# BAB I

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang Masalah

Hubungan Internasional saat ini semakin kompleks. Interaksi tidak hanya dilakukan antar Negara-negara saja melainkan juga aktor-aktor lain yang juga mempunyai peranan berpengaruh dalam Hubungan Internasional[[1]](#footnote-1). Interaksi yang dihasilkan oleh IGO *(International Governmental Organizations)* dan NGO *(Non-Governmental Organizations)* juga semakin rumit karena keterkaitan mereka dalam beragam isu yang begitu luas seperti perdagangan internasional, pertahanan, pelucutan senjata, perdamaian dunia, pembangunan sosial budaya, kesehatan, pengungsi, lingkungan hidup, pariwisata, perburuhan dan juga kampanye terhadap penghapusan perdagangan narkotika.[[2]](#footnote-2)

Salah satu hasil dari adanya interaksi hubungan internasional adalah kerjasama internasional. Kerjasama Internasional dilaksanakan guna meningkatkan hubungan bilateral maupun multilateral guna mencapai tujuan nasionalnya. Sementara itu, dalam menjalankan kerjasama antara negara yang satu dengan negara lainnya harus dilandasi dengan interaksi yang saling menguntungkan satu sama lain seperti halnya kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan. Dari sisi lingkaran konsentris Politik Luar Negeri RI, Korea Selatan yang terletak di kawasan Asia Timur berada di lingkar kedua setelah ASEAN. Korea Selatan merupakan salah satu mitra strategis yang penting bagi Indonesia.

Hubungan dan kerja sama bilateral kedua negara meningkat tajam dalam dekade terakhir ini terutama sejak kedua negara memasuki kemitraan strategis yang ditandai dengan penandatanganan *Joint Declaration on Strategic Partnership* oleh Presiden RI Soesilo Bambang Yudhoyono dan Presiden Korsel Roh Moo Hyun pada tanggal 4 Desember 2006 di Jakarta. *Joint Declaration* mencakup 3 (tiga) pilar kerjasama, yaitu: 1) kerjasama politik dan keamanan, 2) kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi; dan 3) kerjasama sosial budaya.[[3]](#footnote-3)

Sebagai tindak lanjut dari kerjasama Indonesia dan Korea Selatan, Indonesia mulai melakukan beberapa bentuk kerjasama di berbagai bidang, salah satunya melalui ekonomi kreatif pada sektor industri kreatif. Persaingan global dan menipisnya cadangan sumber daya alam dewasa ini, semakin mendorong negara-negara di dunia untuk mencari alternatif perekonomian yang tidak bergantung pada alam, salah satu alternatif yang ditempuh adalah dengan mengalihkan pilihan pada ekonomi kreatif, yaitu perekonomian yang berbasis pada kreativitas dan kemampuan intelektual. Ekonomi kreatif dipahami sebagai suatu konsep yang berkembang dan menitik beratkan kreativitas sebagai aset utama guna membangkitkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi kreatif digerakkan oleh kapitalisasi kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan produk atau jasa dengan kandungan kreatif. Kata kuncinya adalah kandungan kreatif yang tinggi terhadap *input* dan *output* aktivitas ekonomi ini. Keberadaan industri kreatif merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pengembangan konsep ekonomi kreatif. Menurut **UNCTAD**, industri kreatif adalah jantung dari ekonomi kreatif. Hal ini karena industri kreatif banyak memberikan kontribusi secara nyata pada perekonomian negara, yaitu peningkatan nilai ekspor, penyerapan tenaga kerja dalam jumlah besar, serta salah satu penyumbang Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).[[4]](#footnote-4)

Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif di Indonesia mulai dibahas dan berkembang sejak awal tahun 2006. Setelah bergulir beberapa tahun di Indonesia, Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif semakin banyak dibicarakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelakunya sendiri. Khususnya, pemerintah sudah semakin menaruh perhatiannya. Salah satunya dengan munculnya lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang dibentuk oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2016, melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Bekraf bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif.[[5]](#footnote-5) Sebelumnya, ekonomi kreatif Indonesia dibawah kewenangan Departemen Perdagangan, Departemen Perindustrian, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Departemen Komunikasi dan Informasi, dan Departemen Tenaga Kerja. Karena istilah “industri” pada Industri Kreatif, menimbulkan banyak interpretasi, maka pemerintah membentuk Rencana Pembangunan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2025 yang dirumuskan oleh Departemen Perdagangan RI yang menjelaskan adanya evolusi ekonomi kreatif. Berdasarkan dokumen rencana ini dapat diketahui bahwa adanya pergeseran dari era pertanian ke era industrialisasi lalu ke era informasi dan komunikasi serta globalisasi ekonomi. Perkembangan industrialisasi menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan efisien. Adanya target lebih murah dan lebih efisien dalam proses produksi dan distribusi berakibat pada pergeseran konsentrasi industri dari negara barat ke negara berkembang seperti Asia, karena tidak bisa lagi menyaingi biaya yang lebih murah di Republik Rakyat Tiongkok dan Jepang. Fenomena ini mengarahkan industri-industri di negara maju untuk mengoptimalkan sumber daya manusia dan kreativitas. Untuk itu sejak tahun 1990-an perekonomian dunia mulai bergeser menuju perkenomian yang didukung oleh kreativitas dengan istilah ekonomi kreatif melalui industri kreatif.

Kerjasama yang dilakukan Indonesia dan Korea Selatan dalam bentuk pengembangan industri kreatif melalui lembaga pemerintah di Indonesia yaitu BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) dan *Korean Ministry of Culture, Sports and Tourism* (MCST) atau Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan. Kerjasama ini sudah ada sejak tahun 2013 yang saat itu industry kreatif Indonesia masih dibawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pembaharuan Nota Kesepahaman atau *Memorandum Of Understanding* (MoU) antara Indonesia dengan Korea Selatan ditandatangani pada 16 Mei 2016.

Korea menjadi fenomena tersendiri bagi perkembangan teknologi dan budayanya yang sangat pesat perkembangannya di Asia dalam beberapa dasawarsa terakhir, yang mampu menjadikan budaya pop mereka begitu mendunia, sehingga mampu memberi dampak yang signifikan bagi destinasi perjalanan wisata ke Korea. Minat orang-orang untuk mempelajari tentang Korea juga sangat besar, merupakan dampak langsung dari penetrasi budaya pop Korea ke seluruh dunia, sebuah keberhasilan yang layak dicontoh, dimana negara seperti Korea mampu melakukan pengembangan dan strategi budaya efektif, untuk mengangkat dan memperkenalkan diri mereka kepada dunia, sehingga negara dan warga Korea bisa merasakan dampak langsungnya, salah satunya peningkatan signifikan pendapatan negaranya, yang banyak disumbangkan oleh industri kreatif mereka. Kebangkitan budaya pop korea yang begitu menyentak dunia, yang banyak di populerkan melalui produk-produk budaya populer, seperti film, drama dan musik, sehingga melahirkan istilah K-Pop yang mendunia, karena besarnya popularitas musik K-Pop di tingkat dunia, membuat K-Pop menjadi salah satu budaya masyarakat modern. Hal ini pula yang membuat K-Pop masuk sebagai istilah dalam kamus besar *Oxford*. Sebuah pencapaian yang luar biasa dari budaya pop Korea ditengah persaingan budaya pop yang lebih duluan tenar, seperti budaya pop Jepang dan Amerika. Melihat kehebohan yang diakibatkan oleh budaya populer korea, yang secara langsung memberi dampak positif bagi negara asalnya, pemerintah Indonesia yang diwakili oleh Menteri Perdagangan dan Industri Kreatif serta Wakil Kemdikbud, melakukan kunjungan ke Korea selatan, untuk melihat langsung sistem dan insfrastruktur industri kreatif Korea, yang melahirkan budaya pop korea yang menggobalisasi itu. Dalam kunjungan dan pengamatannya selama beberapa hari di Korea, sekaligus untuk bertemu dan berdiskusi langsung dengan pelaku dan tokoh penting di bidang industri kreatif, wakil Kemdikbud menyimpulkan beberapa poin penting dari strategi pemerintah Korsel dalam menumbuh kembangkan industri kreatif, antara lain:

1. Mengasah sumber daya manusianya, pemerintah Korea selalu melakukan penyegaran kepada para seniman senior mereka, dengan cara memberikan mereka peluang untuk magang keluar negeri, selama 3-6 bulan ke salah satu pusat seni di suatu negara, dan saat mereka kembali mereka bisa menularkan ilmunya pada seniman lain.
2. Memberikan insentif kepada sejumlah industri kreatif, misalnya dengan subsisdi dan keringanan pajak.
3. Memberikan fasilitas luas kepada komunitas seni untuk bisa mengasah kemampuan mereka. Keterbatasan tempat untuk tampil seharusnya bisa diatasi dengan langkah pemerintah mencarikan lembaga atau pribadi yang memiliki arena kosong.
4. Rajin melakukan diplomasi budaya, dimana pemerintah korsel sangat rajin memperkenalkan keunggulan budaya mereka, ketika berkunjung ke luar negeri.

Dari poin di atas, kita bisa melihat strategi pemerintah korsel untuk menumbuhkembangkan indutri kreatif sangat terintegrasi. Dalam kasus industri kreatif, strategi integratif pemerintah Korsel patut dijadikan acuan, tentang bagaimana pemerintah Korea mendukung menyebarnya budaya pop Korea (Hallyu) ke dunia Internasional yang kemudian berimbas ke pasar Industri Kreatif Korea lainnya seperti *fashion*, kuliner, animasi, seni kriya dan sebagainya. Sebuah contoh yang nyata bagi masyarakat dan pemerintah Indonesia untuk ikut memikirkan produk budaya lokal dan menghargainya.

Berdasarkan uraian diatas, Indonesia menjadikan Korea Selatan sebagai pedoman dalam mengembangkan Industri Kreatif serta mitra kerjasama untuk upaya peningkatan dan penyebarluasan industri kreatif Indonesia. Apalagi jika melihat banyaknya SDM yang ada di Indonesia, Indonesia memiliki potensi yang cukup besar di bidang Industri Kreatif melalui bakat Sumber Daya Manusianya tersebut. Untuk mengetahui lebih lanjut sejauhmana prospek Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan di bidang Industri Kreatif, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang industri Kreatif di Indonesia dan Korea selatan dengan mengangkat judul **“Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan dalam upaya pengembangan sektor Industri Kreatif di Indonesia”**

## Identifikasi Masalah

## 

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dietliti sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme Kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan di bidang Industri Kreatif?
2. Bagaimana tantangan yang dihadapi Industri Kreatif di Indonesia?
3. Bagaimana kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan di bidang industri kreatif dapat berimplikasi terhadap pengembangan sektor industri kreatif di Indonesia?

### Pembatasan Masalah

Mengingat begitu kompleksnya masalah dan berbagai fenomena yang terjadi di seputar masalah penelitian sedangkan kemampuan peneliti dalam pencarian data pada keterbatasannya, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini lebih menitikberatkan pada pelaksanaan program kerjasama Indonesia dan Korea Sleatan berdasarkan *MoU* serta implikasinya terhadap upaya pengembangan sektor Industri Kreatif di Indonesia.

### Perumusan Masalah

Perumusan masalah diajukan untuk memudahkan analisa mengenai permasalahan yang didasarkan pada identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka penulis merumuskan masalah yang diteliti sebagai berikut:

**“Bagaimana pengaruh dari kerjasama industri kreatif Indonesia dengan Korea Selatan dalam pengembangan sektor Industri Kreatif di Indonesia?**

## Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### Tujuan Penelitian

Suatu kegiatan yang dilakukan tentunya mempunyai suatu tujuan yang hendak dicapai, adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan di bidang Industri Kreatif.
2. Untuk mengetahui tantangan Industri Kreatif di Indonesia.
3. Untuk mengetahui implikasi dari kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan terhadap pengembangan sektor industri kreatif di Indonesia.

### Kegunaan Penelitian

1. Hasil Penilitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis sebagai upaya mengembangkan kemampuan secara nalar maupun sebagai referensi bagi pihak-pihak yang berminat dalam meneliti masalah-masalah Hubungan Internasioanl khususnya mengenai kerjasama internasional dalam pengembangan bidang industri kreatif.
2. Hasil Peneilitian ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat bahwa sektor di Industri kreatif memiliki peluang yang cukup besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

## Kerangka Teoritis dan Hipotesis

### Kerangka Teoritis

Untuk mempermudah proses penelitian ini, diperlukan landasan dalam memperkuat analisa mengenai Kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan dalam upaya pengembangan sektor industri kreatif di Indonesia. Sebelum mengemukakan konsep-konsep yang akan membahas pokok-pokok pikiran yang sesuai dengan tema peneliti ini, adalah suatu keharusan di dalam suatu penelitian untuk menggunakan pendekatan ilmiah kerangka pikiran konseptual dalam mengarahkan penelitian yang dimaksud.

Kerangka teoritis ini bertujuan untuk membantu dalam memahami dan menganalisis permasalahan dengan ditopang oleh pendapat para pakar yang berkompeten dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti akan menggunakan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti sebagai sarana dalam membentuk pengertian dan menjadikannya pedoman dalam objek penelitian. Kriteria utama suatu kerangka pemikiran adalah alur-alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berpikir yang membuahkan kesimpulan berupa hipotesis, hal ini berarti bahwa dalam menghadapi permasalahan yang diajukan maka digunakan teori-teori ilmiah sebagai pisau analisis yang membantu dalam pemecahan masalah.

Terlebih dahulu perlu diketahui bahwa interaksi yang dilakukan individu atau kelompok yang melintasi batas-batas teritorial suatu negara (hubungan antara satu negara dengan negara lain) atau semua interaksi yang melibatkan lebih dari satu negara atau bangsa dapat dikatakan sebagai “Hubungan Internasional”. Pada dasarnya, hubungan internasional merupakan interaksi antar aktor suatu negara dengan negara lain. Hubungan Internasional menurut **K.J Holsti** adalah: “Sebuah bentuk interaksi dalam berbagai aspek internasional yang melewati batas negara antar anggota masyarakat yang berbeda, baik yang didukung dan bertindak atas nama pemerintah atau tidak”. Konsep lain mengenai Hubungan Internasional yakni pendapat dari **Trigive Mathisen**, yang menyebutkan bahwa:

**Hubungan Internasional merupakan suatu bidang spesialisasi yang meliputi aspek-aspek internasional dari berbagi cabang ilmu pengetahuan, sejarah baru dalam politik internasional dan merupakan sebuah aspek internasional dari kehidupan sosial dalam arti tingkah laku manusia yang terjadi atau berasal dari suatu negara dapat mempengaruhi tingkah laku manusia di negara lain.**[[6]](#footnote-6)

Hubungan Internasional semakin berkembang menjadi disiplin ilmu yang semakin hari semakin luas. Menurut **Suwardi Wiraatmadja** dalam pengantar hubungan internasional mengatakan bahwa: “Hubungan Internasional lebih semacam hubungan antar bangsa dan masyarakat dunia dan kekuatan menentukan cara hidup, cara bertindak dan cara berfikir manusia”[[7]](#footnote-7)

Pengertian Hubungan Internasional di atas menjelaskan secara umum tentang ruang lingkupnya yang luas, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa studi Hubungan Internasional menyangkut seluruh aspek sosial masyrakat internasional, maka tidak mengherankan kalau ada yang berpendapat bahwa hubungan internasional dapat diidentifikasi dengan totalitas interaksi kepentingan masing-masing negara yang disalurkan dalam politik luar negeri masing-masing negara tersebut.

Pada dasarnya tujuan dari hubungan internasional adalah mempelajari perilaku internasional, yaitu perilaku peran aktor negara *(state actors)* maupun non-negara *(Non-state actors)* di dalam era transaksi internasional saat ini. Menurut **Teuku May Rudy**:

**Pola hubungan atau interaksi ini dapat berupa kerjasama *(cooperation)*, persaingan *(compettition)*, dan pertentangan *(conflict)*. Jadi masalahnya adalah bagaimana memelihara, mempertahankan dan meningkatkan kerjasama yang berlangsung secara adil dan saling menguntungkan; bagaimana mencegah dan menghindari konflik, serta bagaimana mengubah dan menghindari konflik, serta bagaimana mengubah kondisi-kondisi persaingan (kompetisi) dan pertentangan (konflik) menjadi kerjasama.[[8]](#footnote-8)**

Untuk mewujudkan pola interaksi dalam hubungan internasional maka dilakukan sebuah bentuk Kerjasama Internasional. Kerjasama Internasional merupakan salah satu ruang lingkup dari Hubungan Internasional, yang memiliki makna sebagai suatu keharusan yang wajib dilakukan oleh setiap Negara untuk menjamin keberlangsungan hidup berbangsa dan bernegara dalam forum internasional. Kerjasama yang dimaksud dalam penelitian ini terjadi antara Negara Indonesia dan Korea Selatan guna saling memenuhi kebutuhan dan kepentingan dari masing-masing negara. Indonesia dan Korea Selatan melakukan bentuk kerjasama melalui lembaga atau organisasi pemerintah dalam bidang industri kreatif.

*Pertama,* menurut **Koesnadi Kertasasmita** yang dimaksud dengan kerjasama internasional yang dikemukakan dalam bukunya Organisasi Internasional, yaitu:

**Kerjasama Internasional terjadi karena *‘nation understanding’* dimana mempunyai arah dan tujuan yang sama, keinginan didukung oleh kondisi internsaional yang saling membutuhkan kerjasama itu didasari oleh kepentingan bersama diantara Negara-negara namun kepentingan itu tidak identik.[[9]](#footnote-9)**

Kerjasama yang dilakukan Indonesia dan Korea Selatan bertujuan untuk saling memenuhi tujuan dan kepentingan dari tiap-tiap negara tersebut. Kepentingan yang dituju tersebut diwujudkan melalui kerjasama ekonomi dalam bidang industri kreatif. Korea Selatan dikenal dengan strategi suskesnya dalam mengembangkan industri kreatif yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi negaranya. Indonesia saat ini sedang dalam tahap pengembangan industri kreatif sebagai alternatif lain dari cara untuk membantu peningkatan ekonomi di Indonesia. Kerjasama yang dilakukan Indonesia dan Korea Selatan ini sama-sama memiliki kepentingan. Melalui Korea Selatan, Indonesia dapat mempelajari pengembangan industri kreatif. Begitu juga dengan Korea Selatan, melalui kerjasama dengan Indonesia, Korea Selatan dapat terus memperluas dan meningkatkan industri kreatifnya di berbagai negara atau dapat dikatakan pengembangan pasar indstri Korea Selatan.

*Kedua,* konsep kerjasama internasional lainnya dapat dipahami melalui teori yang dikemukakan oleh **Kalevi Jaakko Holsti**, sebagai berikut:[[10]](#footnote-10) (1) Pandangan bahwa dua atau lebih kepentingan, nilai atau tujuan saling bertemu dan dapat menghasilkan sesuatu, dipromosikan atau dipenuhi oleh semua pihak; (2) Persetujuan atas masalah tertentu antara dua Negara atau lebih dalam rangka memanfaatkan persamaan atau benturan kepentingan; (3) Pandangan atau harapan suatu Negara bahwa kebijakan yang diputuskan oleh Negara lainnya membantu Negara itu untuk mencapai kepentingan dan nilai-nilainya; (4) Aturan resmi atau tidak resmi mengenai transaksi dimasa depan yang dilakukan untuk melaksanakan persetujuan; (5) Transaksi antar Negara untuk memenuhi persetujuan mereka.

*Ketiga,* Kerjasama Internasional menurut **James Edward Dougherty** dan **Robert L. Pfaltzgraff** yaitu:

**Kerjasama internasional dapat diartikan sebagai seperangkat hubungan yang tidak didasarkan pada unsur paksaan dan kekerasan. Kerjasama dapat muncul akibat adanya komitmen individu dan Negara untuk mendapatkan kesejahteraan kolektif.[[11]](#footnote-11)**

Kerjasama yang dilakukan oleh Indonesia dan Korea Selatan tentunya bukan didasarkan pada unsur paksaan ataupun intimidasi. Karena kepentingan yang dimiliki oleh masing masing negara, maka terbentuklah sebuah kerjasama. Kerjasama ini merupakan salah satu bentuk hubungan bilateral yang mana seperti yang digambarkan oleh Didi Krisna dalam Kamus Politik Internasional menyebutkan, bahwa “Hubungan Bilateral adalah keadaan yang menggambarkan adanya hubungan saling mempengaruhi atau terjadinya hubungan timbal balik antar dua belah pihak.”[[12]](#footnote-12)

Kemudian, hubungan bilateral yang dikoordinasikan oleh Bagian Kerjasama Bilateral tersebut, lazimnya dapat dilaksanakan antara Indonesia dan suatu negara yang memiliki hubungan diplomatik dengan Indonesia dan keduanya telah menandatangani persetujuan atau *Agreement* yang akan menjadi patokan atas semua bentuk kerjasama yang akan dilakukan. Kerjasama dalam bidang perindustrian, ekonomi dan perdagangan, pengembangan sumber daya manusia dan *capacity building*, dan bidang lainnya yang akan disepakati bersama oleh para pihak dituangkan dalam Nota Kesepahaman atau MoU *(Memorandum of Understanding).*

Penjelasan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 kemudian memberikan penjelasan tentang munculnya istilah “perjanjian internasional” sebagai berikut: “Yang dimaksud dengan perjanjian internasional dalam ketentuan ini adalah perjanjian antar Pemerintah dengan pihak luar negeri yang terkait dengan kepentingan nasional.”[[13]](#footnote-13)

Kemudian teori perjanjian internasional lainnya dikemukakan oleh Prof Dr. Mochtar Kusumaatmadja, yang mana “Perjanjian Internasional adalah perjanjian yang diadakan antarbangsa yang bertujuan untuk menciptakan akibat-akibat hukum tertentu.”[[14]](#footnote-14)Selanjutnya, dari perjanjian internasional tersebut kepentingan nasional berguna agar sasaran suatu negara tercapai dan sesuai dengan tujuannya. Dalam hal ini, suatu negara berhak dan wajib membangun Negara demi kepentingan nasionalnya. Adapun pengertian Kepentingan Nasional menurut **Sutri Yusup** dalam bukunya Hubungan Internasional dan Politik Luar Negeri, sebagai berikut:

**Kepentingan nasional mengandung nilai-nilai yang merupakan dasar bagi usaha kita untuk mencapai apa yang kita idamkan, dan untuk itu perlu disusun strategi yang dirumuskan pangkalan dan sasaran serta gagasan gerak dari pangkalan menuju sasaran jangka panjang, jangka menegah dan sasaran jangka pendek**

Dalam penelitian ini, memfokuskan pada kerjasama di bidang ekonomi kreatif melalui industri kreatif. Istilah Ekonomi Kreatif pertama kali diperkenalkan oleh tokoh bernama **John Howkins**, penulis buku *"Creative Economy, How People Make Money from Ideas."* John Howkins adalah seorang yang multi profesi. Selain sebagai pembuat film dari Inggris ia juga aktif menyuarakan ekonomi kreatif kepada pemerintah Inggris sehingga dia banyak terlibat dalam diskusi-diskusi pembentukan kebijakan ekonomi kreatif dikalangan pemerintahan negara-negara Eropa. Menurut definisi **Howkins**, “Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana *input* dan *output*nya adalah Gagasan”.[[15]](#footnote-15) Benar juga, esensi dari kreatifitas adalah gagasan. Bayangkan hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang sangat layak. Gagasan seperti apakah yang dimaksud? Yaitu gagasan yang orisinil dan dapat diproteksi oleh HKI (Hak Kekayaan Intelektual). Contohnya adalah penyanyi, bintang film, pencipta lagu, atau periset mikro biologi yang sedang meneliti varietas unggul padi yang belum pernah diciptakan sebelumnya. Pada dasarnya pertumbuhan ekonomi kreatif digerakkan oleh kapitalisasi kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan produk atau jasa dengan kandungan kreatif. Kata kuncinya adalah kandungan kreatif yang tinggi terhadap masukan dan keluaran aktivitas ekonomi ini. Istilah ekonomi kreatif memang masih relatif baru. Tidak mengherankan kalau pengertiannya belum didefinisikan dengan jelas. Secara umum dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif adalah sistem kegiatan manusia yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik, estetika, intelektual, dan emosional bagi para pelanggan di pasar. **John Howkins** menemukan kehadiran gelombang ekonomi kreatif setelah menyadari untuk pertama kalinya pada tahun 1996 karya hak cipta Amerika Serikat mempunyai nilai penjualan ekspor sebesar 60,18 miliar dolar (sekitar 600 triliun rupiah) yang jauh melampaui ekspor sektor lainnya seperti otomotif, pertanian, dan pesawat. Dia mengusulkan 15 kategori industri yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu sebagai berikut: periklanan, arsitektur, seni rupa, kerajinan atau kriya, desain, desain fesyen, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, riset dan pengembangan, piranti lunak, mainan dan permainan, TV dan Radio, dan permainan video.[[16]](#footnote-16)

Ekonomi kreatif terdiri dari kelompok luas profesional, terutama mereka yang berada di dalam industri kreatif, yang memberikan sumbangan terhadap garis depan inovasi. Inteligen kreatif antara lain seniman, artis, pendidik, mahasiswa, insinyur, dan penulis. Mereka sering kali mempunyai kemampuan berpikir menyebar dan mendapatkan pola yang menghasilkan gagasan baru. Karena itu, ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi dari industri kreatif.

Adapun penjelasan mengenai Industri Kreatif menurut Doktor di bidang Ekonomi, **Dr. Richard Florida** dari Amerika, penulis buku *"The Rise of Creative Class"* dan *"Cities and the Creative Class"* memperkenalkan tentang industri kreatif dan kelas kreatif di masyarakat *(Creative Class)*. Florida sempat mendapat kritik, bila ada kelompok tertentu di lingkungan sosial yang memiliki kelas tersendiri, apakah ini terkesan elit dan eksklusif? Tidak juga. Justru menurut Florida, ia menghindari kesan tersebut karena gejala dari istilah-istilah sebelumnya seperti *Knowledge Society* yang dinilai elitis. Menurut **Florida:**

**Seluruh umat manusia adalah kreatif, apakah ia seorang pekerja di pabrik kacamata atau seorang remaja digang senggol yang sedang membuat musik hip-hop, namun perbedaanya adalah pada statusnya (kelasnya), karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut dibidang kreatif dan mendapat faedah ekonomi secara langsung dari aktivitas tersebut. Tempat-tempat dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini[[17]](#footnote-17)**

Teori Industri Kreatif lainnya dijelaskan oleh **Robert Lucas,** beliau merupakan pemenang Nobel di bidang Ekonomi, mengatakan bahwa “kekuatan yang menggerakan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktifitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya.”[[18]](#footnote-18)

Kemudian, **Alvin Toffler** menyatakan bahwa gelombang peradaban manusia itu dibagi menjadi tiga gelombang. Gelombang pertama adalah abad pertanian. Gelombang kedua adalah abad industri dan gelombang ketiga adalah abad informasi. Sementara ini, Toffler baru berhenti disini. Namun teori-teori terus berkembang, saat ini peradaban manusia dengan kompetisi yang ganas dan globalisasi, masuklah manusia pada era peradaban baru yaitu Gelombang ke-4. Ada yang menyebutnya sebagai *Knowledge-based Economy* ada pula yang menyebutnya sebagai ekonomi berorientasi pada Kreativitas.[[19]](#footnote-19)

Definisi industri kreatif sendiri menurut Departemen Perdagangan pada studi pemetaan industri kreatif tahun 2007 dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 adalah: “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.”[[20]](#footnote-20)

Dengan demikian, pandangan tentang ekonomi kreatif dan industri kreatif dapat dijabarkan sebagai berikut:

* 1. Industri pada dasarnya tidak hanya berfokus kepada produksi dari barang atau jasa, tetapi juga terhadap distribusi, pertukaran (sales, komersialisasi) serta konsumsi dari barang dan jasa). Hanya saja industri selalu dikaitkan dengan pabrikasi atau manufaktur *(secondary industry)*, karena pada era industrialisasi ditandai dengan perkembangan secara dramatis dari industri manufaktur ini.
  2. Industri merupakan bagian dari ekonomi, atau bisa dikatakan industri merupakan segmentasi dari ekonomi (dalam upaya manusia untuk memilah-milah aktivitas ekonomi secara lebih mendetil).
  3. Industri dapat dibedakan menjadi sektor-sektor utama yang mendasari pembagian lapangan usaha. Kelompok industri kreatif ini (misalnya: musik, periklanan, arsitektur, dll.) akan memiliki lapangan usaha yang merupakan bagian dari beberapa sektor industri. Sebagian besar dari lapangan usaha industri kreatif ini merupakan industri jasa.
  4. Industri kreatif (versi Departemen Perdagangan RI) mengacu pada definisi:*"Industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property",* contoh: industri batik, industri jasa arsitektur,industri jasa periklanan.
  5. Ekonomi kreatif = keseluruhan dari industri kreatif, yaitu seluruh industri yang tercakup dalam kelompok industri kreatif .

Beberapa industri kreatif di Indonesia sesuai yang dipublikasikan oleh BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) adalah: Aplikasi dan Pengembang Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Desain Grafis (DKV), Desain Produk, Fesyen, Film, Animasi, dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Snei Rupa dan Televisi-Radio.



**Gambar 1.1. Arti Penting Ekonomi Kreatif**

Sumber : Departemen Perdagangan RI



**Gambar 1. 2. Aktor dan Faktor Penggerak Industri Kreatif**

Sumber : Departemen Perdagangan RI

Arti penting dari keberadaan ekonomi kreatif sebagaimana terlihat pada Gambar 1 tentunya memerlukan para aktor dan berbagai faktor yang akan mengarahkannya pada titik yang diharapkan oleh semua pihak. Ada tiga aktor utama dalam pengembangan ekonomi kreatif, yaitu: pemerintah, bisnis dan cendekiawan. Penjelasan lebih lanjut dapat dicermati pada Gambar 2.

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui faktor-faktor yang akan mendorong perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia, yaitu:

1. Dari sisi pemerintah: arahan edukatif, penghargaan insan kreatif dan konservasi, dan insentif.
2. Dari sisi bisnis: kewirausahaan, *business coaching and mentoring*, skema

pembiayaan, pemasaran dan *business matching*, komunitas kreatif.

1. Dari sisi cendekiawan: kurikulum berorientasi kreatif dan *enterpreneurship*, kebebasan pers dan akademik, riset inovatif multidisiplin, lembaga pendidikan dan pelatihan.



**Gambar 1. 3. Peta Jalan Pengembangan Industri Kreatif di Indonesia**

Sumber : Departemen Perdagangan RI

Gambar 3 memberikan informasi tentang Peta Jalan Pengembangan Industri Kreatif di Indonesia tahun 2009 – 2015. Dalam peta jalan ini disebutkan ada enam pilar yang akan dikembangkan dengan target masing-masing sampai tahun 2015. Keenam pilar tersebut adalah:

* + 1. *People;* target akhir pada tahun 2015 adalah masyarakat dengan mindset dan moodset kreatif yang didukung oleh talenta dan pekerja kreatif.
    2. *Industry:* target akhir pada tahun 2015 adalah industri kreatif yang unggul di pasar domestik dan asing dengan peran dominan wirausahawan nasional.
    3. *Technology;* target akhir pada tahun 2015 adalah teknologi yang mendukung desain dan melayani kebutuhan pasar.
    4. *Resource;* target akhir pada tahun 2015 adalah pemanfaatan bahan baku dengan nilai tambah dan tingkat utilitas yang tinggi serta ramah lingkungan.
    5. *Institution;* target akhir pada tahun 2015 adalah masyarakat berpemikiran terbuka yang mengkonsumsi produk kreatif lokal.
    6. *Financial intermediary;* target akhir pada tahun 2015 adalah tercapainya tingkat kepercayaan dan distribusi informasi yang simetris antara lembaga keuangan dan industri kreatif.

### Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap suatu masalah yang akan kita teliti dimana merupakan penjelasan yang bersifat sementara yang perlu diteliti lagi kebenarannya secara empiris. Berdasarkan hal tersbeut, peneliti mebuat hipotesis: **“Diimplementasikannya Kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan di bidang Industri Kreatif melalui program-program yang disepakati, maka dapat berimplikasi terhadap pengembangan sektor Industri Kreatif di Indonesia”**

### Operasional Variabel dan Indikator

Untuk membantu dalam menganalisis penelitian lebih lanjut, maka penulis membuat suatu definisi Operasional Variabel tentang konsep hipotesis diatas.

**Tabel 1.1 Operasionalisasi Variabel dan Indikator**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel dalam Hipotesis  (Teoritik) | Indikator  (Empirik) | Verifikasi  (Analisis) |
| Variabel bebas:  Diimplementasikannya Kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan di bidang Industri Kreatif melalui program-program yang disepakati, | 1. Adanya MoU kerjasama pemerintah Indonesia dengan Korea Selatan pada tanggal 12 Oktober 2013 di bidang industri kreatif dan diperpanjang pada tanggal 16 Mei 2016. 2. Pelatihan pendidikan fesyen, Pelatihan kreator animasi, Pelatihan naskah konten tv 3. Jakarta Fashion Week 2016, Korea-Indonesia media installation art exhibition, Korea-Indonesia Film Festival 4. KAFA *Cinematography Workshop & Pre-biz Training* 5. Studi banding seniman 6. Distribusi komik di line webtoon 7. Promosi kuliner makanan halal 8. ICT Partnership Indo-Korsel (B2B) 9. Inasgolic Jalin kerjasama dengan TI korsel dukung Asian Games XVIII/2018 | 1. Adanya persetujuan kerjasama industri kreatif yang ditandatangani oleh Menteri Pariwisata dan Ekraf RI dengan Mentri Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Republik Korea   Sumber: Portal Kementerian Luar Negeri RI/ <http://treaty.kemlu.go.id/>   1. Program Pelatihan pendidikan fesyen, kreator animasi, dan konten tv.   Sumber: <http://www.ycifi.com/ycifi/ycifi-curriculum/>.  Sumber:  <http://youngsters.id/news/animasi-korea-terinspirasi-wayang-kulit>  Sumber: <http://www.antaranews.com/berita/616794/bekraf-indonesia-korsel-kerja-sama-produksi-konten-televisi>   1. Program *platform exchange* melalui pagelaran seni busana, seni pertunjukan dan film (festival film   Sumber:  <http://www.satuharapan.com/read-detail/read/akulturasi-fesyen-korea-di-jakarta-fashion-week-2017>  Sumber:  <http://creativekorea.id/jadwal/Korea-Indonesia-Media-Installation-Art-Exhibition.html>  Sumber: <http://creativekorea.id/jadwal/Korea-Indonesia-Film-Festival.html>   1. Program *workshop* produser film   Sumber:  <http://koreanfilm.or.kr/view/news.jsp?category=FEATURES&seq=307&blbdComCd=601024>   1. Program studi banding *exchange project*   Sumber:  <http://www.armabali.com/fw-event-slug/art-bridge-indonesia-korea-art-exchange-project/>   1. Pendistibusian karya komik ke digital platform   Sumber: <https://medium.com/planologi-2015/line-webtoon-wadah-komikus-indonesia-berkarya-di-era-digital-1e7e3a8f012c>   1. Promosi makanan halal lewat web drama   Sumber:  <http://www.dailymoslem.com/news/promosi-makanan-halal-korsel-indonesia-buat-web-drama-lunchvbox>   1. Program *ICT Partnership* Indo-Korsel   Sumber:  <http://itech.id/iktii-jembatan-ict-korea-indonesia/>   1. Program bantuan teknologi jelang Asian Games 2018   Sumber:  <http://sumselupdate.com/inasgoc-jalin-kerjasama-sponsor-dengan-361/> |
| Variabel Terikat:  maka dapat berimplikasi tehadap pengembangan sektor Industri Kreatif di Indonesia”. | 1. *Join Venture* NET TV(Indonesia) dengan KBS & CJ *Entertainment* (Korsel) 2. Kolaborasi Drama Korea-Indonesia 3. Festival Film Indonesia dan *Indonesia Cinema BIFF* 4. Pembuatan *Integrated Box Office System* 5. *Indonesia Food Festival* 6. Film Animasi *Frienzoo* 7. *Young Creator Indonesia Fashion Institute* 8. Line Webtoon 9. Kartun *JokerSyndicate* di *Peoplegate* Korea 10. I.K.Y. dan SOE Jakarta tampil di panggung Fashion Kode Korea. 11. Pameran batik di Lotte Mall, Korea Selatan 12. Indonesia Halal Certification Seminar in Korea 13. Pameran Seniman Kontemporer dalam rangka Branding Indonesia 14. Penambahan investasi ke sector industry hiburan melalui industry perfilman | 1. Sumber:   <http://www.antaranews.com/berita/616794/bekraf-indonesia-korsel-kerja-sama-produksi-konten-televisi>   1. Sumber:   <http://sidomi.com/100196/saranghae-i-love-you-drama-korea-indonesia-ditayangkan-di-6-negara/>   1. Indonesia Film Festival   Sumber:  <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/2013-01-21-22-49-05/berita-utama/170-festival-film-indonesia>  Indonesia Cinema  Sumber:  <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/2013-01-21-22-49-05/berita-terkini/632-film-indonesia-di-biff-ke-21>   1. Sumber:   <http://entertainment.kompas.com/read/2017/02/08/203602010/bekraf.targetkan.indonesia.miliki.integrated.box.office.system>.   1. Indonesia Food festival   Sumber:  <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/2013-01-21-22-49-05/berita-utama/295-indonesia-food-festival>   1. Sumber:   <http://hiburan.metrotvnews.com/film/0KvVZWoK-pelajar-indonesia-terlibat-penggarapan-film-animasi-korsel>   1. Sumber:   <http://www.ycifi.com/introduction/ycifi-project/>   1. Line Webtoon   Sumber:  <https://medium.com/planologi-2015/line-webtoon-wadah-komikus-indonesia-berkarya-di-era-digital-1e7e3a8f012c>   1. Sumber:   <https://www.merdeka.com/teknologi/perusahaan-start-up-korea-gandeng-kartunis-indonesia-untuk-berkarya.html>   1. Sumber:   <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/2013-01-21-22-49-05/berita-terkini/639-perancang-indonesia-di-pekan-mode-korea>   1. Sumber:   <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/2013-01-21-22-49-05/berita-utama/155-pameran-batik-di-lotte>   1. Sumber:   <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/2013-01-21-22-49-05/berita-terkini/587-pengembangan-pasar-produk-halal-republik-korea>   1. Sumber:   <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/2013-01-21-22-49-05/berita-utama/446-duta-besar-ri-membuka-pameran-seniman-kontemporer-ternama-asia-tenggara-asal-indonesia-dalam-rangka-branding-indonesia>   1. Tujuh perusahaan Korea berkomitmen investasi US$ 15,8 miliar. Ada juga empat kerjasama bisnis senilai US$ 2,2 miliar.   Sumber:  <http://katadata.co.id/berita/2016/05/16/bertemu-jokowi-pengusaha-korea-siap-investasi-rp-250triliun> |

### Skema Kerangka Teoritis

**KOREA SELATAN**

**INDONESIA**

Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF)

KERJASAMA

Ministry Of Culture, Sports and Tourism

Ekonomi Kreatif

Industri Kreatif

Industri Kreatif di Indonesia berkembang

1. Program pertukaran, pendidikan, pelatihan, dan peningkatan kapasitas di bidang teknologi produksi film, produksi konten penyiaran dan konteks berbasis digital.
2. Pertukaran Informasi mengenai riset pasar dan pembuatan kebijakan
3. Berbagi pengalaman mengenai pembangunan model-model pembiayaan ekonomi kreatif, termasuk sumber pembiayaan dan investasi
4. Pemberian bantuan teknik dalam pengembangan seni pertunuukan, music, drama dan teknologi terkait bioskop
5. Penyelenggaraan pameran dan keikutsertaan dalam pasar untuk mempromosikan kemitraan bisnis
6. Fasiliatasi program-program produksi bersama dna merek bersama untuk memproduksi dan memasarkan produk-produk dan jasa kreatif

## Metode dan Teknik Pengumpulan Data

### Tingkat Analisis

Untuk mendeskripsikan, menjelaskan dan menafsirkan perilaku dalam hubungan internasional secara meyakinkan, maka harus melakukan analisa. Dalam studi hubungan internasional perlu mengidentifikasi tingkat eksplanasi untuk memperjelas proses pembentukan teori. Adapun tingkat analisa yang penulis gunakan, yaitu analisa korelasionis dimana unit eksplanasi dan unit analisisnya pada tingkatan yang sama, dimana kerjasama Indonesia dan Korea Selatan analisisnya ditingkat yang sama yaitu meningkat potensi kerjasama dalam bidang Industri Kreatif.

### Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif analisis, yaitu metode penelitian yang menggambarkan kejadian-kejadian atau peristiwa-peristiwa berdasarkan data dan fakta yang ada dan sedang berlangsung, untuk menghasilkan analisis mengenai pengaruh kerjasama Indonesia dengan Korea Selatan dalam upaya pengembangan sector industri kreatif di Indonesia.

### Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Studi Kepustakaan *(Library Research)*, yaitu teknik mengumpulkan data berdasarkan penelahaan/penelusuran literatur. Pada penelitian ini, penulis mengambil data-data yang bersumber dari buku-buku, arsip-arsip, artikel, *online research* di internet dan laporan-laporan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dimana dalam menggambarkan permasalahan yang diteliti tergantung pada validitas data informan yang memberikan informasi pada peneliti ini.

## Lokasi dan Waktu Penelitian

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa perpustkaan dan instansi dengan tujuan dalam memperoleh data dan informasi yang akurat untuk penelitian ini, yaitu:

* + 1. Perpustakaan Fakultas Ilmu Soial dan Ilmu Politik

Universitas Pasundan Bandung

Jl. Lengkong Besar No.68 Bandung, Jawa Barat 40261

* + 1. Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF)

Gedung Kementerian BUMN, Lt 15, 17, 18

Jl. Merdeka Selatan No. 13,

Jakarta Pusat - 10110.

* + 1. Badan Perpustakaan dan Kearsipan Daerah (Bapusipda) Provinsi Jawa Barat

Jl. Kawaluyaan Indah III No.4, Jatisari, Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286

### Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan terhitung pada bulan Desember 2016 sampai dengan bulan April 2017 dimulai dari persiapan judul proposal penelitian dan pengolahan data. Untuk lebih lengkap mengenai tahapan dari penelitian yang dilakukan tertera pada tabel berikut.

**Tabel 1.2. JADWAL KEGIATAN PENELITIAN TAHUN 2016-2017**



## Sistematika Penulisan

Secara umum, penulisan penelitian ini terbagi dalam lima bab. Pembahasan yang terkandung dalam bab satu dengan bab-bab lainnya saling berhubungan erat satu sama lain. Sehingga pada akhirnya membentuk satu karya tulis yang runtut dan sistematis. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

**Bab I** **Pendahuluan**

Pada bab ini memuat tentang pendahuluan, dimana sub-subnya terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah yang berupa pembatasan masalah dan perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis dan hipotesis, operasional variabel dan indikator, skema kerangka teoritis, tingkat analisis, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, lokasi dan jadwal kegiatan penilitian serta diakhiri dengan sistematika penulisan

**Bab II GAMBARAN UMUM KERJASAMA INDONESIA-KOREA SELATAN DI SEKTOR INDUSTRI KREATIF**

Bab ini akan membahas uraian atau informasi mengenai tema yang dijadikan variabel bebas yaitu, konsep yang menjelaskan dan memprediksi permasalahan tersebut. Pada bab ini, peneliti menguraikan tinjauan dari hubungan bilateral Indonesia dengan Korea Selatan serta gambaran umum mengenai kerjasama Indonesia dan Korea Selatan di bidang Industri kreatif melelui program-program yang disetujui dalam Nota Kesepahaman atau MoU.

**Bab III INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA**

Bab ini berisi uraian atau informasi umum mengenai masalah yang menjadi variabel terikat yaitu konsep yang hendak dijelaskan peristiwanya dan terjadi akibat dari variabel lain. Pada penyusunan penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah pertumbuhan dalam bidang industri kreatif yang ada di Indonesia dan disini akan dibahas tentang gambaran umum mengenai kondisi perkembangan industri kreatif di Indonesia.

**Bab IV KONTRIBUSI KERJASAMA INDONESIA DAN KOREA SELTAN TERHADAP PENGEMBANGAN SEKTOR INDUSTRI KREATIF INDONESIA**

Bab ini akan membahas, menguraikan serta menjawab hipotesis dan indikator-indikator penelitian yang telah dideskripsikan dalam pengolahan data.

**Bab V Kesimpulan**

Bab ini merupakan sebuah kesimpulan yang merupakan bab bagian akhir dari laporan penelitian ini sekaligus sikap akhir dari penulis mengenai permasalahan yang di dalamnya. Selain kesimpulan mengenai hasil penelitian, penulis menyampaikan pula hasil pemikiran yang berupa rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya kelak.

1. Anak Agung Banyu Perwita dan Yanyan Mochamad Yani, *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset: 2011), hlm. 8. [↑](#footnote-ref-1)
2. Ibid., hlm.11 [↑](#footnote-ref-2)
3. “Bilateral RI-Korsel”, dalam <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/indokor>, diakses 16 Desember 2016 [↑](#footnote-ref-3)
4. “*Creative Economy”,* dalam <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>, diakses pada 16 Desember 2016 [↑](#footnote-ref-4)
5. “BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia) : Tonggak Baru Ekonomi Kreatif Indonesia”, dalam <http://www.bekraf.go.id/profil>, diakses pada 16 Desember 201 [↑](#footnote-ref-5)
6. Suwardi Wiriaatmadja, *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*,(Surabaya: Pustaka Tinta Mas, 1994), hlm 36. [↑](#footnote-ref-6)
7. ibid [↑](#footnote-ref-7)
8. Teuku May Rudy, *Hubungan Internasional Kontemporer Dan Masalah-Masalah Global,*(Bandung: Refika Aditama, 2003) hlm. 1 [↑](#footnote-ref-8)
9. Koesnadi Kartasasmita, *Organisasi Internasional,* (Jakarta: Rosdakarya, 1983), hlm.14. [↑](#footnote-ref-9)
10. KJ.Holsti, *Politik Internasional, Kerangka Untuk Dianalisis*, Jilid II, Terjemahan M.Tahrir Azhari, (Jakarta Erlangga, 1988), hlm.652-653. [↑](#footnote-ref-10)
11. James E Dougherty & Pfaltzgraff Robert L. *Contending Theories*, (New York: Harper and Row Publisher.1997),hlm. 418-419 [↑](#footnote-ref-11)
12. Didi Krisna, *Kamus Politik Internasional,* (Jakarta: Grasindo, 1993), hlm 18 [↑](#footnote-ref-12)
13. Undang-Undang Republik Indoneisa Nomor 32 Tahun 2004 tentang Perjanjian Internasional [↑](#footnote-ref-13)
14. Muchtar Kusumaatmdja*, Perjanjian Internasiona*l, (PT. Alumni, Bandung, 2003), hlm.10 [↑](#footnote-ref-14)
15. John Hawkins, *Creative Economy, How People Make Money from Ideas,* 2013, hlm.5 [↑](#footnote-ref-15)
16. Ibid, hlm. 20 [↑](#footnote-ref-16)
17. Richard Florida**,** *"The Rise of Creative Class: And How It’s Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday live”,* 2002, hlm 30 [↑](#footnote-ref-17)
18. Nenny Anggraini, *“Industri Kreatif”* dalam *Jurnal ekonomi*, Desember 2008 Volume XIII No.3, hlm. 144-151 [↑](#footnote-ref-18)
19. Alvin Toffler, *The Third Wave,* 1980, hlm 10 [↑](#footnote-ref-19)
20. Departemen Perdagangan RI, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015*, 2008. [↑](#footnote-ref-20)