisa melihat masa depan dengan lebih baik. Perkembangan tehnologi member peluang besar akan kemampuan adaptasi kreatif ini.

#### DEFINISI KREATIF

Ada banyak dimensi dalam definisi kreatifitas (*creativity*), menurut laporan *United Nations of Development Programs* (UNDP), kreatifitas adalah sebuah sifat atau proses dimana ide-ide original digeneralisasikan. Kreatifitas bisa dijelaskan berdasarkan pada hubungan dengan subyek yang mengikutinya. Beberapa definisi yang sesuai dengan perkembangan ekonomi kreatif adalah :

1. Kreatifitas Artistik (*artistic creativity*) dijelaskan bahwa didalamnya terdapat kemampuan dalam imajinasi dan kemampuan mengembangkan ide-ide orisinal ke dalam novel sebagai jalan untuk menginterpretasikan dunia, kemudian diekspresikan ke dalam teks, suara dan citra.
2. Kreatifitas Keilmuan (*scientific creativity*), suatu kreatifitas yang di dalamnya meliputi keingintahuan dan keinginan untuk melakukan eksperimen yang berhubungan dengan pemecahan masalah. Dan,
3. Kreatifitas Ekonomi (*economic creativity*),

TABLE 1. KLASIFIKASI INDUSTRI KREATIF (CREATIVE INDUSTRY) MENURUT BEBERAPA MODEL

UK DCM Models	Symbolic text models	Concentric circles models	WIPO copyright models
Advertising	Core cultural industries	Core creative arts	Core copyright industries
Architecture	Advertising	Literature	Advertising
Art and antiques market	Film	Music	Collecting societies
Crafts	Internet	Performing arts	Film and video
Design	Music	Visual arts	Music
Fashion	Publishing	Other core cultural industries	Performing arts
Film and video	Television and radio	Film	Publishing
Music	Video and computer games	Museums and libraries	Software
Performing arts	Peripheral cultural industries	Wider cultural industries	Television and radio
Publishing	Creative arts	Heritage services	Visual and graphic art
Software	Borderline cultural industries	Publishing	Interdependent copyright industries
Television and radio	Consumer electronics	Sound recording	Blank recording material
Video & computer games	Fashion	Television and radio	Consumer electronics
	Software	Video and computer games	Musical instruments
	Sport	Related industries	Paper
		Advertising	Photocopiers, photographic equipment
		Architecture	Partial copyright industries
		Design	Architecture
		Fashion	Clothing, footwear
			Design
			Fashion
			Household goods
			Toys

sumber : Creative Economy Report 2008

suatu proses kreatifitas yang dinamis untuk menuju inovasi dalam teknologi, praktek bisnis, pemasaran, dan lain-lain yang berhubungan dengan keuntungan yang kompetitif dalam bidang ekonomi.

Kreatifitas adalah manifestasi dari perpaduan Modal Sosial (*social capital*), Modal Manusia (*human capital*), Modal budaya (*cultural capital*) dan Modala Struktural atau Institusional (*structural or institutional capital*). Artinya kreatifitas akan terbentuk ketika kondisi dari keempat itu saling mendukung. Masing-masing mempunyai peran sendiri-sendiri yang kemudian berpadu dalam diri individu untuk membangun kreatifitas.

Peluang kreativitas ini ditangkap oleh organisasi dunia UN (*United Nations*) sebagai sebuah potensi besar dalam bidang perdagangan dan industri. Melalui UNDP dan UNCTAD (*United Nation Conference on Trade And Development*) mulai melakukan penelitian-penelitian terkait ekonomi kreatif yang kemudian di turunkan menjadi dalam konteks industry kreatif.

## METODE PENELITIAN

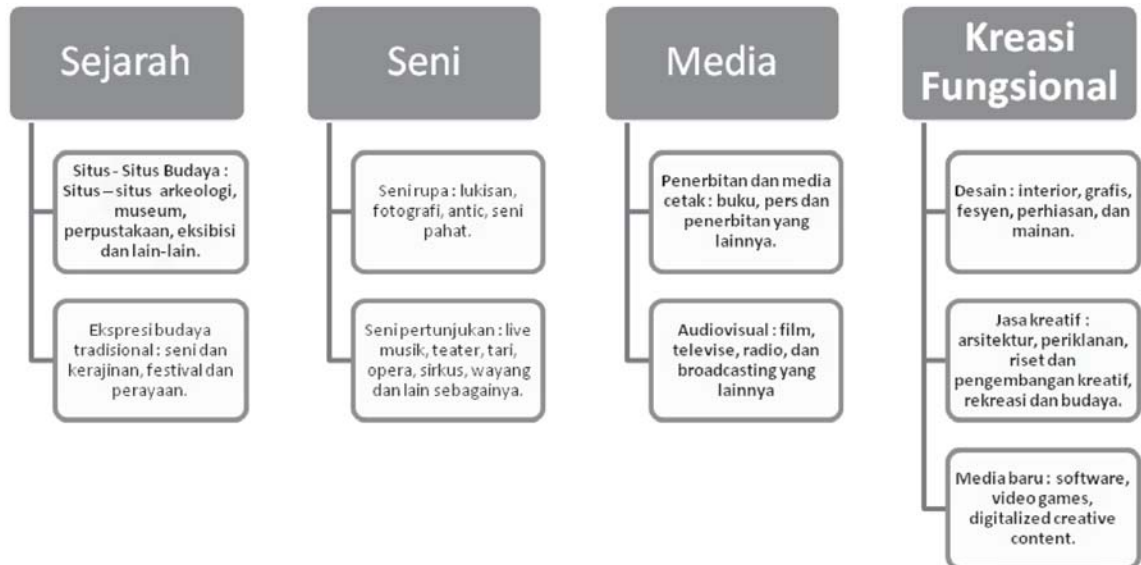
Penelitian ini dilakukan dengan paradigme positivistik dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam pelaksanaan penelitian, data didapatkan dari penelusuran sumber pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini. Berbagai teori yang didapatkan dari penelusuran sumber pustaka tersebut kemudian digunakan untuk menganalisis persoalan industri kreatif di Indonesia.

## PEMBAHASAN

### THE EMERGING OF CREATIVE INDUSTRY

Timbulnya "industri kreatif" bisa ditelusuri mulai pada tahun 1994 ketika Australia mencanangkan sebuah laporan yang berjudul *Creative Nation*. Hal yang sama juga terjadi di Inggris pada tahun 1997 melalui Departemen Budaya, Media dan Olah Raga dengan membuat Bagian Khusus industri kreatif, meskipun sudah menjadi bahasan umum, Industri kreatif secara definisi agak mengalami kesulitan. Beberapa lembaga mempunyai

TABEL 2. KLASIFIKASI INDUSTRI KREATIF MENURUT UNCTAD.



klasifikasi yang berbeda. Tabel 10 memberikan peta yang perbedaan itu :

Dalam laporan tentang industri kreatif, UNCTAD mendefinisikan industri kreatif sebagai berikut :

1. Suatu siklus dari kreasi, produksi dan distribusi dari barang - barang dan jasa – jasa yang menggunakan modal kreatifitas dan intelektual sebagai masukan utamanya.
2. Merupakan aktivitas – aktivitas yang berdasar kepada ilmu pengetahuan, difokuskan pada tetapi tidak terbatas pada seni, yang secara umum mempunyai nilai keuntungan dari perdagangan dan hak atas kekayaan intelektual.
3. Terdiri dari produk-produk intelektual yang nyata dan tidak nyata atau jasa artistic dengan isi yang kreatif, nilai ekonomis, dan obyektifitas pasar.
4. Merupakan persimpangan jalan dari nilai-nilai seni, jasa-jasa dan sector industry.
5. Merupakan dinamika baru dalam perdagangan dunia.

UNCTAD pada konferensi tingkat menteri ke XI tahun 2004 secara khusus dalam agenda ekonomi internasional dan pembangunan terkait industri kreatif dan pembangunan. Kemudian dielaborasi dengan membuat

klasifikasi industry kreatif berdasarkan domain-domain seni sebagai berikut : (Lihat tabel 2)

#### TAHUN INDONESIA KREATIF 2009

Sektor industri kreatif adalah sektor yang relatif mempunyai masa depan yang cerah. Seiring perkembangan dan dukungan pemerintah. Hal ini terlihat dari Instruksi Presiden tentang industri kreatif . Sejak tanggal 22 September 2008, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menerbitkan Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009, yang menginstruksikan agar seluruh instansi sebanyak 28 instansi pusat dan daerah untuk mendukung kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2009-2015. Pencanaan tersebut tidak lepas dari apa yang oleh UNDP (United Nation Development Program) sebagai bagian dari *creative economy*. Berikut ini Subsektor industri kreatif merujuk kepada Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2010 :

- 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.
- 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.

- Pasar dan barang seni : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, pekerjaan, produk antik dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.
- 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.
- Desain : kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan.
- 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.
- Film, Video 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.
- Permainan Interaktif : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
- 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.
- 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.
- Penerbitan dan percetakan : kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.
- Layanan computer 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.
- Televisi dan Radio : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio.
- 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.

Dalam konteks demokrasi liberal partisipasi rakyat dalam ekonomi adalah bagian yang tidak bisa dihindarkan. Partisipasi sebagai substansi demokrasi memberikan peluang pada eksistensi rakyat dalam menunjukkan daya kreatifitas. Industri kreatif tidak lepas dari proses perkembangan system social politik yang berkembang. Demokratisasi yang sedang berkembang di Indonesia dengan implementasi desentralisasi pemerintahan mempunyai peluang terhadap perkembangan industry kreatif. Sokongan system yang politik yang demokratis memungkinkan lahirnya kreatifitas pada rakyat (McNair: 2003 : 18).

John Howkins penulis buku *"The Creative*



TABLE 3. PERBANDINGAN KONTRIBUSI PDB SEKTOR INDUSTRI NASIONAL 2002-2008.

No.	Lapangan Usaha	Rata-rata dari PDB 2002-2008
1.	Industri Pengolahan	24,2%
2.	Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	14,0%
3.	Perdagangan, Hotel dan Restoran	12,1%
4.	Pertambangan dan Penggalian	10,4%
5.	Jasa Kemasyarakatan	9,7%
6.	Industri Kreatif	7,8%
7.	Konstruksi	7,4%
8.	Keuangan, Real Estate & Jasa Perusahaan	7,1%
9.	Pengangkutan dan Komunikasi	6,4%
10.	Listrik, Gas dan Air Bersih	0,9%

(sumber : Studi Industri Kreatif Indonesia 2009, Departemen Perdagangan RI)

*Economy*" (2001) menemukan bahwa adanya gelombang ekonomi kreatif setelah pada tahun 1996 ekspor hak cipta di Amerika Serikat mencapai US\$ 60,18 Milyar dan jauh melampaui ekspor sector lain seperti otomotif, pertanian, dan pesawat. Apa yang dikembangkan dalam buku Howkins adalah suatu rujukan yang bisa dikembangkan secara lebih jauh dalam konteks Indonesia. Dengan kekayaan multikultur yang dimiliki dan system politik yang demokratis. Maka sangat besar peluang untuk mengembangkan industri kreatif di Indonesia.

#### PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF INDONESIA

Industry kreatif Indonesia sedang memasuki masa-masa perkembangan yang cukup signifikan. Menurut sumber Studi Industri Kreatif Indonesia 2009 Departemen Perdagangan, perbandingan perkembangan dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional menunjukkan kontribusi yang jelas dari sektor industry kreatif. Berdasarkan urutan, industry kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,8%

atau senilai Rp. 235.633 Milyar menduduki ranking 6, lebih tinggi di banding dengan sektor Keuangan, Real Estate dan Jasa Perusahaan, sektor pengangkutan dan komunikasi. Sementara rata-rata kontribusi terbesar masih diberikan oleh sektor Industri Pengolahan sebesar 24,1%, Sektor Pertanian, Peternakan, Kehutanan, Perikanan sebesar 14,53% lalu Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran sebesar 13,42%.

Dari table 3 bisa dijadikan rujukan bahwa industry kreatif telah menjadi salah satu primadona yang selama ini tidak disadari. Perkembangan yang cukup signifikan ini seharusnya bisa menjadi titik tolak pengembangan yang lebih baik dengan memasukkan dalam kurikulum pengembangan industry kreatif di perguruan tinggi.

Beberapa perguruan tinggi, terutama pada pendidikan strata dua (S2) sudah mulai menawarkan kuliah tentang industry kreatif. Program S2 Media dan Komunikasi Universitas Airlangga menawarkan Mata Kuliah Industri Kreatif pada mahasiswa. Univesitas Indonesia pada program S2 juga menawarkan

dua sekaligus Mata Kuliah yang berbasis industry kreatif yaitu Bisnis Industri Hiburan Televisi dan Seminar Kajian Film dan Hiburan. Perguruan tinggi bisa menjadi salah satu simpul awal dari pergerakan industry kreatif. Maka keterbukaan akan perkembangan ekonomi, teknologi dan sikap egalitarian adalah salah satu kunci untuk pengembangan kepada kreatifitas.

Disisi lain saat ini pemerintah begitu gencar mengembangkan pendidikan kejuruan atau vokasi pada tingkat pendidikan menengah atas. Program ini tidak ada salahnya tetapi kritik atas program pendidikan ini hanya akan melahirkan pola-pola manusia yang mempunyai ketrampilan tanpa mempunyai konsep ide-ide yang orisinil. Mereka akan lahir menjadi buruh-buruh yang mempunyai ketergantungan kepada para kapitalis yang rakus. Pendidikan kejuruan hanya membekali ketrampilan (*hard skill*) bukan konseptual dan emosional (*soft skill*). Padahal industry kreatif kreatif menekankan pada kemampuan mengeksplorasi ide dan gagasan orisinil dan bukan sekedar menjadi operator atau buruh semata.

Pengembangan industry kreatif membutuhkan sinergi yang kuat antara intelektualitas, bisnis dan pemerintah. Pertama, Intelektualitas berguna untuk tetap mampu melahirkan ide-ide kreatif dan orisinil. Kedua, Bisnis digunakan untuk kemampuan *economic value* atau kemampuan memasarkan ide dalam perdagangan. Dan ketiga, pemerintah berguna untuk tetap menjaga *political will* terkait pengembangan industry kreatif.

Potensi yang dimiliki Indonesia sangat besar dalam mengembangkan industry kreatif. Sejak krisis keuangan global melanda dunia, memaksa pengelola negara, ekonomi dan pelaku usaha berpikir kritis terhadap sistem ekonomi global yang rapuh. Krisis keuangan global akhirnya membuka mata dunia bahwa masih ada sektor lain yang bisa memberikan insentif yang besar secara kapital disamping sektor keuangan yang selama ini dianggukan.

Salah satunya adalah sektor industry kreatif yang berbasis pada kreatifitas dan intelektualitas.

Pemilihan demokrasi sebagai model dalam pengelolaan negara juga ikut andil dalam perkembangan ekonomi kreatif dalam hal ini industry kreatif. Sistem pemerintahan yang dipilih oleh rakyat Indonesia akan memberikan implikasi terhadap perkembangan sistem budaya, sosial, hukum, ekonomi, dan lain-lain. Model demokrasi yang dipilih oleh rakyat Indonesia memberikan peluang yang lebih luas kepada kreatifitas. Salah satu yang cukup penting adalah proses desentralisasi yang secara normatif diharapkan melahirkan kemandirian dan kekuatan ekonomi yang berbasis pada kekayaan nilai-nilai ekonomi lokal. Penghormatan akan hak individu memberi peluang yang luas kepada pengembangan kreatifitas berdasar ide-ide orisinil, dimana hal ini akan memberikan efek kepada pertumbuhan industry kreatif.

Industry kreatif yang lahir seiring dengan perkembangan dan keterbukaan teknologi komunikasi. Informasi yang masuk secara luas, tidak memberikan jeda terhadap perkembangan kehidupan manusia. Perkembangan informasi gaya hidup kini tidak lagi mempunyai kendala, karena teknologi informasi telah melawati sekat-sekat bangsa, negara, meminjam Marshal McLuhan dunia ini akhirnya tidak lebih menjadi desa dunia (*global village*).

Model negara demokrasi ini memungkinkan juga melahirkan sektor-sektor ekonomi yang berdasar pada ekonomi yang berbasis kerakyatan. Dimana sistem ekonomi ini menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kegiatan mandiri rakyat Indonesia. Kemandirian dan kreatifitas adalah salah satu tonggak suatu sistem ekonomi yang demokratis berjalan, dan bukan monopoli atau oligopoly. Dalam sistem ekonomi yang berbasis kerakyatan kreatifitas menjadi titik awal yang penting. Perkembangan berikutnya adalah munculnya istilah Industry Kreatif (*creative industry*). Sector ini memang salah satu

sector yang belum banyak dilirik oleh rakyat Indonesia.

Sistem otonomi daerah dan keragaman budaya menjadi modal kuat untuk mengembangkan industri kreatif di seluruh wilayah Indonesia. Sebagai perbandingan, misalnya Negara India mempunyai kondisi yang kurang lebih sama dengan Indonesia. Di mana ada keragaman suku dan budaya. Dengan hal itu India saat ini menjadi salah satu pusat industri teknologi, intelektualitas dan hiburan.

#### INDUSTRI KREATIF DALAM PERFILMAN INDIA

Siapa yang tidak kenal film India, semua orang pasti mengenal perfilman India. Bahkan Amerika Serikat dengan Hollywoodnya tidak mampu menghancurkan pasar film India. India melihat industri film sebagai salah satu industri yang patut dipertahankan dan didukung. Dari sektor ini saja diperkirakan keuntungan yang di capai perfilman India mencapai volume atau besaran bisnis senilai \$ 1,6 milyar th 2006 dan akan mencapai \$ 4,5 - 5,1 milyar th 2011. Saat ini India mempunyai sekitar dua puluhsekolah film, Korea Selatan mempunyai kurang lebih sepuluh sekolah film. Korea Selatan juga saat ini menjadi salah satu pusat industri hiburan di Asia. Keragaman budaya India bisa dilihat dengan adanya banyak pusat-pusat industri film yang disesuaikan dengan nama daerahnya. Misalkan Bollywood (Mumbai -Bombay), Tollywood (Telugu), Mollywood (Madras), Kollywood (Kolkatta -Calcutta).

Peluang yang besar di Indonesia memungkinkan menjadi salah satu sektor yang kuat dalam pencatatan industri kreatif internasional. Kekayaan budaya Indonesia tidak bisa disamakan dalam satu genre semata. Semakin banyak perbedaan maka akan melahirkan kekayaan orisinalitas ide untuk pengembangan industri kreatif. Sistem demokrasi yang di pilih semoga bisa menjadi awal yang baik bagi pengembangan industri kreatif di Indonesia. Disamping pengembangan

secara intelektual disisi akademis.

#### SIMPULAN

Iklim politik yang demokratis mendukung lahirnya industri kreatif yang lebih baik lagi di Indonesia. Program otonomi daerah seharusnya menempatkan aspek nilai-nilai lokal untuk diusung dalam industri kreatif. Ke depan Indonesia mempunyai potensi yang kuat untuk mengembangkan industri kreatif. Dengan catatan demokrasi yang sehat dan berpihak kepada rakyat. Jangan sampai dana yang sangat besar hanya terserap di "industri politik" yang tidak bisa dinikmati secara maksimal oleh rakyat Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Daniel Bell. 1973. *The Coming of Post-industrial society*. New York. Basic Books.
- John Howkins. 2001. *The Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. New York. Penguin.
- Brian McNair. 2003. *An Introduction To Political Communication*. London. Routledge.
- Joseph Straubhaar & LaRose, Robert. 2002. *Media Now, Communication media in The Information Age*. Belmont. Wadsworth.
- Alvin Toffler. 1987. *Kejutan dan Gelombang*. Jakarta. Pantja Simpati.
- Alvin Toffler. 1992. *Kejutan Masa Depan*. Jakarta. Pantja Simpati.

#### MAKALAH

- UNDP. 2008. *Creative Economy Report, The Challenge of Assessing the creative Economy : Towards Informed Policy-Making*. New York. UN.
- Iskandar, Basuki Yusuf. 2010. *Perkembangan ICT dan Dampaknya*. Makalah dalam seminar nasional ICT. Universitas Airlangga 2 November 2010.

#### WEB

- [www.indonesiakreatif.net](http://www.indonesiakreatif.net)