# BAB II

# GAMBARAN UMUM KERJASAMA INDONESIA-KOREA SELATAN

# DI BIDANG INDUSTRI KREATIF

## Sejarah Hubungan dan Perkembangan Bilateral Indonesia-Korea Selatan

Hubungan Indonesia dan Korea Selatan pada awalnya merupakan hubungan yang lemah, dimana kedua negara ini merupakan korban perang dingin yang pada waktu itu memiliki ideologi yang berbeda. Korea Selatan yang terbagi dua segera digolongkan ke dalam warnanya masing-masing oleh ideologi yang berlainan. Sedangkan Indonesia, dibawah kepemimpinan Presiden Soekarno, tidak mau digolongkan ke dalam Blok Timur maupun Blok Barat. Dalam hal itu, Korea Selatan yang pro Amerika Serikat dan Blok Barat tidak bisa menjalin hubungan diplomatik yang mulus dengan Indonesia di masa Bung Karno[[1]](#footnote-1).

Hubungan kenegaraan antara Korea Selatan dan Indonesia telah berjalan selama lebih dari empat dasawarsa sejak kedua negara telah menandatangani persetujuan pembukaan hubungan diplomatik kenegaraan tingkat konsuler pada bulan Mei 1966. Persetujuan tersebut ditindaklanjuti dengan pembukaan kantor Konsulat Jendral Korea di Jakarta pada tanggal 1 Desember 1966 dan diikuti dengan pembukaan Konsulat Jendral Indonesia di Seoul pada tanggal 1 Juni 1968. Sebagai langkah pertama dimulainya hubungan kenegaraan resmi antara Korea Selatan dan Indonesia, hubungan diplomatik tingkat konsuler membuka banyak kesempatan bagi kedua negara untuk bekerja sama di berbagai bidang demi

tercapainya kepentingan suatu negara. Seiring dengan semakin meningkatnya hubungan kedua negara maka ditingkatkan ke tingkat diplomatik penuh pada tanggal 18 September 1973.[[2]](#footnote-2)

Hubungan antara kedua negara ini mengalami perkembangan yang sangat cepat dan meluas dalam berbagai bidang ekonomi, politik, sosial, budaya dan pertahanan yang semakin erat. Sejarah hubungan bilateral kedua negara dimulai dengan peningkatan hubungan ekonomi dan tentunya berdampak pada peningkatan hubungan politik. Bersama dengan adanya peningkatan hubungan Korea Selatan dan Indonesia di bidang politik, hubungan kerjasama ekonomi pun mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hubungan kerjasama ekonomi ini dimanfaatkan oleh kedua negara untuk saling mengisi satu sama lain, yaitu keunggulan Indonesia dalam hal sumber daya alam, tenaga kerja serta pasar yang luas dan aktif dapat melengkapi keunggulan Korea Selatan dalam hal modal dan teknologi yang memadai, maupun sebaliknya.

Dalam proses selanjutnya, hubungan kedua negara di bidang kebudayaan muncul sebagai salah satu dari hubungan dalam bidang ekonomi dan politik. Sejalan dengan semakin banyaknya kalangan bisnis kedua negara yang masuk ke wilayah negara lain, jumlah turis dan angka bidang pariwisata pun meningkat. Banyaknya warga negara Korea Selatan yang tinggal di Indonesia dan warga Indonesia di Korea Selatan mendorong berjalannya proses hubungan timbal-balik di bidang kebudayaan antara masyarakat kedua negara, yang kemudian semakin berkembang sampai pada tingkat lembaga dan pemerintah.

Dalam perkembangan selanjutnya, hubungan bilateral kedua negara di berbagai bidang mengalami pasang surut. Sejak awal tahun 1980, Korea Selatan telah membina kerjasama nyata dengan negara-negara Asia Tenggara, terutama Indonesia walaupun ekonomi dunia menitikberatkan pada wilayah dan mengarah pada pembentukan blok regional yang luas, Korea Selatan terus berusaha menghadapinya dengan keunikan politik dan ekonominya, termasuk permasalahan antar Korea yang sangat rumit. Dalam hal itu, bagi Korea Selatan, Indonesia menjadi negara terpenting di Kawasan Asia Tenggara, bukan hanya berdasarkan alasan ekonomi saja, tetapi juga berdasarkan alasan politik internasional dan keamanan.

Hubungan Korea Selatan dan Indonesia selama ini telah mengalami peningkatan berbagai kontak dan pertukaran pejabat tinggi dari tahun 1966 sampai tahun 1970 antara lain ditandai dengan pertemuan Ketua DPR Indonesia dan Ketua Parlemen Korea Selatan, menteri luar negeri, pejabat-pejabat tinggi militer dari tiaptiap negara. Dalam selang waktu tahun 1970-1975, Menteri Luar Negeri Indonesia dan Menteri Perdagangan dan Perindustrian Korea Selatan juga aktif melakukan pertemuan. Hal tersebut tentu saja mempertinggi tingkat saling ketergantungan antara kedua negara. Interaksi dan kerjasama antara pemerintah dan masyarakat Korea Selatan dan Indonesia pada masa kini, misalnya dalam pertukaran personel dalam wujud kunjungan kerja, pertukaran delegasi budaya dan olah raga, turis dan para pakar, juga meningkat dengan pesat selama periode tahun 1980-an.

Pada pertengahan tahun 1990-an, hubungan Korea Selatan-Indonesia di bidang politik dan ekonomi mengalami penurunan yang cukup drastis dengan adanya pergantian pemerintahan di kedua negara, yakni dari pemerintahan berbasis militer menjadi pemerintahan sipil ditambah dengan kondisi ekonomi yang krisis di kedua negara dalam waktu yang hampir bersamaan, hal tersebut membuat pemerintah kedua negara sibuk mengurusi negara masing-masing sehingga munculnya ketidakjelasan sikap dari masing-masing negara hal ini tentunya mengakibatkan penurunan hubungan antar kedua negara.

Meskipun telah terajadi perubahan dalam dua negara, keduanya tetap menyadari keuntungan pengembangan politik yang saling menguntungkan dengan adanya pertemuan para pejabat tinggi pemerintah Indonesia telah membuat hubungan kedua negara kembali ke arah positif dimana dimulai pada tahun 2000 kunjungan Presiden Abdurrahman Wahid ke Korea Selatan selanjutnya Presiden Kim Dae-Junh dan Presiden Abdurrahman Wahid dapat bertemu kembali pada bulan Oktober di Seoul dalam acara penyelenggaraan KTT ASEM ke-3. Kedua negara pun kembali melakukan pertemuan di Jakarta pada bulan desember tahun 2000.[[3]](#footnote-3)

Pada 4 Desember tahun 2006 hubungan kerjasama Indonesia dan Korea Selatan ditingkatkan dengan kemitraan strategis yang ditandai dengan penandatanganan *Joint Declaration between the Republic of Indonesia and the Republic of Korea on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation in the 21st Century* oleh Presiden RI Soesilo Bambang Yudhoyono dan Presiden Korsel Roh Moo Hyun. *Joint Declaration* mencakup tiga pilar kerjasama, yaitu kerjasama politik dan keamanan, kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi, dan kerjasama sosial budaya. Selanjutnya, kunjungan Presiden ROK, Lee Myungbak pada tanggal 6-8 Maret 2009 juga menghasilkan sejumlah perjanjian kerjasama dalam bentuk *Memorandum of Understanding (MOU)* di bidang pendidikan, riset dan teknologi, dan kehutanan; dan *Letter of Intent (LOI)* di bidang pertahanan.[[4]](#footnote-4)

Sejak diberlakukannya *Joint declaration* tersebut, investasi dan perdagangan antar kedua negara terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Untuk mewujudkan pilar kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi, kedua negara setuju untuk membentuk *Indonesia-Korea Joint Task Force on Economic Cooperation (JTF-EC)* yang telah menyelenggarakan pertemuan tahunan sejak tahun 2007. Pada tahun 2011, Indonesia-Korea JTF-EC direvitalisasi menjadi *Working Level Task Force Meeting* (WLTFM) yang melakukan pertemuan dua kali setahun untuk mengakomodasi perkembangan yang signifikan dalam kerjasama ekonomi kedua negara. Pertemuan pertama WLTFM telah dilaksanakan di Bali pada tanggal 18-19 Mei 2011.[[5]](#footnote-5)

Terbinanya hubungan ekonomi yang erat selama bertahun-tahun diantara kedua negara telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Badan Koordinasi Penanaman Modal (BPKM) mencatat, pada periode 22 Oktober 2014 hingga 4 Desember 2015, minat investasi Negeri Ginseng yang teridentifikasi mencapai 16 milliar dollar. [[6]](#footnote-6)

Selain hubungan bilateral langsung, kedua negara secara aktif berpartisipasi dalam organisasi-organisasi regional maupun global (ARF, APEC, ASEAN, ASEM, Non-Blok, PBB) yang berfungsi sebagai wadah lain bagi kedua negara mempererat hubungan kedua negara serta memberikan sumbangsi terhadap masyarakat internasional dibalik kedekatan hubungan politik kedua negara. Mekanisme bilateral yang ditempuh oleh kedua negara ialah dengan berbagai cara, dengan bentuk-bentuk komisi dan forum kerjasama yang beragam. Seperti *Joint Commision, Working level task force, Indonesia-Korea Energy Forum (IKEF)*, *Indonesia-Korea Forestry Forum, Commision on Cultural Cooperation, Join committe and logistic meeting, Indonesia-Korea Ocean and Fisheries Forum.*

Dalam rangka memperkokoh hubungan dan kerjasama bilateral Indonesia dan Korea Selatan, pada tanggal 18 Desember 2015 di Seoul diadakan the *2nd Joint Commission Meeting (JCM)* ke-2 antara Indonesia dan Korea Selatan. Pertemuan JCM merupakan implementasi kesepakatan antara Presiden Jokowi dan Presiden Park Gun-hye dalam pertemuan bilateral di Busan pada 11 Desember 2014.[[7]](#footnote-7) Yang sebelumnya telah dilakukan JCM pertama pada Pada 9 Juni 2006.

Dalam pertemuan tersebut, Pertemuan mencatat tren perdagangan kedua negara yang terus menurun dan pada tahun 2014 tercatat sebesar USD 23,7 milyar. Untuk itu disepakati perlunya mencari langkah-langkah yang baru dan kreatif serta mengintensifkan komunikasi antar pejabat kedua negara dalam mendorong penyelesaian ASEAN-ROK FTA dan dimulainya kembali perundingan *Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership* (IK-CEPA).

Kemudian, minat investor ROK di Indonesia masih cukup tinggi dan investasi ROK pada tahun 2015 (Jan-Sept) menduduki urutan empat investor terbesar di Indonesia. Kedua Menteri menyambut baik ditandatangani *MoU* kerjasama untuk promosi Investasi ROK di Indonesia antara Kepala BKPM dan Woori Bank, ROK. Kerjasama ini diharapkan dapat membantu dalam mendorong perusahaan ROK untuk menanamkan modalnya di Indonesia. ROK menyampaikan minatnya untuk berpartisipasi dalam proyek pembangunan tenaga listrik 35 ribu megawatt dan harapkan dukungan Pemri terhadap rencana dimaksud. Sementara itu untuk bidang Kerjasama Pembangunan, Indonesia adalah mitra terbesar ke-6 kerjasama pembangunan dari 120 negara. ROK akan terus memperkuat kerjasama pembangunan di berbagai bidang antara lain ekonomi sosial, administrasi publik, lingkungan hidup, dan pengelolaan sumber daya alam. Dalam kaitan ini, kedua negara diharapkan dapat segera menyelesaikan *Framework Agreement (FA) Economic Development Cooperation Fund* (EDCF) untuk periode 2016-2020 sebagai dasar bagi peningkatan kerja sama pembangunan kedua negara

Pertemuan juga sepakati pentingnya meningkatkan kerjasama pariwisata seperti kegiatan promosi bersama dan peningkatan frekuensi penerbangan antar kedua negara. Pemerintah telah memberikan fasilitas Pemberian bebas visa kunjungan singkat bagi pemegang paspor biasa yang diharapkan dapat lebih mendorong kunjungan wisatawan Korea ke Indonesia. Indonesia juga harapkan agar ROK dapat memberikan fasilitas bebas visa kunjungan singkat bagi pemegang paspor biasa Indonesia untuk mendorong arus wisatawan Indonesia ke Korea.

Sementara itu, untuk bidang Kerjasama Pembangunan, Indonesia adalah mitra terbesar ke-6 kerjasama pembangunan dari 120 negara. ROK akan terus memperkuat kerjasama pembangunan di berbagai bidang antara lain ekonomi sosial, administrasi publik, lingkungan hidup, dan pengelolaan sumber daya alam. Dalam kaitan ini, kedua negara diharapkan dapat segera menyelesaikan *Framework Agreement (FA) Economic Development Cooperation Fund (EDCF)* untuk periode 2016-2020 sebagai dasar bagi peningkatan kerja sama pembangunan kedua negara

Meningkatnya hubungan dan kerja sama bilateral tersebut antara lain didukung oleh sifat komplementaritas sumber daya dan keunggulan yang dimiliki masing-masing disamping proses kemajuan ekonomi dan politik kedua negara yang sangat baik yang membuka peluang kerja sama di berbagai sektor semakin terbuka lebar. Bagi Indonesia, Republik Korea menawarkan peluang yang baik sebagai sumber modal/investasi, teknologi dan produk-produk teknologi. ROK menjadi alternatif sumber teknologi khususnya di bidang heavy industry, IT dan telekomunikasi.

Di lain pihak, Indonesia dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup *"robust"* dalam dekade terakhir menawarkan peluang pasar yang sangat besar, sumber alam/mineral, dan tenaga kerja. Hubungan bilateral Indonesia dan Korea Selatan merupakan salah satu contoh hubungan kenegaraan yang sangat kokoh. Hal tersebut ditandainya dengan pesatnya kerjasama antar kedua negara sejak tahun 1978, serta tingginya tingkat ketergantungan satu sama lain yang membuat kedua negara merasa perlu untuk meningkatkan kerjasama secara terus menerus.

## Sejarah 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).[[8]](#footnote-8)

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.

Munculnya fenomena industri kreatif bermula pada awal tahun 1990, kota-kota di Inggris mengalami penurunan produktivitas dikarenakan beralihnya pusat-pusat industri dan manufaktur ke negara-negara berkembang yang menawarkan bahan baku, harga produksi dan jasa yang lebih murah. Menanggapi kondisi perekonomian yang terpuruk, calon perdana menteri Tony Blair dan *New Labour Party* menawarkan agenda pemerintahan yang bertujuan untuk memperbaiki moral dan kualitas hidup warga Inggris dan memastikan kepemimpinan Inggris dalam kompetisi dunia di milenium baru, salah satunya dengan mendirikan *National Endowment for Science and the Art* (NESTA) yang bertujuan untuk mendanai pengembangan bakat-bakat muda di Inggris.[[9]](#footnote-9)

Setelah menang dalam pemilihan umum 1997, Tony Blair sebagai Perdana Menteri Inggris melalui *Department of Culture, Media and Sports (DCMS)* membentuk *Creative Industries Task Force* yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Inggris. Pada tahun 1998, DCMS mempublikasikan hasil pemetaan industri kreatif Inggris yang pertama, dimana industri kreatif didefinisikan sebagai: *“those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content”.[[10]](#footnote-10)*

Selain itu, Istilah Ekonomi Kreatif juga diperkenalkan oleh tokoh bernama John Howkins, penulis buku "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas"*. Jhon 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 di kalangan pemerintahan negara-negara Eropa.

John Howkins dalam *The Creative Economy (2001)* 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.[[11]](#footnote-11) 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.

Makna kreativitas yang terkandung dalam pendefinisian Industri kreatif dapat dilihat sebagai kapasitas atau daya upaya untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, menciptakan solusi dari suatu masalah atau melakukan sesuatu yang berbeda dari kebiasaan (*thinking outside* *the box*). Inovasi dan penemuan (*invention*) adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kreativitas. Kreativitas merupakan faktor pendorong munculnya inovasi atau penciptaan karya kreatif dengan memanfaatkan penemuan (*invention*) yang sudah ada. Industri kreatif dapat menjadi pendorong pertumbuhan Industri yang berkelanjutan karena ide dan kreativitas adalah sumber daya yang senantiasa dapat diperbaharui. Kreativitas akan melahirkan inovasi dan penemuan yang tidak hanya dapat melipat gandakan produktivitas tetapi juga dapat meningkatkan nilai tambah.[[12]](#footnote-12)

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun Industri kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Industri kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif *(creative value chain*); lingkungan pengembangan *(nurturance environment)*; pasar *(market)* dan pengarsipan *(archiving)*. Industri kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara Industri, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Oleh karena itu, Industri kreatif selain dapat meningkatkan daya saing, juga dapat meningkatkan kualitas hidup sebuah bangsa.

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 seringkali 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. Industri kreatif dalam Wikipedia didefinisikan sebagai industri yang berfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti seni rupa, film dan televisi, piranti lunak, permainan, atau desain fesyen, dan termasuk layanan kreatif antar perusahaan seperti iklan, penerbitan, dan desain. Pemerintah Inggris melalui Kementrian Budaya, Media, dan Olahraga memberikan lingkup industri kreatif sebagai kegiatan yang bersumber dari kreativitas, keahlian, dan talenta individu yang berpeluang meningkatkan kesejahteraan dan lapangan kerja melalui penciptaan dan komersialisasi kekayaan intelektual.

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. Ekonomi kreatif = keseluruhan dari industri kreatif, yaitu seluruh industri yang tercakup dalam kelompok industri kreatif.

### Profil Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Indonesia

Alasan lain dari sejarah suksesnya industri kreatif adalah dari sisi pemasaran. Dibutuhkan lembaga khusus untuk mengatur perkembangan serta pamasaran baik hasil produksi ataupun pelaku industri kreatif. Seperti yang disebutkan di atas, saat ini Indonesia telah memiliki lembaga khusus sebagai wadah insan kreatif dalam mengembangakan kreatifitas dan usahanya. Sebelumnya, industri kreatif dibawah kendali beberapa kementerian seperti Departemen Perdagangan, Departemen Perindustrian, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Departemen Komunikasi dan Informasi, dan Departemen Tenaga Kerja, kemudian berubah dibawah kendali Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sampai akhirnya saat ini dikendalikan oleh Badan Ekonomi Kreatif. Dari perubahan tersebut, sudah tampak keseriusan Pemerintah Indonesia dalam pengembangan industri kreatif di Indonesia.

Bekraf mempunyai visi membangun Indonesia menjadi salah satu kekuatan ekonomi dunia dalam ekonomi kreatif pada 2030 nanti. Untuk mencapai visi tersebut, Bekraf merancang enam misi besar, yaitu:

1. Menyatukan seluruh aset dan potensi kreatif Indonesia untuk mencapai ekonomi kreatif yang mandiri.
2. Menciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan industri kreatif.
3. Mendorong inovasi di bidang kreatif yang memiliki nilai tambah dan daya saing di dunia internasional.
4. Membuka wawasan dan apresiasi masyarakat terhadap segala aspek yang berhubungan dengan ekonomi kreatif.
5. Membangun kesadaran dan apresiasi terhadap hak kekayaan intelektual, termasuk perlindungan hukum terhadap hak cipta.
6. Merancang dan melaksanakan strategi yang spesifik untuk menempatkan Indonesia dalam peta ekonomi kreatif dunia.

Bekraf bertanggung jawab terhadap pengelolaan ekonomi kreatif. Untuk itu, ia wajib menjalankan tugas yang telah tercantum dalam Perpres. Badan Ekonomi Kreatif bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif. Dalam menjalankan tugas tersebut, Bekraf menyelenggarakan beberapa fungsi, sebagai berikut:

1. Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan di bidang ekonomi kreatif
2. Perancangan dan pelaksanaan program di bidang ekonomi kreatif.
3. Pelaksanaan koordinasi dan sinkronisasi perencanaan dan pelaksanaan kebijakan dan program di bidang ekonomi kreatif.
4. Pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program di bidang ekonomi kreatif.
5. Pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan di bidang ekonomi kreatif.
6. Pelaksanaan komunikasi dan koordinasi dengan Lembaga Negara, Kementerian, Lembaga Pemerintah Non Kementerian, Pemerintah Daerah, dan pihak lain yang terkait.
7. Pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Presiden yang terkait dengan ekonomi kreatif.

Dengan menjalankan tugas dan fungsi-fungsi tersebut, Bekraf optimistis bisa menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang efisien dan kondusif. Dengan begitu, para pelaku bisa berkarya lebih baik sehingga ekonomi kreatif bisa memberikan kontribusi pendapatan yang selalu meningkat terhadap PDB nasional

**Wakil Kepala BEKRAF**

**Jabatan Fungsional**

**Satuan Tugas**

**Sekretaris Utama**

**Biro 1**

**Biro 2**

**Biro 3**

**Biro 4**

**Inspektorat**

**Deputi 1**

**Deputi 2**

**Deputi 3**

**Deputi 4**

**Deputi 5**

**Deputi 6**

**Riset, Edukasi, dan Pengembangan**

**Akses Permodalan**

**Infrastruktur**

**Pemasaran**

**Fasilitas HAKI dan Regulasi**

**Hubungan Antar Lembaga dan Wilayah**

**Kepala BEKRAF**

**Gambar 2.1. Struktur Badan Ekonomi Kreatif**

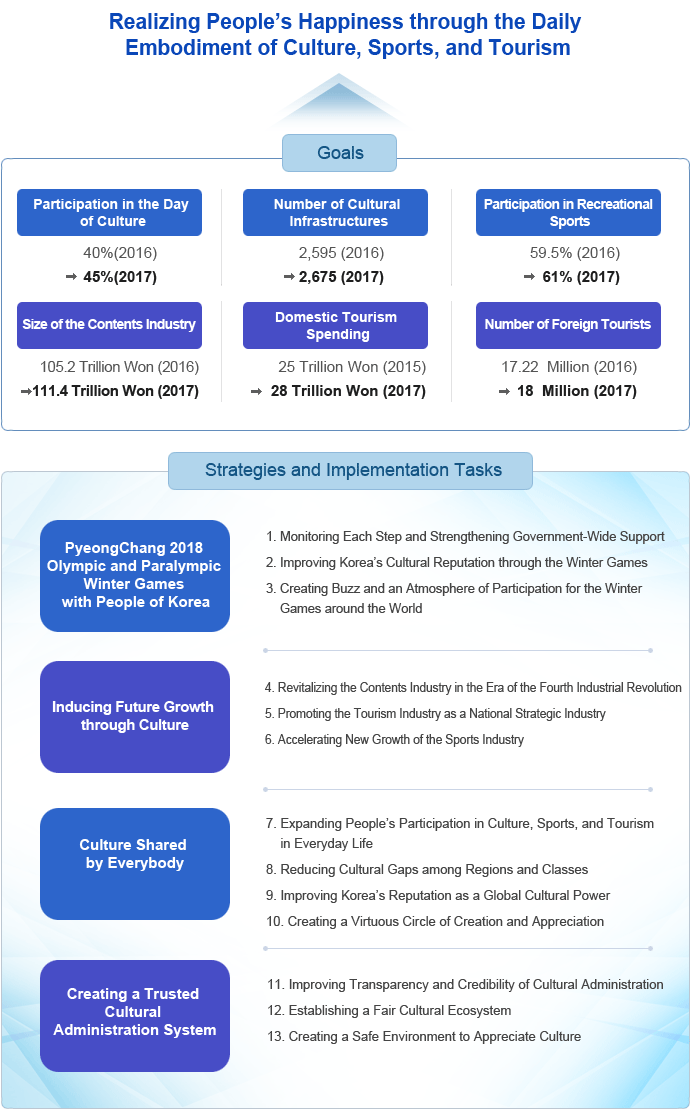
### Profil *Ministry of Culture, Sports and Toursim (MCST*) Korea Selatan

Seperti halnya di Indonesia, Korea juga memiliki lembaga dalam pemasaran konten industri kreatifnya. Bahkan hadirnya Badan Ekonomi Kreatif di Indonesia, sebagai salah satu hasil inspirasi Pemerintahan Indonesia dalam mengamati proses perkembangan Industri kreatif Korea Selatan. Pengembangan Industri Kreatif Korea Selatan maasih dibawah lembaga Kementerian Budaya, Olah Raga dan Pariwisata/*Ministry of Culture, Sports and Tourism* (MCST). Namun ada beberapa lembaga yang membantu perkembangan sector-sektor industry kreatif, seperti:

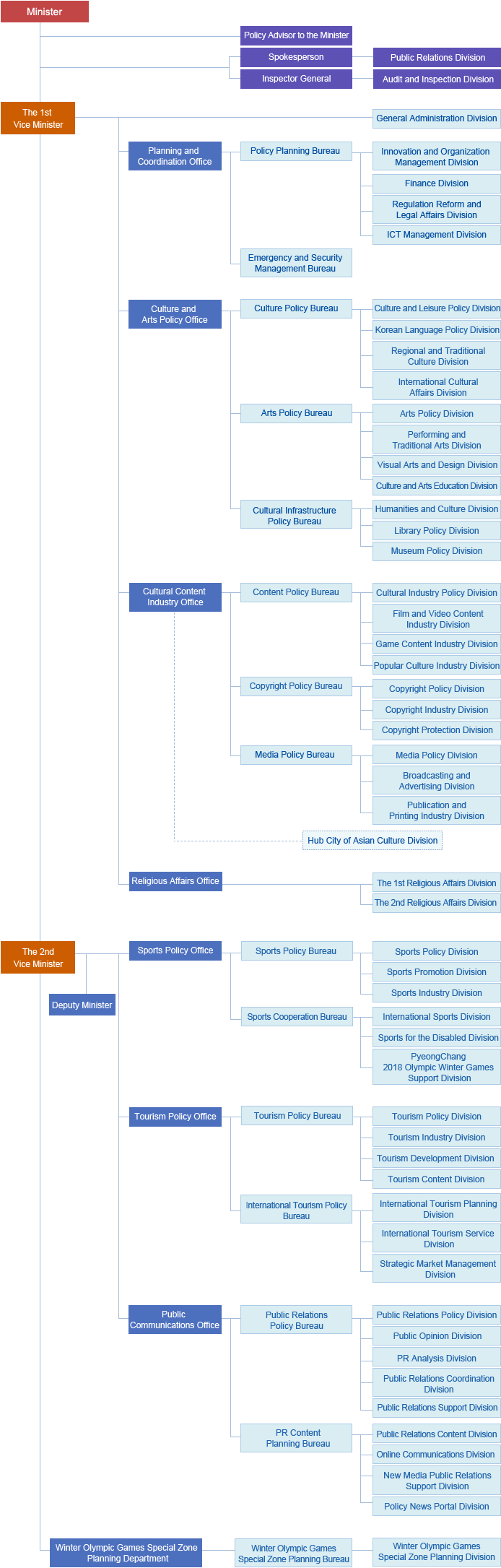
1. *Korean Culture and Content Agency* (KOCCA) dibangun sebagai institusi publik pada masa pemerintahan Kim Dae Jung pada tahun 2001. Bekerjasama dengan kementerian budaya dan pariwisata, KOCCA didirikan Dae Jung sebagai agen kebijakan yang menjadikan budaya sebagai prioritasnya, dengan tujuan untuk mempromosikan industri budaya Korea Selatan dan mengembangkan ke pangsa pasar diluar negeri. Sebagai institusi publik, KOCCA mencerminkan kerjasama antara pemerintah dan sektor swasta, mengingat staff yang direkrut berasal dari sektor-sektor industri budaya tersebut. KOCCA bertanggung jawab dalam mengekspor produk budaya Korea Selatan, memberikan pendidikan kreasi konten budaya, serta menciptakan teknologi yang berhubungan dengan pembuatan arsip sejarah dan budaya dalam bentuk digital. Dalam prosesnya, KOCCA membangun hubungan antara budaya dan teknologi sebagai kekuatan baru bagi industri budaya Korea Selatan, yang dikenal dengan *Culture Technology (CT)*. Konsep CT dirancang oleh Profesor Wong Kyan- yeon di KAIST *(Korea Advace Institute of Science and Technology)* pada tahun 2001. CT dipahami sebagai teknologi yang kompleks dan sangat dibutuhkan untuk memberi nilai tambah bagi produk-produk budaya, mulai dari sumber daya manusia, desain dan seni Korea Selatan.[[13]](#footnote-13)

**3. Struktur Organisasi KOCCA**

1. Departemen Pelayanan Informasi dan Budaya Korea/ *Korean Cultural and Infromation Services* (KOCIS), merupakan instansi yang membawahi Pusat Kebudayaan Korea/ *Korean Culture Centre* (KCC).
2. Dewan Film Korea/*Korean Film Council* (KOFIC) merupakan organisasi perfilman yang mendukung dan mempromosikan film Korea melalui pendanaan, penelitian, pendidikan dan pelatihan.
3. Lembaga Bantuan Korea Bagi Pertukaran Budaya Internasional/ *Korean Foundation for International Exchange* (KOFICE). KOFICE merupapakan badan organisasi yang bertujuan meningkatkan pengertian kebudayaan di setiap Negara melalui pertukaran budaya dan bertindak dalam pertukaran masyarakat untuk membuka jalannya sebuah kerjasama. KOFICE melakukan serangkaian aktivitas melalui forum-forum dan seminar, festival music, film dan pendidikan
4. Organisai Pariwisata Korea/ *Korean Tourism Organization (KTO*), merupakan lembaga yang mengatur pariwisata Korea.



**Gambar 2.2. Visi Misi MCST[[14]](#footnote-14)**



**Gambar 2.3. Struktur Organisasi MCST[[15]](#footnote-15)**

## Kerjasama Indonesia-Korea Selatan di bidang Industri Kreatif

### Latar Belakang Kerjasama di bidang Industri Kreatif

Sebagai tindak lanjut dari kerjasama ekonomi Indonesia dan Korea Selatan, Indonesia mulai melakukan beberapa bentuk kerjasama ekonomi di berbagai bidang, salah satunya melalui ekonomi 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.

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.[[16]](#footnote-16) 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.

Korea menjadi fenomena tersendiri bagi perkembangan teknologi dan budaya 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 keseluruh dunia, sebuah keberhasilan yang layak di contoh, 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 dipopulerkan 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.

### Bentuk Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan di bidang Industri Kreatif

Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan di bidang Industri Kreatif telah dimulai sejak penandatanganan *Memorandum of Understanding (MoU)* pada tanggal 16 Mei 2016 oleh Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Indonesia dan Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea. Adapun bentuk kerjasama yang disepakati berupa:

1. Pertukaran, pendidikan, pelatihan, dan peningkatan kapasitas di bidang teknologi produksi film, produksi konten penyiaran dan konten 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 pertunjukan, musik, drama, dan teknologi terkait bioskop.
5. Penyelenggaraan pameran dan keikutsertaan dalam pasar untuk mempromosikan kemitraan bisnis.
6. Memfasilitasi program-program produksi bersama dan merek bersama untuk memproduksi dan memasarkan produk-produk dan jasa kreatif
7. *Join Venture* antara proyek-proyek industri kreatif di kedua Negara.
8. Membangun hubungan yang kuat antar industri-industri kreatif di masing-masing Negara.

Bentuk-bentuk kerjasama tersebut akan diterapkan dalam bidang-bidang industri kreatif berupa:

1. Periklanan;
2. Konten-konten penyiaran;
3. Kerajinan;
4. budaya kuliner;
5. konten berbasis digital;
6. fesyen;
7. film dan animasi;
8. seni;
9. permainan video, termasuk permainan konsol, permainan computer, dan permainan ponsel;
10. musik;
11. seni pertunjukan;
12. penerbitan;
13. fotografi;

### Program – Program Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan di bidang Industri Kreatif.

Beberapa program yang telah berlangsung dan disepekati oleh kedua Negara di sektor industri kreatif berupa:

#### Subsektor Fesyen

#### Dalam subsektor fesyen, Indonesia dengan Korea Selatan terus melakukan upaya pengembangan untuk para pelaku industry kreatif di bidang ini. Adapun program yang disepakati berupa:

1. Program Pendidikan *Basic Fashion Design* dan *Advance Fashion Design*,merupakan pelatihan mengenai *fashion design* melalui kursus yang digelar selama 12 minggu.
2. Program *Global Fashion Mentorship with Korea & Indonesia Fashion Mentors,* merupakan program pelatihan intensif yang dimentorin oleh Mentor Fesyen dari Korea Selatan dan Indonesia yang resmi ditentukan oleh pemerintah.
3. Program *Platform Exchang*e, yaitu saling memberikan wadah atau tempat untuk para desainer fesyen melakukan pameran produk fesyen antar kedua Negara.
4. Program pengembangan pendidikan fesyen melalui kerjasama antara sekolah fesyen di Indonesia dan Korea Selatan.

#### Subsektor Film

Dalam subsektor perfilman, Indonesia dan Korea Selatan menunjukan kerjasama yang positif. Beberapa program yang sudah berjalan diantara kedua Negara dalam industri perfilman ialah:

1. Program *KAFA+ Pre-Biz*, merupakan workshopyang diselenggarakan badan perfilam kedua Negara.
2. Program studi banding yang diikuti badan perfilman kedua Negara.
3. Program pameran film kedua Negara melalui Festival Film Indonesia dan Korea Selatan.
4. Program *co-production* untuk pembuatan film.

#### Subsektor Animasi

1. Program Pelatihan dalam transfer teknologi kepada tenaga kerja Film Animasi di Indonesia oleh Tim Korea.
2. Program pendistribusian karya komik melalui *digital platform comic.*

#### Subsektor Televisi

Untuk subsektor Televisi, saat ini masih dalam tahap pembuatan program produksi dalam pembuatan konten dan riset naskah konten TV untuk TV terrestrial, TV berbayar dan TV digital. Belum ada program khusus, masih dalam tahap pembahasan

#### Subsektor Kuliner

Untuk subsektor kuliner, saat ini kedua Negara masih memasuki tahap untuk mempromosikan makanan asal negaranya masing-masing. Tapi beberapa tahun ini, Korea mulai memasuki pasar makanan halal di Indonesia.

#### .

#### Subsektor Seni Pertunjukan

1. Program *project exchange* antar seni perupa kedua Negara.
2. Program *art exhibition* di kedua Negara.

#### Subsektor Teknologi Informasi

1. Program *ICT Partnership* Indonesia–Korea, berupa *business matching* antar perusahaan telekomunikasi dari kedua Negara.
2. Program bantuan penambahan alat teknologi untuk segala kegiatan yang memerlukannya.

1. Yang Seung-Yoon, *“4O Tahun hubungan Indonesia-Korea Selatan”,*  Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2005, hal 47 [↑](#footnote-ref-1)
2. Noor Rahmah, *“diplomasi kebudayaan korea selatan melalui film dan drama” Jakarta : universitas Islam Negeri”,* 2013 hal. 2 [↑](#footnote-ref-2)
3. *Ibid,* Hal. 80 [↑](#footnote-ref-3)
4. DPR-RI, “Laporan Kunjungan Kerja Komisi I DPR-RI Seoul, Busan Republik Korea Selatan 26 Desember- 30 Desember 2011”, dalam http://www.dpr.go.id/dokakd/dokumen/K1\_kunjungan\_Laporan\_Kunjungan\_Kerja\_Komisi\_I\_DPR\_RI\_ke\_Korea\_Selatan,\_26-30\_Desember\_2011.doc , [↑](#footnote-ref-4)
5. Yang Seoun Yoon, *Ibid* Hal. *80* [↑](#footnote-ref-5)
6. Republika, *“Menjaring Investasi Korea Selatan”,* diunggah 04 Januari 2016 dalam [http://www.republika.co.id/berita/koran/pareto/16/01/04/o0ezc829-menjaring-investasi-koreaselatan,](http://www.republika.co.id/berita/koran/pareto/16/01/04/o0ezc829-menjaring-investasi-korea-selatan) diaksestanggal 20 April 2016 pukul [↑](#footnote-ref-6)
7. Kemlu,”*Indonesia- Korea Selatan Selenggarakan Joint Commission Meeting ke 2 untuk Lebih Perkokoh Kerjasama Bilateral”*, diunggah 18 Desember 2015 dalam http://www.kemlu.go.id/seoul/id/berita- agenda/berita-perwakilan/Pages/Indonesia--Korea- Selatan-Selenggarakan-Joint-Commission-Meeting-ke-2-untuk-Lebih-Perkokoh-Kerjasama- Bilateral.aspx, diakses pada tanggal [↑](#footnote-ref-7)
8. “*Creative Economy”,* dalam <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>, diakses pada 20 Februari 2017 [↑](#footnote-ref-8)
9. “Potensi Industri Kreatif”, dalam <http://hilfans.staff.telkomuniversity.ac.id/potensi-industri-kreatif/>, diakses pada 20 Februari 2017 [↑](#footnote-ref-9)
10. Ibid. [↑](#footnote-ref-10)
11. Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia menuju 2025, (Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014) [↑](#footnote-ref-11)
12. Ibid [↑](#footnote-ref-12)
13. *“KOCCA: Introduction*”, dalam <http://eng.kocca.kr/en/contents.do?menuNo=201433>, diakses pada 17 Februari 2017 [↑](#footnote-ref-13)
14. “Vision of Ministry of Culture, Sports and Tourism”, dalam <https://www.mcst.go.kr/english/index.jsp>, diakses pada 20 Februari 2017 [↑](#footnote-ref-14)
15. “Organization of Ministry Culture, Sports and Tourism”, dalam <https://www.mcst.go.kr/english/ministry/organization/orgChart.jsp>, diakses pada 20 Februari 2017 [↑](#footnote-ref-15)
16. “BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia) : Tonggak Baru Ekonomi Kreatif Indonesia”, dalam <http://www.bekraf.go.id/profil>, diakses pada 16 Desember 201 [↑](#footnote-ref-16)