

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Literatur

Suatu penelitian pada dasarnya membutuhkan hasil review literatur yang akan menjadi tinjauan penelitian dalam suatu penelitian yang juga berisikan mengenai peninjauan kembali atas pustaka-pustaka atau tulisan yang memiliki keterkaitan dengan tema yang akan dibahas didalam suatu penelitian. Literature review atau tinjauan penelitian pun berfungsi supaya peneliti dapat mengetahui, mengenal dan memahami penelitian-penelitian yang pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Literatur mengenai musik ataupun ekonomi kreatif bahwasanya cukup banyak yang telah diteliti dan dipublikasikan ke dalam bentuk buku, jurnal dan juga karya ilmiah. Berdasarkan berbagai literatur yang ada, peneliti menggunakan beberapa literature yang dapat digunakan sebagai referensi ataupun acuan sebagai literatur pembanding dalam penelitian ini, literature-literatur tersebut diantaranya yaitu:

Literature pertama yang peneliti angkat sebagai sumber referensi dari penelitian ini yaitu buku yang berjudul “*International Relations, Music, and Diplomacy: Sounds and Voices on the International Stage*” yang ditulis oleh Frédéric Ramel dan Cécile Prévost-Thomas. Literatur ini membahas dari bagaimana suatu musik dapat menjadi bagian dari diplomasi suatu Hubungan Internasional dalam bentuk *Soft Power*. Adapun poin yang dibahas di literature ini yaitu menggunakan musik jenis musikal yang dijadikan salah satu contoh jenis musik yang tertera didalam buku ini karena musik jenis musikal ini kelak pernah dijadikan salah satu persembahan seremonial didalam konvensi Wina. Musik pada tahun 1940an, diteliti

oleh peneliti Eropa bahwasanya musik dijadikan salah satu alat mobilisasi seni yang dapat digunakan sebagai sumber daya dalam proses pembangunan perdamaian antar negara dari segi emosional atau pendekatan simbolis dari music itu sendiri serta dapat dibentuknya representasi dari salah satu negara dan negara luar. Musik yang difokuskan didalam literatur ini cenderung membahas ke seremonial atau acara musik bahkan sejak era *Postwar* Eropa dan Amerika yang dinamakan dengan Avant Grande sehingga musik modern kini dengan adanya tarian atau yang biasa disebut dengan *Dance*. Dengan salah satu literature ini bahwasanya peneliti percaya literature ini dapat membantu menambah wawasan peneliti untuk meneliti penelitian ini dalam segi musik yang kini dapat dijadikan salah satu alat dari dibentuknya suatu hubungan internasional sehingga musik dapat membentuk hubungan diplomasi antara negara satu dengan negara lainnya dalam membentuk perkembangan negaranya (Ramel & Prévost-Thomas, 2018). Hal ini dibuktikan dengan adanya subsektor musik dalam suatu perkembangan Ekonomi Kreatif negaranya terutamanya yang bersangkutan dengan penelitian peneliti yaitu dalam Ekonomi Kreatif Indonesia, begitu pula dengan dorongan-dorongan program yang banyak dicapai yang salah satunya yaitu salah satu program *Indonesia Creative Incorporated* (ICINC) sebagaimana yang diteliti oleh peneliti.

Dilanjut dengan literatur kedua yang peneliti jadikan tinjauan literature adalah artikel yang disusun oleh Fikri zul fahmi, Philip McCan, Sierdjan Koster dengan judul "*Creative Economy Policy in developing countries: The case of Indonesia*" yang dipublikasikan oleh situs jurnal, Urban Asia pada tahun 2015 yang dimana artikel ini membahas mengenai bagaimana suatu Ekonomi Kreatif dapat diimplementasikan sebagai salah satu konteks yang dapat membangun perkembangan negara. Literature ini memiliki poin dimana terdapat pro dan kontra dari Ekonomi Kreatif sebagai salah satu konteks yang membangun perkembangan negara, yang

dimana Ekonomi Kreatif ini dapat membentuk perkembangan imajinasi baru namun Ekonomi Kreatif bisa saja hanya dapat menguntungkan orang-orang *middle class* saja. Adapun solusi yang diteliti dari penelitian ini yaitu dengan membentuk konsep dari Ekonomi Kreatif ini dengan kebijakan yang lebih tersusun sehingga dapat bersifat merata di negara maju maupun negara berkembang. Salah satu contoh program Ekonomi Kreatif yang dijadikan penelitian didalam artikel ini adalah program yang dibentuk di kota Bandung, sebagaimana Bandung adalah salah satu kota yang dianggap sebagai daerah yang interprestasinya sejalan dengan pemahaman umum tentang ekonomi kreatif yaitu dalam menekankan penciptaan pengetahuan maupun inovasi sehingga dapat dukungan kuat dari akademisi dan komunitas luar Negeri untuk bereksperimen dengan kebijakan Ekonomi Kreatif yang dibentuk di Indonesia. Korelasi yang bisa didapatkan dari tinjauan literature ini bahwasanya korelasi dari Ekonomi Kreatif Indonesia yang memiliki peran penting dalam penelitian ini (Fahmi & Mccann, 2015)

Tinjauan literature yang ketiga yaitu penelitian dengan judul “Kerjasama Ekonomi Kreatif Indonesia-Korea Selatan dalam subsektor perfilman tahun 2013-2017” yang disusun oleh Evi Noviandani Zahara. Penelitian ini membahas mengenai negara Korea Selatan yang dikenal sebagai negara yang menggunakan Ekonomi Kreatif dalam menyokong pertumbuhan ekonominya yang mana hal ini didukung dengan adanya dukungan sumber daya manusia serta teknologi yang ada di Korea Selatan. Korea selatan adalah negara yang menggunakan kontribusi besar terhadap industri kreatif dalam perekonomiannya yaitu dalam bidang penyiaran ataupun *Broadcasting* sebagaimana Korea Selatan memiliki asset Industri Kreatif yang besar bahkan mendunia seperti halnya Drama Korea ataupun artis-artis yang dapat menarik peminat dari dalam maupun luar Negeri sehingga hal ini menjadi hal penting bagi negara Korea Selatan. Dalam keseriusannya, Pemerintahan Korea Selatan membentuk

Creative Economic Plan sebagai salah satu perkembangannya dalam *Broadcasting* terhadap besarnya pula dampak kenaikan GDP bagi negara Korea Selatan (Zahara, 2017). Sebagaimana tinjauan literatur ini mendukung peneliti dalam menambah wawasan atas kesamaan topik yang diangkat yaitu mengenai Ekonomi Kreatif, namun memiliki perbedaan dalam objek negaranya.

Literature yang keempat merupakan skripsi dari Ritza Sugisthianto mahasiswa Universitas Pasundan angkatan 2016 yang berjudul “The role of *88Rising* in Introducing Asian hip-hop culture in United States (Peran *88Rising* dalam memperkenalkan budaya *Asian Hip Hop* di Amerika Serikat)”. Di dalam literature ini, peneliti membahas bagaimana peran dari label manajemen *88Rising* menginjak popularitasnya dengan visi dan misi dalam menyebarkan budaya Asia atau *Asian Culture* di negara Amerika Serikat. Adapun yang dimaksud dari budaya Asia oleh *88Rising* yaitu budaya musik Asia yang sudah dikomodifikasi dari budaya westernisasi, sebagai salah satu contohnya yaitu komodifikasi budaya Hip-hop amerika yang disebarkan melalui *Hip Hop Diplomacy* pada tahun 2006 dengan tujuannya dalam menyebarkan nilai-nilai kebebasan dan memperbaiki citra Negara Amerika Serikat. Dengan adanya pengenalan *Hip Hop Diplomacy* terhadap dunia bahwasanya terbilang sukses dan tersebar di setiap belahan dunia yang salah satu contohnya yaitu negara-negara Asia, musik jenis *Hip Hop* pun mulai diterima dan dikomodifikasi dengan konsep korporasi hybrida yang memiliki arti dalam menciptakan nilai baru di kehidupan sosial serta mendorong proses menciptakan nilai sosial yang dapat mengubah kehidupan masyarakat sehingga konsep Hip Hop ini dikomodifikasi menjadi *Asian Hip Hop* dan dipopulerkan oleh *88Rising* yang dikemas dengan elemen budaya Asia modern sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat global (Sugisthianto, 2016).

Berikut literature kelima yaitu dengan skripsi yang ditulis oleh Defta Ananta Dasfrianas sebagai mahasiswa Universitas Parahyangan dengan skripsinya yang berjudul “Komodifikasi dan Universalisme budaya dalam *Asian Hip-Hop di Amerika Serikat oleh 88Rising*”. Literatur skripsi ini membahas mengenai budaya Hip-Hop yang dibentuk oleh *African-American* pada decade 1970an sebagai bentuk ekspresi ketidakpuasannya, sehingga Hip-Hop dijadikan sebagai salah satu konsep *cultural appropriation* di Amerika Serikat sehingga music Hip-Hop diakui sebagai music yang berasal dari Amerika Serikat dan memiliki originalitasnya sebagai salah satu Genre music di Amerika Serikat yang dimana seiring berjalannya waktu, Hip-Hop pun kian diminati oleh generasi muda dari berbagai negara sehingga dapat membentuk corak baru dari budaya populer Amerika Serikat. Dengan adanya populerisasi Hip-Hop dari Amerika Serikat ini bahwasanya meluas ke Benua Asia sehingga mulai dibentuknya perpaduan unsur budaya Asia dengan budaya populer Amerika Serikat serta membentuk corak baru dari Asia kedalam budaya Hip-Hop melalui proses akulturasi sehingga dapat membentuk *Asian Hip-Hop*. Akulturasi Asia dan Amerika Serikat dalam terbentuknya *Asian Hip-Hop* di era ini yaitu dibantu dengan adanya peran dari *88Rising* dalam menyebarluaskan kembali dengan membentuk manajemen hibrida di Amerika Serikat guna mengenalkan budaya Asia di Amerika Serikat secara lebih modern (Dasfrianas, 2019).

Berdasarkan hasil teori yang peneliti ambil dari literature penelitian tahun sebelumnya yang juga memiliki persamaan tokoh peran serta isu-isu dalam hubungan internasional kontemporer yang berarti menggunakan peran suatu aktor non-pemerintahan (Non-State), peneliti mendapatkan beberapa contoh dan inspirasi sehingga hasil dari literature penelitian sebelumnya dikembangkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, hasil penelitian peneliti

memiliki perbedaan dengan literature penelitian sebelumnya yakni dalam segi subjek, objek, penelitian, teori dan paradigmanya.

Tabel 1 Persamaan dan Perbedaan hasil Karya Ilmiah

No	Judul	Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1.	Kerjasama Ekonomi Kreatif Indonesia-Korea Selatan dalam subsektor perfilman tahun 2013-2017 (Zahara, 2017)	Evi Noviani Zahara	Sama-sama membahas mengenai kerjasama transnasionalisme antar negara dalam segi Ekonomi Kreatif.	Objek dan sumber penelitian dari penelitian ini bahwasanya menggunakan objek negara Korea Selatan dan jauh lebih memfokuskan terhadap subsector perfilman, sedangkan penelitian ini memfokuskan terhadap lembaga non pemerintah yang memiliki focus terhadap bidang musik.
2.	The role of <i>88Rising</i> in Introducing Asian hip-hop culture in United States (Peran <i>88Rising</i> dalam memperkenalkan budaya <i>Asian Hip Hop</i> di Amerika Serikat) (Sugisthianto, 2016)	Ritza Sugisthianto	Sama-sama membahas mengenai pengenalan budaya Amerika Serikat yang telah di komodifikasi di negara Asia dan membentuk korporasi hybrida yang di populerkan oleh <i>88Rising</i> .	Dalam penelitian ini membahas luas mengenai bagaimana <i>Hip Hop Diplomacy</i> bisa masuk ke negara Asia dan bagaimana komodifikasi dari budaya Hiphop sehingga membentuk Asian Hip Hop yang dipopulerkan oleh <i>88Rising</i> , sedangkan penelitian yang ditulis peneliti membahas mengenai pengembangan dari adanya perkenalan

				<p>budaya Asia yang disebarakan oleh 88Rising sehingga dapat menginjak populerisasinya serta memberi dukungan terhadap Negara Indonesia melewati program Indonesia Creative Incorporated (ICINC) yang dibentuk oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.</p>
3.	<p>Komodifikasi dan Universalisme budaya dalam <i>Asian Hip-Hop di Amerika Serikat</i> oleh 88Rising. (Dasfriana, 2019)</p>	<p>Defta Ananta Dasfriana</p>	<p>Meneliti bagaimana peran dari 88rising dalam mengenalkan budaya Asia di Amerika Serikat dengan cara yang lebih modern.</p>	<p>Penelitian yang ditulis oleh Defta Ananta Dasfriana yang telah lulus pada tahun 2019 ini bahwasanya membahas mengenai bagaimana bisa terbentuknya Hip-Hop di Amerika serikat sehingga dapat membentuk Asian Hip-Hop yang dikenalkan oleh 88Rising secara universal dan modern serta penelitian peneliti skripsi ini lebih merujuk terhadap peran 88rising dalam perkembangannya di Industri Musik Global sehingga dapat berkontribusi di Negara Indonesia.</p>

2.2 Kerangka Teoritis

Kerangka Teoritis merupakan suatu sumber dan landasan dalam menganalisa masalah yang akan diteliti didalam penelitian yang biasanya berisikan teori-teori yang memiliki relevansi dengan masalah yang dibahas yang dimana memiliki keterkaitan dengan variabel penelitian yang akan di teliti, sehingga suatu kerangka teoritis dapat menjadi instrument yang membantu peneliti dalam menerangkan dan merumuskan fenomena yang akan terjadi serta peranan besarnya terhadap keberhasilan dalam melakukan analisis. Oleh karena itu, untuk memenuhi kaidah-kaidah keilmuan serta mempermudah penelitian maka, peneliti akan memaparkan teori maupun konsep yang menjadi landasan teoritis dalam penelitian ini.

2.2.1 Hubungan Internasional

Hubungan Internasional adalah suatu hubungan yang melibatkan antar negara sebagai salah satu pendukung dari terjadinya kerjasama internasional. Hubungan internasional pada dasarnya menyangkut hal-hal penting didalam negara dalam aspek non-state maupun state seperti halnya Politik, Ekonomi, Sosial dan Budaya. Hubungan internasional pada dasarnya menyangkut hal-hal penting didalam negara dalam aspek non-state maupun state seperti halnya Politik, Ekonomi, Sosial dan Budaya. Ilmu dari hubungan internasionalnya sendiri telah terdiri pasca Perang Dunia 1 dan dikembangkan pada Perang Dunia II dengan tujuan utamanya dalam membentuk perdamaian antar negara sehingga dapat mencegah adanya peperangan antar negara, Hubungan Internasional adalah suatu hubungan yang melibatkan antar negara sebagai salah satu pendukung dari terjadinya kerjasama internasional. Hubungan

internasional pada dasarnya menyangkut hal-hal penting didalam negara dalam aspek non-state maupun state seperti halnya Politik, Ekonomi, Sosial dan Budaya (Hadiwinata, 2017).

Adapun halnya peneliti mengambil teori Hubungan Internasional dalam penelitian ini karena sifat dari inti program dalam penelitian ini berhubungan antar kedua Negara Non-Pemerintah diantaranya Indonesia dan Amerika Serikat yang memiliki kepentingan bersama dalam aspek Ekonomi dan Budaya dalam suatu program yang dibentuk oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia yang didukung oleh *88Rising* selaku komunitas Amerika Serikat yang kian berkontribusi dalam pembentukan *Indonesia Rising* dari program *Indonesia Creative Incorporated*.

2.2.2Diplomasi

Kajian dalam Hubungan Internasional memiliki macam-macam pendekatan dalam analisa dinamika isu suatu Politik Internasional. Perkembangan nasional kian berjalan semenjak terjadinya Perang Dunia I yang dimana munculnya ilmu politik Internasional yang berupaya dalam membangun “*Soft Power*” yang saat itu hanya dilihat sebelah mata dalam ilmu Hubungan Internasional. Adapun *Soft Power* berbeda dengan *Hard Power* yang menyangkut ekonomi maupun politik, namun diantaranya menurut Joseph Nye yaitu unsur-unsur budaya, system nilai dan kebijakan. Ilmu Sosial pada dasarnya termasuk di dalam *Soft Power*, yang dimana cara dari menyebarkan pengaruh budaya dan ketertarikan setiap Negara dalam Hubungan Internasional ini dilewati dengan adanya suatu Diplomasi (Nye, 2008). Dalam pandangan tradisionalis, diplomasi digambarkan sebagai peran dari actor hubungan internasional yang terbilang jelas, sehingga dalam keberhasilan dari diplomasi yang dikatakan oleh Robert Cooper bahwa diplomasi memiliki kunci keterbukaan dan kerjasama yang bersifat transnasional. Dalam ilmu sosial mengenai *Soft Power* bahwasanya diplomasi

pun adalah suatu alat utama yang digunakan dalam negara dalam melaksanakan Politik Luar Negeri yang juga dapat digunakan sebagai nilai tawar atau *State Branding* sebuah negara sehingga dapat membangun citra atau image dari sebuah negara seperti salah satu contohnya yaitu negara Amerika yang dikenal selalu menggunakan Diplomasi dalam sistemasi negaranya.

Amerika adalah negara yang luas yang serta melahirkan banyak karya-karya yang tersebar luas hampir di seluruh negara yang dapat membentuk Amerika sebagai negara yang berkualitas dalam berdiplomasi. Bentuk diplomasi dari Amerika Serikat ini pun dijadikan sebuah contoh dalam penulisan penelitian ini sebagaimana Amerika Serikat adalah acuan utama dalam membentuk suatu hal menjadi global, yang dimana hal ini dibuktikan dalam tujuan utama dari pembentukan *88Rising* untuk menyebarkan karya-karya musik Asianya terhadap global pula tujuan dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia dalam membentuk Indonesia Rising dari *Indonesia Creative Incorporated* ini adalah untuk membantu negara Indonesia agar dikenal dikalangan Global. Dengan begitu, suatu bentuk Diplomasi sangat penting terhadap pembentukan *State Branding* yang sehingga dapat membangun citra dari setiap negara tersebut.

2.2.3 Kerjasama Internasional

Hubungan Internasional adalah suatu ilmu mengenai konflik, teori analisis mengenai kebijakan luar negeri atau proses politik antar Negara yang dimana setiap Negara yang memiliki hubungan memiliki kerjasama diantara keduanya (Holsti, 1983). Kerjasama dalam hubungan antar Negara pada dasarnya terbentuk dari adanya penyesuaian actor dalam menanggapi dan bernegosiasi atas pendapat atau pilihan-pilihan yang diproses secara

nyata ataupun tidak, apabila kerjasama tidak memerlukan negosiasi kembali (Dougherty & Pfaltzgraff, 2001).

Kerjasama Internasional bahwasanya melibatkan hubungan dan interaksi antar kedua pemerintah yang sama-sama memiliki kepentingan ataupun menghadapi masalah negara atau pemerintahan yang terjadi secara bersamaan atau biasanya terjadi beberapa alasan yang dapat menimbulkannya Kerjasama antar negara yaitu suatu negara memiliki tujuan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonominya, untuk meningkatkan efisiensi yang berkaitan dengan pengurangan biaya, adanya masalah-masalah yang mengancam keamanan bersama serta mengurangi kerugian terhadap tindakan individual negara yang kian dapat berdampak negative bagi negara lain. Kerjasama Internasional biasanya berada dibawah naungan organisasi atau kelembagaan Internasional, pemerintah maupun non-pemerintah (Holsti, 1983).

Peneliti mengambil Kerjasama Internasional sebagai teori dari penelitian ini yaitu dengan adanya Kerjasama antar kedua Negara secara Non-Pemerintah yang dimana dibentuk dalam suatu event, Trade Expo Internasional (TEI) yang dimana kedua pihak, *88Rising* dan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia memiliki tujuan masing-masing dalam suatu program *Indonesia Creative Incorporated (ICINC)*.

2.2.4 Westernisasi

Di era globalisasi ini, hubungan internasional kian berkembang sebagaimana perkembangan setiap negara. Rejim internasional saat ini cenderung bergantung pada struktur kekuasaan yang didominasi oleh budaya dan pandangan barat dari sekian banyaknya keragaman budaya dunia saat ini. Menurut Ian Clark pada "*Globalization and*

the post-cold war order” Hubungan Internasional yang bersifat contemporary pada dasarnya, isu kontemporer ini berasal dari system negaranya masing-masing yang bersifat sosial, yang dimana sosial memiliki tekanan dalam persaingan dan pula cenderung memperkuat pola umum perilaku maupun bentuk dari strukturisasi kelembagaan setiap Negara. Dalam hal yang bersifat sosial ini bahwasanya sifat saling meniru antar Negara terbilang sudah biasa terutama dalam mengembangkan infrastruktur sosial maupun daya saing dan efisiensi dalam segi ekonomi dengan tekanan sosial dalam penyesuaian diri dengan standar tertentu. Serta menurut Andrew Linklater dalam “*Globalization and the transformation of Political Community*” bahwasanya isu-isu kontemporer terdapat pengaruh dari globalisasi sehingga dapat membentuk perspektif dan teori alternatif seperti halnya realism ataupun liberalisme sehingga Negara-negara dalam isu-isu kontemporer mengalami adaptasi yang cukup besar, dan ini memberikan tatanan kontemporer banyak kualitas yang kompleks dan ambivalen (John Baylis et al., 2008). Globalisasi pada dasarnya dapat menyebabkan suatu westernisasi, karena pada globalisasinya sendiri bahwasanya adalah suatu proses ataupun strategi dari negara barat untuk memperluas dan memberi pengaruh produk negerinya ke negara lain, sehingga perkembangan dari globalisasi dapat mempengaruhi semua bidang kehidupan manusia, terutamanya dari aspek kebudayaan. Semakin berkembangnya teknologi informasi dan akses internet, termasuk sebagai salah satu alat yang berperan penting di masa kini sebagai saluran yang berpengaruh dalam persebaran budaya sehingga dapat mempengaruhi gaya hidup, serta konsumen budaya yang diserapkan masyarakat (Li, 2004).

Waters mendefinisikan bahwasanya globalisasi adalah suatu aliran ide, informasi, komitmen, nilai dan selera setiap orang yang disebarkan melalui elektronik yang juga

disebut sebagai proses dialektis yang dapat mendiversifikasi budaya yang bahwasanya konseptualisasi ini dikembangkan oleh negara barat atau Amerika yang juga disebut dengan Westernisasi. Westernisasi kini sudah tersebarluas di setiap kalangan negara sehingga, terjadi suatu westernisasi yang disebarkan oleh Asia, sebagai contohnya yaitu dengan adanya kedekatan dan warisan budaya, peningkatan pesat dalam perdagangan intra-regional dengan investasi, wisata, industri dan lain sebagainya serta adanya perkembangan teknologi informasi sehingga westernisasi atau globalisasi pun tidak hanya dipengaruhi oleh negara barat namun negara-negara Asia pun dapat menjadi aktor dari konseptualisasi ini (Kim, 2007).

Globalisasi pada dasarnya adalah suatu persebaran yang terjadi secara global dengan adanya kemajuan elektronik, sebagaimana dengan zaman yang semakin modern dan canggih dapat mewujudkan adanya proses interaksi antar bangsa yang dapat menyebabkan pengaruh budaya westernisasi (Suharni, 2015). Dalam membentuk perkembangan yang terjadi setelah terbentuknya suatu Globalisasi yang dimana terbentuknya suatu peniruan gaya hidup yang bersifat kebarat-baratan secara sikap, perilaku yang bergengsi dimana dapat membentuk arus pembaruan kebudayaan budaya lokal dengan menyingkirkan sedikit demi sedikit ciri khas kebudayaan asli dengan dibentuknya kebudayaan baru yang mempunyai jangkauan budaya, teknologi budaya, hukum tertentu. Secara harfiah, Westernisasi memiliki arti “membaratkan” yang berasal dari kata *Westernize* yang memiliki arti dalam meniru gaya hidup Barat dari segala hal baik itu kehidupan, budaya, cara berpakaian dan lain sebagainya. Menurut Koentjaraningrat dalam (Budiman et al., 2021), Westernisasi pun dapat menyebabkan sisi negatif yang dapat menimbulkan kebudayaan lokal bertemu secara bersamaan dengan unsur-unsur kebudayaan asing sedemikian rupa

sehingga kebudayaan asing secara lambat laun akan diterima oleh masyarakat dan dapat menimbulkan perubahan tatanan nilai dan moral yang ada. Namun disamping dampak negatif yang didapatkan dari westernisasi bahwasanya perubahan nilai ataupun sikap nilai pun dapat mempengaruhi pandangan peraturan yang dapat mempengaruhi perbuatan dan sikap masyarakat dalam kehidupan berbangsa dan juga bernegara yang membentuk manusia yang modern, yang dimana manusia modern menurut Alex Inkeles dalam Soerjono Soekanto (2002) dalam (Alfadhil et al., 2021) dapat membentuk pemikiran masyarakat yang semakin berlogika dan masuk akal.

Adapun konsepsi dari Westernisasi ini memiliki kolerasi dengan topik utama penelitian ini terutamanya terhadap Peran dari *88Rising* yang dibentuk atas adanya Westernisasi terhadap budaya Asia di negara-negara Asia yang sehingga dibentuk menjadi suatu komunitas yang mengembangkan hasil dari Westernisasi yang diterima oleh musisi-musisi dari negara Asia yang ada di *88Rising* yang bertujuan untuk mengenalkan budaya Asia modern kepada industri global yang juga membawa budaya asli dari negara-negaranya masing-ma

2.2.5 Ekonomi Kreatif

Suatu perekonomian pada dasarnya memiliki banyak konsep diantaranya yaitu dengan adanya ekonomi politik maupun di era baru peradaban yang sering digunakan sebagai alternative terutama dalam memberikan sebuah kontribusi pada pertumbuhan ekonomi global yaitu ekonomi kreatif. Kreativitas pada dasarnya sebuah proses berfikir yang dapat menggugah inspirasi dengan cara yang berbeda dengan menggunakan proses yang berbeda, dimana hal ini dapat membentuk seseorang dalam melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan ataupun karya nyata yang relative berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya sehingga kreativitas dapat berkembang dalam perekonomian yang disalurkan dalam memunculkan produk, prosedur dan struktur baru untuk membentuk perekonomian yang semakin baik, Kreatifitas berdasarkan Creative industries task dalam (Afif, 2012) bahwasanya:

“Creative Industries as those 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 and content”

Hal diatas berarti bahwa industry kreatif dapat memiliki orisinil kreatifitas dari masing-masing individu seperti halnya skill atau talenta dan beberapa dapat dibentuk menjadi suatu sumber perekonomian dan dijadikan suatu pekerjaan di era kini dengan hal yang dinamakan dengan konten yang biasanya dapat diakses secara mudah di Internet. Dengan hal ini, bahwasanya konsep dari Ekonomi Kreatif ini yaitu suatu konsep yang penopang utamanya adalah suatu informasi dan kreativitas yang dapat membentuk ide dan *Stock of Knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang digunakan sebagai factor produksi utama dalam

kegiatan perekonomiannya yang dimana input dan output dari kreativitas ini dapat dijadikan gagasan dalam perekonomian (Howkins, 2002).

Adapun teori dari Ekonomi Kreatif ini adalah teori inti dari penelitian ini yang dimana memiliki Ekonomi Kreatif Indonesia sebagai actor utama yang dijalankan oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia sebagai badan yang mengatur berjalan dan berkembang dari Ekonomi Kreatif Indonesia dalam programnya *Indonesia Creative Incorporated (ICINC)* dengan Ekonomi kreatif dalam tiga bidang yaitu Fashion, Film dan Permusikan yang juga dengan adanya kontribusi dari *88Rising* dalam perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia pada tahun 2019 hingga satu tahun terakhir.

2.2.6Badan Ekonomi Kreatif Indonesia

Di era kontemporer, hubungan antar negara tidak hanya berpacu pada politik ataupun pemerintahan saja. Bahwasanya aktor non-pemerintah kini berperan banyak dalam hubungan antar negara, yang dimana salah satu contoh dari aktor non pemerintah ini salah satunya yaitu Ekonomi Kreatif yang menggunakan Sumber Daya Manusia dalam melaksanakan kegiatan perkembangan dari hubungan antar negaranya. Di negara Indonesia, Ekonomi Kreatif kini termasuk menjadi hal penting terutama dalam perkembangan Ekonomi Indonesia. Oleh karena itu, Bapak Joko Widodo selaku Presiden Indonesia membentuk suatu badan khusus untuk Ekonomi Kreatif serta memberikan kepercayaannya terhadap politisi yang juga memiliki ketertarikan dalam Ekonomi Kreatif, Triawan Munaf selaku pengusaha, politisi Indonesia dan mantan musisi ini sebagai kepala dari Badan Ekonomi Kreatif. Badan Ekonomi Kreatif dibentuk guna mengatur serta menaikan perkembangan dari Ekonomi Kreatif di Indonesia, serta bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dengan membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan

dan sinkronisasi kebijakan dalam bidang ekonomi kreatif yang juga dibantu oleh wakil pemimpin Bekraf, sekretaris utama dan para keenam deputy yaitu dalam bidang pemasaran, fasilitasi, hak kekayaan intelektual dan regulasi serta hubungan antar lembaga dan wilayah sehingga hal ini dipercaya oleh Presiden Joko Widodo bahwasanya Ekonomi Kreatif dapat menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia begitu pula dengan banyaknya kini program yang telah diselesaikan oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.



Gambar 1. Logo Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.

Badan Ekonomi Kreatif sejak tahun 2015 telah membentuk banyaknya program yang dikhususkan untuk mengasah kreatifitas bangsa Indonesia, memperkuat sektor ekonomi kreatif melalui kreativitas nasional berbasis aplikasi, desain, kuliner, film, musik, fotografi, pertunjukan seni sehingga perlindungan bagi karya kreatif di Tanah Air dalam membantu perkembangan Ekonomi di Indonesia. Presiden Joko Widodo percaya bahwa Badan Ekonomi Kreatif ini dapat menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia begitu pula

dengan banyaknya kini program yang telah diselesaikan oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf, 2018).

2.2.7 *88Rising*

88Rising adalah salah satu *hybrid management* yang mencakupi sebagai label musik, produksi video, komunitas marketing yang dibentuk di Amerika Serikat sejak tahun 2015, bahwasanya manajemen ini dinaungi oleh musisi-musisi dari Asia dikarenakan visi dan misi dari label manajemen ini pun yaitu untuk menyebarkan budaya Asia modern di Dunia yang dibentuk oleh salah satu warga negara jepang yang memiliki ketertarikan dalam dunia event dan musik, Sean Miyashiro. Nama dari *88Rising* ini dibentuk dengan asal muasal dari kata *Rise* yang memiliki dua arti diantaranya, *Rise* (naik) dan *Rice* (Nasi) sebagai ciri khas dari budaya Asia, namun setelah dilakukannya diskusi panjang sehingga disusun kembali nama dari label manajemen ini menjadi *88Rising* yang artinya angka 88 yang dipercaya sebagai keberuntungan serta *Rising* yang berasal dari *Rise* yang mengartikan lebih baik terus bangkit (*rising*) daripada jatuh (*falling*) (88rising youtube, 2019).



Gambar 2. Logo 88Rising

88Rising di tahun 2022 ini telah menaungi banyak musisi yang berasal dari negara-negara Asia yang juga telah dikenal di Amerika Serikat, sebagaimana musisi-musisi dari *88Rising* terdiri dari Rich Brian, Niki Zefanya, Stephanie Poetrie, Keshi, Joji, Bibi, Chungha,

Warren Hue, Jackson Wang dan lain sebagainya. *88Rising* bahwasanya memiliki *Music Festival* yang dimana festival tersebut berisikan artis-artis dari *88Rising*, festival musik milik *88Rising* ini dibentuk pada tahun 2018 bertemakan *Hip-Hop* yang dipopulerkan oleh Rich Brian, Joji dan Keith Ape yang bersamaan dengan dibentuknya album untuk konsep festival ini yaitu, *Head in the Clouds*".



Gambar 3. 88Rising Head in the Clouds poster

2.2.8 Indonesia Creative Incorporated (ICINC)

Indonesia Creative Incorporated adalah salah satu program yang dibentuk oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia yang diajukan dalam Trade Expo Indonesia yang ke-34 dengan tema “*Moving Forward to Serve the World*” pada tahun 2019 dengan tujuan utama dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia yaitu untuk meningkatkan perkembangan dari Ekonomi Kreatif Indonesia dari berbagai segi kreativitas. *Indonesia Creative Incorporated* ini dibentuk dari segi Musik, Film, Fashion, Tradisional dan lain sebagainya yang juga dimiliki oleh negara Indonesia sehingga hasil kreativitas yang dimiliki oleh warga negara Indonesia dapat dikenal yang juga dibantu dengan dukungan serta kerjasama dari lembaga pemerintah maupun non-pemerintah di luar negeri terutamanya di Amerika Serikat.



Gambar 4. Press Conference 88Rising dan Bekraf Indonesia dalam membentuk Indonesia Creative Incorporated

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka teoritis yang telah dipaparkan diatas, peneliti membuat suatu hipotesis yang juga sebagai suatu dugaan ataupun jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan peneliti membuat suatu hipotesis yang merupakan kesimpulan bersifat sementara dan perlu diuji kebenarannya. Peneliti merumuskan hipotesis tersebut sebagai berikut: **“Dengan adanya 88Rising sebagai manajemen entertainment yang mengenalkan budaya Asia modern di Amerika Serikat yang berkerjasama dengan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia dalam program *Indonesia Creative Incorporated (ICINC)* yaitu memberikan fasilitas dengan memberikan pelatihan mengenai Industri Musik global dan pembuatan lagu di Amerika Serikat, maka Program Indonesia Creative Incorporated (ICINC) dalam**

Badan Ekonomi Kreatif Indonesia berjalan dengan lancar dengan meningkatnya pendapatan Ekonomi Kreatif Indonesia.”

2.4 Verifikasi Variabel dan Indikator

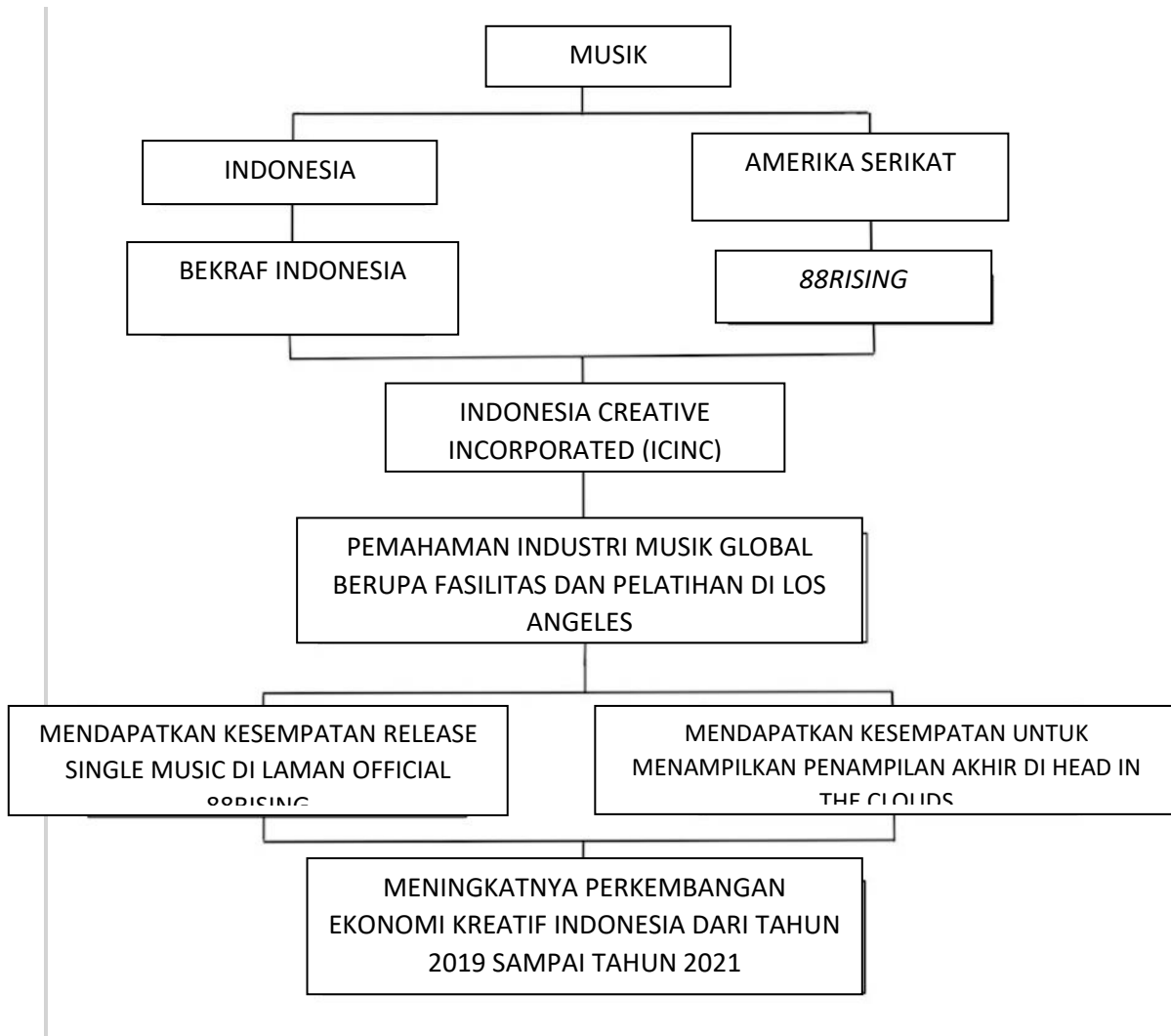
Tabel 2. Verifikasi Variabel dan Indikator

Variabel dalam hipotesis (Teoritik)	Indikator (Empirik)	Verifikasi (Analisis)
Variabel Bebas: Peran <i>88rising</i> dalam kontribusinya dalam program Indonesia Creative Incorporated (ICINC)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Memberi Fasilitas dalam pemahaman Industri Musik Global terhadap 5 peserta Indonesia Creative Incorporated (ICINC) terpilih dalam pelatihan musik di Los Angeles. 2) Memberikan hasil dengan bentuk pembuatan <i>Single Music</i> dan Vidio Klip bagi para finalis Top 5 dari program Indonesia Creative Incorporated (ICINC). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti suatu bentuk dari adanya pelatihan yang diberi oleh <i>88Rising</i> terhadap para peserta dari Indonesia Creative Incorporated (ICINC) ini dapat dilihat dari video yang dibuat oleh Bekrafid yang dipublikasikan di youtube channelnya yang berjudul “ICINC – Indonesia Rising Journey” (https://www.youtube.com/watch?v=ldell-VbxVQ) 2. Suatu bentuk dukungan dari <i>88Rising</i> setelah memberikan pelatihan bagi para peserta, bahwasanya <i>88Rising</i> memberikan fasilitas dengan membuat single musik bagi keempat peserta finalis dari ICINC serta video klip bagi para finalis Top 5 dari program Indonesia Creative Incorporated (Pengumuman single musik keempat peserta ICINC: https://twitter.com/88rising/status/1175036485755494400)
Variabel Terkait: Hasil dari bentuk kontribusi <i>88Rising</i> terhadap Indonesia Creative Incorporated	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dikenalnya talenta para representatif Indonesia yang berasal dari program Indonesia Creative Incorporated dengan menampilkan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan adanya kontribusi dari <i>88Rising</i> terhadap Badan Ekonomi Kreatif Indonesia dalam program <i>Indonesia Creative Incorporated</i> ini yaitu setelah pembuatan

<p>(ICINC) dalam membentuk Indonesia Rising</p>	<p>hasil-halis karyanya sebagai pembuka di festival <i>Head In The Clouds</i>, Los Angeles Amerika Serikat pada tahun 2019.</p> <p>2. Meningkatnya perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia setelah program Indonesia Creative Incorporated.</p>	<p>pelatihan, <i>Single Music</i> dan Vidio Klip bagi para finalis peserta ICINC ini yaitu dengan menutup puncak dari program ini yaitu dengan diberinya kesempatan bagi semua finalis dari Program Indonesia Creative Incorporated (ICINC) untuk menampilkan hasil karyanya sebagai pembuka di acara festival besar <i>88Rising, Head In The Clouds</i> serta ditutup dengan menyanyikan “Indonesia Raya” di panggung bersama Niki Zefanya yang tepatnya acara ini dilaksanakan pada tanggal 17 Agustus, tahun 2019. (https://www.youtube.com/watch?v=Q-Feg9v-kSQ)</p> <p>2.2.9 Ekonomi Kreatif Indonesia yang diatur oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia ini kian berkembang setiap tahunnya, baik dalam pendapatan maupun dalam tenaga kerja ataupun kreativitas yang dibentuk di Indonesia. Dengan adanya Indonesia Creative Incorporated ini bahwasanya Ekonomi Kreatif Indonesia cukup terbantu dengan programnya yang menginjak ranah global. Menurut bukti, bentuk meningkatnya perkembangan Ekonomi Kreatif sebelum dan sesudah program Indonesia Creative Indonesia dapat di akses dalam LAKIP atau Laporan Kinerja dari Badan</p>
---	---	---

		<p>Ekonomi dari tahun ke tahun ataupun dalam dokumen Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia.</p> <p>(LAKIP 2019: https://eperformance.kemnparekraf.go.id/storage/media/386/LAKIP-BEKRAF-2019.pdf)</p> <p>LAKIP 2020: https://eperformance.kemnparekraf.go.id/storage/media/3420/LAPORAN-KINERJA-DIT-FDK-2020-fin.pdf)</p>
--	--	---

2.5 Skema dan alur penelitian



Gambar 5. Skema Penelitian