



**UPAYA KOREA SELATAN MENJADIKAN SEKTOR PENYIARAN
SEBAGAI SALAH SATU PENYOKONG
PERTUMBUHAN EKONOMI**

*(SOUTH KOREAN EFFORT TO MAKE BROADCASTING SECTOR
AS ONE SUPPORT ECONOMIC GROWTH)*

SKRIPSI

Oleh :

Dewi Shinta Wulansari

NIM 110910101030

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2016



**UPAYA KOREA SELATAN MENJADIKAN SEKTOR PENYIARAN
SEBAGAI SALAH SATU PENYOKONG
PERTUMBUHAN EKONOMI**

**(*SOUTH KOREAN EFFORT TO MAKE BROADCASTING SECTOR
AS ONE SUPPORT ECONOMIC GROWTH*)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional (S1) dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh :

**Dewi Shinta Wulansari
NIM 110910101030**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2016**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Ibunda Miniarti Wulandari dan Ayahanda Samsul Anam;
2. Adikku tercinta, Salsabila Nadia Anam;
3. Keluarga besar tercinta, kakekku Sekar Al Poninam, kakekku Sujono dan bibi Husnul Khotimah;
4. Teman-temanku tercinta, Muthi Fatihah, Enggar Devita Ayunani dan Caecilia Yosephine;
5. Guruku sejak taman kanak-kanak sampai perguruan tinggi;
6. Almamater Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

Filosofi seseorang paling baik jika diekspresikan dalam pilihan-pilihan yang dibuatnya dalam kehidupan sehari-hari, bukan dalam kata-kata. *)



*) Sandra McLeod Humphrey. 2007. Jakarta: Banana. Halaman: 36.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Shinta Wulansari

NIM : 110910101030

Menyatakan dengan sesungguhnya karya tulis ilmiah yang berjudul “Upaya Korea Selatan Menjadikan Sektor Penyiaran Sebagai Salah Satu Penyokong Pertumbuhan Ekonomi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 19 Mei 2016

Yang memyatakan

Dewi Shinta Wulansari

NIM 110910101030

SKRIPSI

**UPAYA KOREA SELATAN MENJADIKAN SEKTOR PENYIARAN
SEBAGAI SALAH SATU PENYOKONG PERTUMBUAHAN EKONOMI**

Oleh:

Dewi Shinta Wulansari

NIM 110910101030

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Puji Wahono, M.A.

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Agung Purwanto, M.Si.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Upaya Korea Selatan Menjadikan Sektor Penyiaran Sebagai Salah Satu Penyokong Pertumbuhan Ekonomi” telah diuji dan disahkan pada:

hari : Kamis
tanggal : 19 Mei 2016
waktu : 09.00 WIB
tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:
Ketua

Drs. Bagus Sigit Sunarko, M.Si, Ph.D
NIP 196802291998031001

Sekretaris I

Sekretaris II

Drs. Puji Wahono, M.A.
NIP. 196002011987021001

Drs. Agung Purwanto, M.Si.
NIP. 196810221993031002

Anggota I

Drs. Sunardi Purwaatmoko, MIS
NIP 196010151989031002

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A.
NIP 19527271981031003

RINGKASAN

Upaya Korea Selatan Menjadikan Sektor Penyiaran Sebagai Salah Satu Penyokong Pertumbuhan Ekonomi; Dewi Shinta Wulansari, 1110910101030; 2016; 100 halaman; Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Saat ini Korea Selatan menggunakan ekonomi kreatif sebagai penyokong pertumbuhan ekonominya. Sejak masa kemerdekaannya, Korea Selatan mengandalkan sektor manufaktur untuk menyokong perekonomiannya hingga menjadi negara maju seperti saat ini. Namun kini Pemerintah Korea Selatan telah beralih pada pengembangan sektor ekonomi kreatif yang selama ini kurang mendapatkan perhatian yang serius. Besarnya potensi ekonomi kreatif yang berasal dari sumber daya manusia dan teknologi yang dimiliki oleh Korea Selatan maka semakin membuka peluang keberhasilan Korea Selatan dalam menggunakan sektor ekonomi kreatif sebagai penyokong ekonomi. Dengan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti mengenai upaya yang dilakukan Korea Selatan dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif sebagai penyokong pertumbuhan ekonomi.

Metode yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan, menggambarkan dan melukiskan secara sistematis permasalahan atau fenomena yang diteliti. Tahap selanjutnya yaitu, menyusun data dan mendeskripsikan data sesuai dengan kerangka pemikiran dan kemudian menarik kesimpulan. Kerangka pemikiran yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan Ekonomi Politik Internasional (EPI) dan konsep transnasionalisme. Pendekatan EPI menjelaskan bahwa anatar ekonomi dan politik saling berkaitan satu sama lain dan memberikan hubungan timbal balik antara satu dengan yang lain. Intinya pemerintah melakukan upaya bersifat politik untuk meningkatkan ekonomi dan sebaliknya hasil ekonomi tersebut akan berdampak secara politik. Sedangkan transnasionalisme erat kaitannya dengan pertukaran dan

koneksi manusia, barang ataupun ide-ide yang melampaui lintas batas negara sehingga jarak tidak lagi menjadi hambatan. Untuk menjadikan sektor ekonomi kreatif bidang penyiaran UHD sebagai penyokong pertumbuhan ekonomi, Korea Selatan tentu akan terlibat dalam kegiatan transaksi ekonomi yang melampaui lintas batas negara.

Hasil menunjukkan bahwa dalam menjadikan ekonomi kreatif bidang penyiaran UHD sebagai penyokong perekonomian, Korea Selatan perlu melakukan upaya-upaya yang pengembangan bidang penyiaran UHD berhubungan dengan transnasionalisme yaitu 1) membuat kebijakan rencana tindakan ekonomi kreatif; 2) memberikan dana untuk pengembangan UHD; 3) mempromosikan siaran UHD pada pertunjukan internasional; 4) bekerjasama dengan perusahaan penyiaran dan perusahaan manufaktur TV dalam memasarkan produk. Dalam upaya tersebut pemerintah maupun non pemerintah akan terlibat dalam aktivitas transnasional.

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul **“Upaya Korea Selatan Menjadikan Sektor Penyiaran Sebagai Salah Satu Penyokong Pertumbuhan Ekonomi”** dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis, menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A. selaku Dekan FISIP, Universitas Jember;
2. Dr. Bagus Sigit Sunarko, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Jember dan sekaligus selaku Dosen Pembimbing Akademik;
3. Drs. Puji Wahono, M.A. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam proses pembimbingan skripsi;
4. Drs. Agung Purwanto, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah membimbing penulisan skripsi dengan penuh kesabaran;
5. Seluruh bapak dan ibu dosen di Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Jember yang telah memberikan ilmunya;
6. Seluruh karyawan Tata Usaha FISIP dan bapak Sartam selaku Operator Jurusan Ilmu Hubungan Internasional atas bantuannya;
7. Sahabat dan teman-teman di Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Jember angkatan tahun 2011 yang telah berkenan menjadi teman berbagi dan berdiskusi dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak memiliki kekurangan dan maupun kesalahan. Oleh karena itu penulis menerima segala bentuk kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.2.1 Batasan Materi.....	6
1.2.2 Batasan Waktu	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8

1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.5.1 Studi Terdahulu	9
1.5.2 Pendekatan Ekonomi Politik Internasional (EPI).....	10
1.5.3 Konsep Transnasionalisme.....	14
1.6 Argumen Utama	18
1.7 Metode Penelitian	19
1.7.1 Teknik Pengumpulan Data	19
1.7.2 Teknik Analisis Data.....	20
1.8 Sistematika Penulisan	21
BAB 2. GAMBARAN UMUM EKONOMI KOREA SELATAN	22
2.1 Kondisi Ekonomi Korea Selatan Pasca Kemerdekaan	22
2.2 Transisi Ekonomi Korea Selatan Menjadi Ekonomi Kreatif	28
2.2.1 Prediksi Keberhasilan Sektor Penyiaran Sebagai Subsektor Ekonomi Kreatif	29
2.2.2 Perkembangan Ekonomi Bidang Penyiaran	33
2.3 Kebijakan Rencana Tindakan Ekonomi Kreatif	35
2.3.1 Menciptakan Kreatifitas dan Ekosistem Untuk Usaha Baru	36
2.3.2 Penguatan Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM).....	37
2.3.3 Menciptakan Mesin Pertumbuhan Baru dengan Ekonomi Kreatif	38
2.3.4 Pengembangan Bakat dan Kreatifitas Pemuda Korea Selatan ...	40
2.3.5 Penguatan Kapasitas Inovasi Ilmu Pengetahuan, Komunikasi dan Teknologi (ICT).....	40
2.3.6 Menciptakan Budaya Ekonomi Kreatif.....	42

BAB 3. PENGEMBANGAN BIDANG PENYIARAN KOREA SELATAN ..44	
3.1 Penyiaran Berbasis <i>Ultra High Definition</i> (UHD)44	
3.2 Upaya Pengembangan dan Pemasaran Bidang Penyiaran UHD 47	
3.2.1 Pemberian Bantuan Dana untuk Pengembangan UHD48	
3.2.2 Mempromosikan Siaran UHD pada Pertunjukan Internasional .53	
3.3 Upaya Pemerintah Korea dan <i>Non</i> Pemerintah Memajukan Industri Penyiaran55	
3.3.1 Upaya Perusahaan Penyiaran Memasarkan Industri Penyiaran pada Pasar Global.....56	
3.3.2 Upaya Perusahaan Produsen TV Memasarkan Industri Penyiaran pada Pasar Global66	
BAB 4. UPAYA KOREA SELATAN MENGEMBANGKAN BIDANG PENYIARAN UHD DIDASARI KEPENTNGAN POLITIK DAN EKONOMI 71	
4.1 Pemerintah Sebagai Aktor Dominan Pembuat Kebijakan 73	
4.2 Keterlibatan Pemerintah dan Non Pemerintah Mengembangkan Bidang Penyiaran UHD 75	
4.3 Dorongan Memperluas Pasar Bidang Penyiaran UHD 78	
4.3.1 Pentingnya Jaringan Bisnis Perusahaan82	
4.3.2 Munculnya Perusahaan Transnasional (<i>TNCs</i>)83	
4.3.3 Jarak Tidak Menjadi Hambatan85	
4.4 Menciptakan Citra UHD identik dengan Korea Selatan 86	
BAB 5. KESIMPULAN 89	
DAFTAR PUSTAKA 91	
LAMPIRAN 100	

DAFTAR TABEL

1.1 Perbandingan Output Manufaktur Korea Selatan tahun 1940 dan 1948.....	24
3.1 Rencana Pendanaan Pemerintah Korea Selatan Untuk Penyiaran UHD	52
3.2 Stasiun dan Channel TV Korea yang menayangkan TV Drama di berbagai wilayah Amerika	57
3.3 Profil Empat Perusahaan Penyiaran Terbesar di Korea Selatan	63

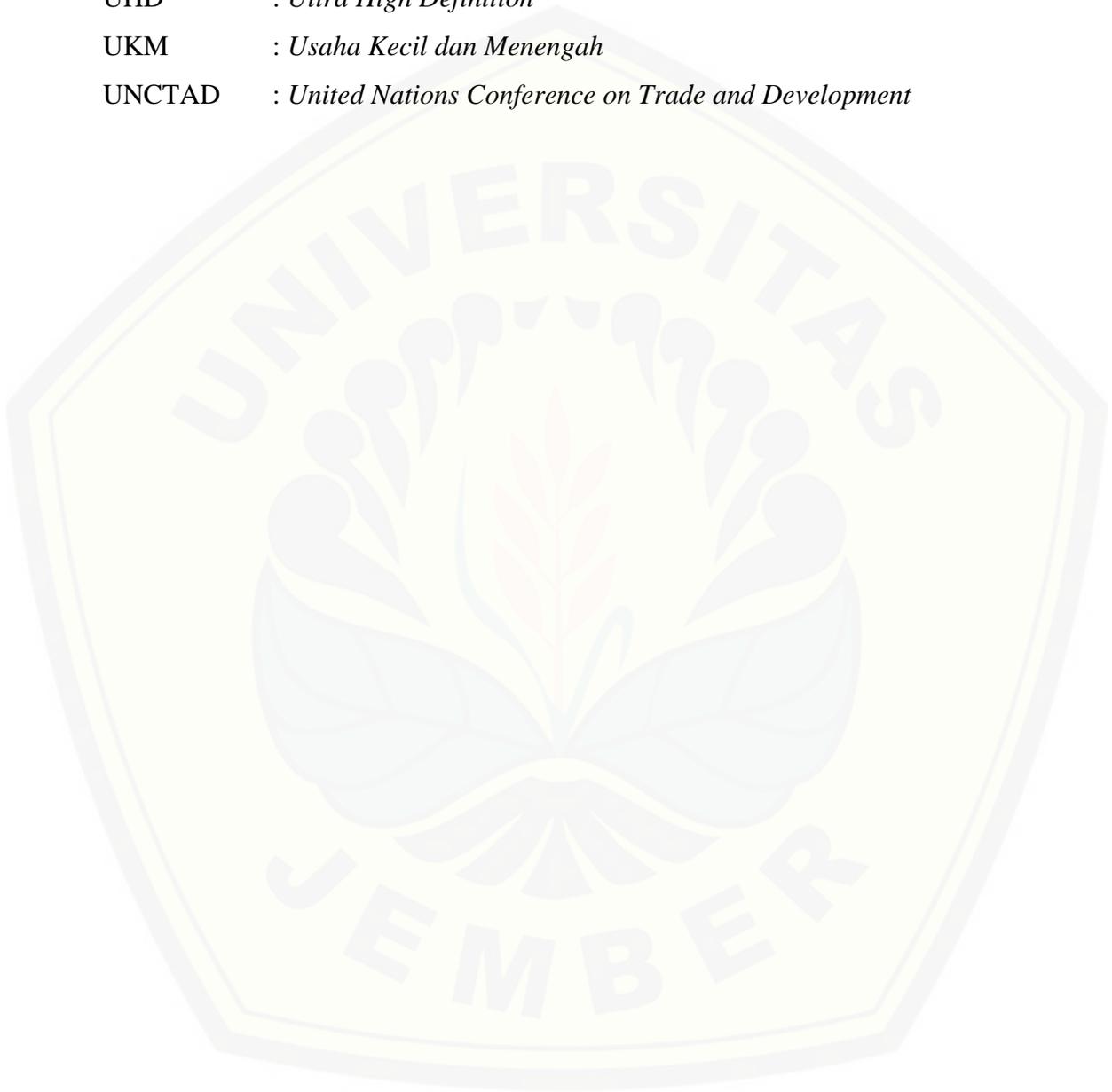
DAFTAR GAMBAR

2.1 Kontribusi Industri Televisi (Penyiaran) terhadap PDB dan Lapangan Pekerjaan	31
2.2 Persentase Hasil Penjualan Industri Penyaiatan (<i>Brodacasting</i>)	33
2.3 Jenis-Jenis <i>Next Generation Networking</i>	41
2.4 Alur dikeluarkannya <i>Creative Economy Action Plan</i> hingga Memberikan Dampak pada Pertumbuhan Ekonomi Korea Selatan melalui Bidang Penyiaran.	43
3.1 Perbandingan Resolusi Standard Definition (SD) hingga Ultra High Definition (UHD) 4K	45
3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pemerintah Korea Selatan dan Pengimplementasian Ekonomi Kreatif	49
3.3 Peningkatan Pembayaran Program Tayangan UHD Asal Korea Selatan	62
3.4 Sistem Konfigurasi Penyiaran UHD TV	67
3.5 Kenaikan Penjualan UHD TV dari tahun 2013 hingga prediksi tahun 2019 ..	70
4.1 Alur Relevansi Isu yang Diangkat dengan Studi Ilmu Hubungan Internasional	72
4.2 Pangsa Pasar Global UHD TV Tahun 2014.....	80

DAFTAR SINGKATAN

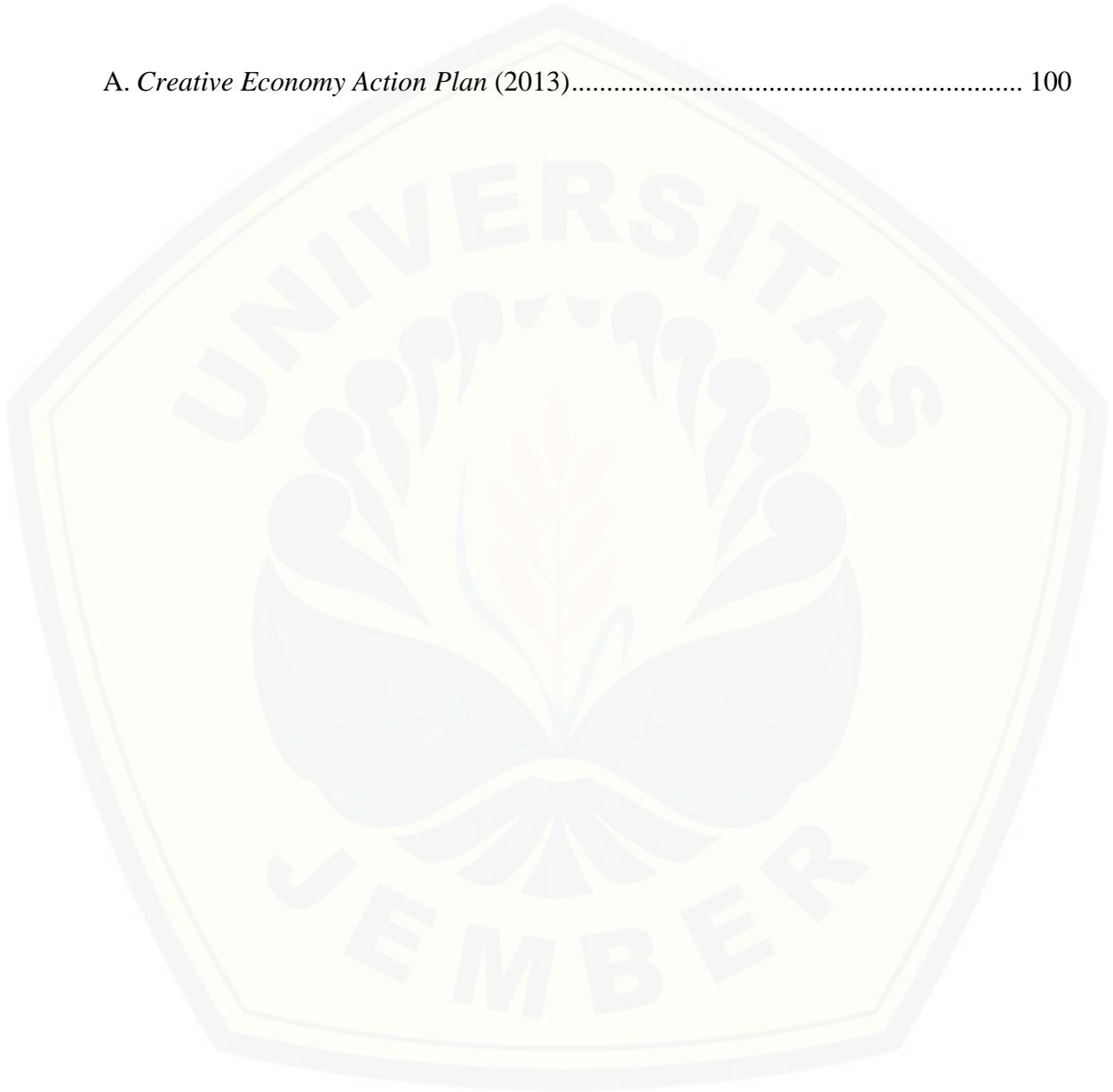
ADB	: <i>Asian Development Bank</i>
ATF	: <i>Asia Television Forum</i>
CEA	: <i>Consumer Electronics Association</i>
CEO	: <i>Chief Executive Officer</i>
DCMS	: <i>Department of Culture, Media and Sport</i>
DMB	: <i>Digital Multimedia Broadcasting</i>
FHD	: <i>Full High Definition</i>
GDP	: <i>Gross Domestic Product</i>
GNP	: <i>Gross National Product</i>
HDTV	: <i>High Definition Television</i>
ICT	: <i>Information Communication and Technology</i>
IP	: <i>Internet Protocol</i>
IPTV	: <i>Internet Protocol Television</i>
KBC	: <i>Korean Broadcasting Commission</i>
KBS	: <i>Korean Broadcasting System</i>
KONEPS	: <i>Korea ON-Line E- Procurement System</i>
MBC	: <i>Munhwa Broadcasting Corporation</i>
MSIP	: <i>Ministry of Science, ICT and Future Planning</i>
NGN	: <i>Next Generation Networking</i>
PDB	: <i>Produk Domestik Bruto</i>
PPs	: <i>Program Providers</i>
ROK	: <i>Republic of Korea</i>
R&D	: <i>Riset and Development</i>
SD	: <i>Standard Definition</i>
SDM	: <i>Sumber Daya Manusia</i>
SBS	: <i>Seoul Broadcasting System</i>

- TNCs : *Transnational Corporations*
TV : *Televisi*
UHD : *Ultra High Definition*
UKM : *Usaha Kecil dan Menengah*
UNCTAD : *United Nations Conference on Trade and Development*



DAFTAR LAMPIRAN

A. *Creative Economy Action Plan* (2013)..... 100



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Orientasi ekonomi global saat ini mulai mengalami pergeseran dengan banyaknya negara yang menggunakan pendekatan ekonomi yang fokus kepada inovasi, teknologi dan ekonomi kreatif. Pergeseran dari era pertanian lalu era industrialisasi, disusul oleh era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi infokom serta globalisasi ekonomi, telah menggiring peradaban manusia ke dalam suatu arena interaksi sosial baru yang belum terbayangkan sebelumnya.¹

Dengan seiring berkembangnya jaman dan semakin meluasnya globalisasi, banyak negara maju mulai menyadari bahwa perekonomian negara tidak dapat bertumpu hanya pada sektor industri dan informasi saja sehingga negara-negara maju harus lebih mengandalkan sumber daya manusia yang dapat menghasilkan kreatifitas. Kemudian pada tahun 1990an dimulailah era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas, yang populer disebut ekonomi kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif.²

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan keluasan pengetahuan dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi akan didukung oleh jalannya industri kreatif.³ Untuk menggerakkan kegiatan ekonomi tersebut maka dibutuhkan aktivitas penggerak yang berbasis pada pemanfaatan kreatifitas yang dalam ini disebut dengan industri kreatif.

¹Mari Elka Pangestu. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta : Departemen Perdagangan RI. Halaman: 1

² *Ibid.*

³Mahasiswa Ekonomi. 2014. *Definisi Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif*. Dikutip dari <http://mahasiswaekonomi.com/belajar-ekonomi/definisi-ekonomi-kreatif-dan-industri-kreatif/> [Diakses 26 Agustus 2015]

Menurut *Department of Culture, Media and Sport* (DCMS) Inggris, definisi dari industri kreatif adalah :

“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”.⁴

Industri kreatif saat ini memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian Korea Selatan yang salah satunya dalam bidang penyiaran atau *broadcasting*. Penulis merasa tertarik ketika melihat tayangan suatu video klip di *Youtube* dari sebuah *boyband* yang sedang *booming* saat ini di kalangan para remaja yaitu *boyband* EXO. *Boyband* EXO sendiri terbagi menjadi dua sub grup yaitu EXO-K dan EXO-M dimana setiap sub grup memiliki video klip tersendiri namun masih dengan judul lagu yang sama. Video klip EXO-K yang berjudul “*Overdose*” tersebut telah mencapai 55.978.200 kali penayangan sedangkan video klip EXO-M telah mencapai 13.188.483 kali penayangan sejak video klip tersebut di pertama kali dikeluarkan. Jika digabungkan video klip EXO yang berjudul “*Overdose*” telah mencapai 69.166.683 kali penayangan. Walaupun tidak tercantum berapa jumlah orang yang telah menonton tayangan video klip tersebut namun jumlah tersebut dapat terbilang fantastis melihat rentang waktu sejak dikeluarkannya video tersebut terbilang singkat yaitu 10 bulan. Bahkan *boyband* tersebut masih tergolong baru terbentuk namun telah menyedot banyak perhatian masyarakat Korea Selatan sendiri bahkan internasional. Selain itu, lagu dari “*Overdose*” berhasil merajai deretan tangga lagu ternama *iTunes* tak hanya di Korea, tapi juga negara lainnya, termasuk China, Jepang, Singapura, Hongkong, Thailand, Indonesia, Malaysia, Taiwan, Filipina, hingga Brunei Darussalam. Penjualan tersebut dilaporkan akan terus meningkat.⁵

Selain penayangan musik dengan *background* tarian-tarian yang sangat khas yang dibawakan oleh *boyband*, *girlband* ataupun artis solo, drama Korea Selatan juga

⁴Mari Elka Pangestu. *Op.cit.* Halaman: 4

⁵Desika Pemita. 2014. *Karya Baru EXO Bikin Nagih*. Dikutip dari <http://showbiz.liputan6.com/read/2047780/karya-baru-exo-bikin-nagih> [27 Maret 2015]

tidak kalah banyak diminati oleh masyarakat Korea sendiri ataupun internasional. Drama yang akhir-akhir ini sedang *booming* dipasaran adalah *You Who Came From The Star*. Drama *Man From the Stars* atau *You Who Came From the Stars* yang dibintangi Kim Soo Hyun dan Jun Ji Hyun, sukses meraih popularitas di berbagai negara. *Chemistry* antara kedua pemain utamanya pun menjadi alasan drama ini dicintai banyak orang. Sejak episode pertama ditayangkan, *Man From the Stars* berhasil meraih rating tinggi, dan selalu berada di atas 20 persen. Tak heran jika drama tersebut menempati urutan pertama sebagai acara TV yang dicintai masyarakat Korea Selatan dalam sebuah *polling*.⁶

Dari fakta-fakta tersebut, telah menunjukkan bahwa budaya Korea Selatan banyak diminati masyarakat Korea Selatan secara lokal ataupun internasional. Apapun yang berhubungan dengan Korea Selatan akan terasa menarik baik dalam bentuk musik, drama, film yang disiarkan oleh industri penyiaran di Korea Selatan. Dengan melihat bahwa budaya Korea Selatan tersebut memperoleh sambutan yang baik dan tingginya antusias masyarakat internasional telah menunjukkan *demand* ataupun permintaan atas produk kreatif tersebut semakin meningkat. Untuk memenuhi *demand* tersebut maka Pemerintah Korea Selatan terus mengembangkan sektor ekonomi kreatif terutama dalam bidang *broadcasting* untuk memenuhi permintaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sektor ekonomi kreatif termasuk juga bidang penyiaran atau *broadcasting* memiliki sumbangan yang besar terhadap perekonomian dan memiliki peluang untuk dijadikan sebagai mesin pertumbuhan ekonomi Korea Selatan. Industri film dan televisi di Korea Selatan diperkirakan memiliki kontribusi langsung sekitar 0.7% lebih besar 0,2% dari sektor peternakan yaitu 0,5% terhadap *Gross Domestic Product* (GDP) atau sekitar 7.549

⁶ Hutami Windiarti. 2014. *Intip Rahasia di Balik Drama Man From the Stars*. Dikutip dari <http://celebrity.okezone.com/read/2014/02/26/533/946782/intip-rahasia-di-balik-drama-man-from-the-stars> (27 Maret 2014).

miliar won pada tahun 2011. Mereka juga didukung secara langsung oleh 67.600 pekerja dan menghasilkan pendapatan pajak sekitar 3.752 miliar won.⁷

Industri penyiaran di Korea Selatan terdiri dari stasiun radio dan televisi (TV), stasiun TV kabel, TV satelit, *digital multimedia broadcasting* (DMB), *internet protocol television* (IPTV) dan program yang memberikan layanan untuk menciptakan konten atau memperoleh hak cipta untuk penyiaran radio dan televisi.⁸ Dari pengklasifikasian industri peyiaran atau *broadcasting* di Korea Selatan tersebut, TV kabel yang paling banyak berkontribusi terhadap GDP di Korea Selatan. TV kabel di Korea Selatan merupakan bidang penyiaran yang paling besar kontribusinya terhadap GDP pada yaitu 3.856 miliar won.⁹ Kontribusi industri televisi di Korea Selatan terhadap GDP Korea Selatan yaitu 0,7 % sedangkan industri TV kabel berkontribusi sekitar 51,1 % dari total industri televisi tersebut.¹⁰

Besarnya kontribusi sektor ekonomi kreatif termasuk bidang penyiaran belum mendapatkan perhatian yang serius dari Pemerintah Korea Selatan hingga tahun 2013. Oleh karena itu sejak awal pelantikannya, presiden Park Geun Hye telah mengumumkan bahwa selama pemerintahnya akan mengfokuskan pengembangan pertumbuhan ekonomi Korea Selatan melalui ekonomi kreatif. Definisi ekonomi kreatif menurut *Ministry of Science, Information Communication and Technology (ICT) and Future Planning* Korea Selatan yaitu:

*“The creative asset that combines creative idea, imagination and information/communication technology (ICT) plays a pivotal role in stimulating startups. New growth strategies can be mapped out to create many high-quality jobs through the convergence with existing industries, which in turn leads to the emergence of new markets and industries”.*¹¹

⁷ Oxford Economic. Tanpa Tahun. *The economic contribution of the film and television industries in South Korea*. Oxford: Oxford Economic. Halaman: 2

⁸ Song Yeongkwan Song. 2012. *Audiovisual Service in Korea: Market Development and Policies*. Tokyo: Asian Development Bank Institute. Halaman: 9

⁹ Oxford Economic. *Loc.cit*

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Ministry of Science, ICT and Future Planning. Tanpa Tahun. *Overview of Creative Economy*. Dikutip dari <http://english.msip.go.kr/english/msipContents/contents.do?mId=MjY4> [12 Februari 2015]

Dalam pidato pengukuhan pada 25 Februari 2013, Presiden Korea Selatan Park Geun Hye mengumumkan visinya untuk menciptakan “Keajaiban Sungai Han Kedua” melalui sebuah kebijakan baru yang terfokus pada pembangunan ekonomi kreatif. Sebagaimana demokrasi ekonomi sebagai tema utama pemilihan Presiden Korea tahun 2012, Presiden Park Geun Hye telah tersita perhatiannya untuk menggunakan konsep ekonomi kreatif selama bulan pertama memerintah sebagai inti dari agenda pertumbuhan ekonomi pemerintahannya.¹² Sebagai bentuk keseriusan Pemerintah Korea Selatan terhadap sektor ekonomi kreatif, Pemerintah Korea Selatan mengeluarkan *Creative Economy Action Plan* dimana salah satunya yaitu merujuk pada pengembangan bidang *broadcasting*.

Pengembangan ekonomi kreatif dalam bidang *broadcasting* oleh Pemerintah Korea Selatan tersebut juga memiliki tujuan untuk meningkatkan perekonomian. Bidang penyiaran akan menayangkan drama, musik, film dan tayangan lainnya untuk tujuan meningkatkan perekonomian Korea Selatan melihat dari besarnya kontribusi bidang penyiaran terhadap GDP di Korea Selatan. Selain karena alasan ekonomis tersebut, industri penyiaran juga digunakan sebagai jembatan untuk membentuk *image culture*. Dengan adanya industri *broadcasting* maka pemerintah secara tidak langsung telah melakukan diplomasi publik melalui tayangan-tayangan yang dikeluarkan oleh industri *broadcasting*. Diplomasi tersebut mengandalkan tayangan-tayangan seperti drama, musik dan film yang kemudian akan menciptakan *image culture* secara sendirinya di benak masyarakat. Terciptanya *image culture* yang positif terhadap Korea Selatan tersebut kemudian dapat digunakan sebagai bentuk pengendalian terhadap konflik-konflik di masa depan.

Relevansi studi ilmu hubungan internasional karena untuk menjadikan sektor ekonomi kreatif bidang penyiaran dapat menjadi penyokong perekonomian Korea Selatan, dalam pengembangan sektor penyiaran berbasis UHD tersebut tentu terdapat

¹²Sean Connell. 2013. *Building a Creative Economy in South Korea: Analyzing the Plans and Possibilities for New Economic Growth*. Washington: Korea Economic Institute of America. Halaman:

upaya yang bersifat politik dan ekonomi yang dilakukan pemerintah dan non pemerintah dimana keduanya akan saling memberikan dampak timbal balik yang positif sesuai dengan yang diasumsikan oleh pendekatan Ekonomi Politik Internasional. Selain itu, Pemerintah Korea Selatan tentu akan terlibat dalam kegiatan transaksi ekonomi yang melampaui lintas batas negara sehingga hal ini telah masuk dalam ranah transnasionalisme. Transnasionalisme merupakan salah satu hasil dari fenomena globalisasi yang relevan dikaji dalam studi hubungan internasional. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam mengenai upaya pemerintah Korea Selatan dalam mengembangkan ekonomi kreatif terutama pada bidang penyiaran sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan judul :

**“Upaya Korea Selatan Menjadikan Sektor Penyiaran Sebagai Salah Satu
Penyokong Pertumbuhan Ekonomi”**

1.2 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan karya ilmiah pembatasan ruang lingkup pembahasan menjadi sangat penting. Pembatasan perlu dilakukan agar permasalahan yang dibahas tidak berkembang luas dan keluar dari topik permasalahan. Ruang lingkup dalam penulisan karya ilmiah ini terdiri dari dua bagian yaitu batasan materi dan batasan waktu.

1.2.1 Batasan Materi

Batasan materi diperlukan untuk memfokuskan kajian permasalahan yang diteliti. Dalam karya ilmiah ini, penulis akan memfokuskan pada upaya Pemerintah Korea Selatan dalam mendorong kontribusi penyiaran terhadap pertumbuhan ekonomi Korea Selatan yaitu dengan mengeluarkan cetak biru *Creative Economy*

Action Plan. Dalam *Creative Economi Action Plan* berisi upaya pemerintah mengembangkan dan mempromosikan *next generation network* pada bidang penyiaran atau *broadcasting*. Mengacu cetak biru tersebut kemudian Pemerintah Korea Selatan berupaya untuk mengembangkan bidang penyiaran yang berbasis pada *Ultra High Definition* (UHD) yaitu dengan menggunakan jaringan satelit baru yang mumpuni untuk menyiarkan siaran berbasis UHD. Dengan pengembangan dan peluncuran penyiaran berbasis UHD tersebut, pelayanan bidang penyiaran semakin baik dan menarik banyak konsumen sehingga dapat meningkatkan perekonomian Korea Selatan. Selain itu dengan diluncurkannya penyiaran berbasis UHD tersebut kemudian merangsang penjualan UHD TV pada pasar global.

1.2.2 Batasan Waktu

Batasan waktu yaitu rentang waktu dari terjadinya peristiwa yang dijadikan permasalahan dalam karya tulis ilmiah. Dalam menganalisis pengembangan sektor ekonomi kreatif yang dilakukan Korea Selatan, penulis menggunakan batasan waktu dari tahun 2013 hingga tahun 2015. Tahun 2013 dipilih karena pada tahun tersebut Presiden Korea Selatan Park Geun Hye mengumumkan bahwa pengembangan sektor ekonomi kreatif akan menjadi salah satu agenda utama selama kepemimpinannya. Sedangkan tahun 2015 menjadi akhir batasan waktu karena pada tahun tersebut penyiaran berbasis UHD resmi diluncurkan dan upaya pemerintah Korea Selatan masih terus berlangsung dalam mempromosikan serta mengembangkan ekonomi kreatif pada sektor penyiaran atau *broadcasting*.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam sebuah karya ilmiah penulis dituntut untuk dapat memaparkan dan menjabarkan pokok-pokok permasalahan yang diangkat. Suatu penelitian akan berawal dari suatu permasalahan yang kemudian perlu dicari jawabannya. Dengan

demikian maka rumusan masalah memiliki kedudukan yang penting sebagai fokus penelitian dari permasalahan yang diangkat dan awal dari penelitian tersebut dibuat. Berdasarkan penjabaran mengenai permasalahan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang digunakan oleh penulis sebagai awal dan fokus penelitian karya tulis ilmiah ini adalah:

“Bagaimana upaya Korea Selatan menjadikan sektor penyiaran sebagai salah satu penyokong pertumbuhan ekonomi?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian karya ilmiah ini bertujuan untuk mengungkapkan upaya yang dilakukan Pemerintah Korea Selatan dalam mengembangkan ekonomi kreatifnya khususnya bidang penyiaran yang mana digunakan sebagai mesin ekonomi baru untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Korea Selatan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi negara yang belum memaksimalkan potensi ekonomi yang berasal dari ide, kreatifitas dan sumber daya alam di negaranya sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi.

1.5 Kerangka Pemikiran

Untuk menganalisis fenomena yang diangkat dalam karya ilmiah ini penulis perlu menggunakan kerangka pemikiran. Penggunaan teori dan konsep dalam penulisan karya tulis ilmiah memiliki kedudukan yang penting. Menyusun teori dan konsep dapat dikatakan sebagai cara yang sistematis untuk menggabungkan fenomena dan ilmu pengetahuan. Adapun kerangka pemikiran yang digunakan untuk membedah dan menganalisis karya ilmiah ini adalah berupa konsep. Menurut Gary W.

Moore definisi konsep adalah abstraksi dari serangkaian peristiwa yang memiliki sifat-sifat yang sama. Konsep atau yang disebut juga struktur adalah abstraksi yang dijabarkan dari berbagai aspek tingkah laku manusia yang bervariasi diantara berbagai individu.¹³ Dalam karya tulis ilmiah ini konsep yang digunakan yaitu konsep transnasionalisme yang terfokus pada transnasionalisme ekonomi.

Konsep transnasionalisme digunakan sebagai kacamata untuk melihat fenomena yang sedang terjadi di Korea Selatan dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatifnya terutama pada bidang penyiaran atau *broadcasting*. Ekonomi kreatif di Korea Selatan telah banyak diteliti, dibahas dan ditulis oleh banyak ilmuwan atau penulis. Oleh karena itu penulis perlu mengulas mengenai studi terdahulu yang ditulis oleh penulis lain sebagai bahan acuan penulisan karya tulis ilmiah ini dan untuk menghindari adanya kesamaan.

1.5.1 Studi Terdahulu

Topik mengenai ekonomi kreatif di Korea Selatan pernah digunakan oleh studi terdahulu yang berjudul “Upaya Korea Selatan Untuk Memperkenalkan kebudayaan-nya ke Dunia internasional melalui Korean Wave atau *South Korean Effort to Introduce Its Culture To International World Through Korean Wave*”. Karya tulis ilmiah tersebut dibuat oleh Isti Maharjati dari Universitas Jember Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Hubungan Internasional tahun 2010.

Dalam karya ilmiah tersebut membahas mengenai keputusan Korea Selatan memperkenalkan negaranya melalui ekonomi kreatif. Korea Selatan mengambil keputusan untuk memperkenalkan negara serta identitasnya ke dunia luar. Tetapi cara yang mereka gunakan tidak merupakan cara-cara konvensional seperti pameran kebudayaan atau mengirim misi diplomatik tetapi menggunakan hasil-hasil industri kebudayaan seperti film, serial drama, musik, animasi, game dan

¹³ Nana Sudjana dan Awal Kusumah, M.S. 2002. *Proposal Penelitian di Perguruan Tinggi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo. Halaman: 9

lain-lain yang kemudian dikenal dengan *Korean wave*.¹⁴ Diplomasi tersebut dilakukan bertujuan untuk mengubah persepsi orang diluar Korea Selatan. Berbagai kekuarangan yang dimiliki Korea Selatan terkait dengan berbagai hal telah digantikan dengan dengan citra Korea Selatan sebagai negara maju, ramah serta memiliki nilai-nilai budaya yang tinggi.¹⁵

Perbedaan antara karya ilmiah milik Isti Maharjati dengan karya tulis ilmiah ini yaitu pada karya ilmiah milik Isti Maharjati lebih memfokuskan kepada upaya pengenalan kebudayaan (ekonomi kreatif) Korea Selatan melalui diplomasi *Korean Wave*. Tujuan dari pengenalan budaya tersebut adalah untuk mengubah persepsi dunia mengenai Korea Selatan menjadi lebih positif. Sedangkan dalam karya tulis ilmiah ini, penulis memfokuskan pada upaya Pemerintah Korea Selatan dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif khususnya pada bidang penyiaran untuk meningkatkan perekonomian Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan berupaya mengembangkan dan mempromosikan perangkat penyiaran berbasis UHD melintasi lintas batas negara sehingga dapat menyokong pertumbuhan ekonomi.

1.5.2 Pendekatan Ekonomi Politik Internasional (EPI)

Ekonomi Politik Internasional (EPI) adalah yaitu salah satu kajian dalam studi hubungan internasional yang membahas mengenai keterkaitan ekonomi dan politik. Dalam studi Hubungan Internasional, ekonomi politik memberikan kontribusi dan menjelaskan dalam konteks posisi subjek menyangkut dua aspek yaitu berusaha menjelaskan mengenai hubungan timbal balik yang saling berpengaruh antara bidang politik dan bidang ekonomi baik pemahaman baru dari realitas sosial dan menyangkut keputusan-keputusan politik maupun perubahan ekonomi oleh

¹⁴Isti Maharjati. *Upaya Korea Selatan Untuk Memperkenalkan kebudayaannya ke dunia internasional melalui Korean Wave*. Skripsi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember. Jember. 2010. Halaman: 130

¹⁵ *Ibid.*

pemerintah.¹⁶ Ekonomi Politik Internasional diilustrasikan berupa “tindakan-tindakan politik yang menggunakan perangkat-perangkat ekonomi” atau sebaliknya. Bukti-bukti diperlihatkan melalui berbagai peristiwa maupun fenomena dari politik global negara-negara adikuasa dalam hal penggunaan alat-alat (sarana) ekonomi dan atau politik untuk mencapai kepentingan politik dan atau pula ekonomi mereka.¹⁷

Suatu negara menjalankan aktifitas ekonomi dengan tujuan utama yaitu untuk menumpuk kekayaan sehingga dapat menjamin keberlangsungan hidup dan kesejahteraan penduduknya. Namun hal tersebut tidak akan berjalan dengan baik jika tidak ada dukungan politik dari pemerintah. Berbagai kebijakan ekonomi menjadi tidak memiliki “*power*” untuk dilaksanakan tanpa ada dukungan politik, dengan kata lain politik berperan untuk menempatkan dan mendorong kebijakan ekonomi sebagai kebijakan yang harus dilaksanakan. Kondisi realita ini menyebabkan beberapa kejadian ekonomi yang dibuat sering bermuatan politik. Artinya politik telah mengisi sisi instrumen ekonomi tersebut secara tidak lagi murni sebagai sebuah kebijakan yang berdiri diatas norma-norma yang ekonomis secara esensial.¹⁸

Berdasarkan penjelasan tersebut berkaitan dengan yang terjadi di Korea Selatan berkaitan dengan pengembangan bidang penyiaran berbasis ultra *high definition* (UHD). Keterkaitan antara politik dan ekonomi sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Korea Selatan. Pemerintah membuat sebuah kebijakan *Creative Economy Action Plan* sebagai upaya politik untuk mendorong pengembangan bidang penyiaran UHD sehingga dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya, dengan semakin meningkatkan pertumbuhan ekonomi akibat kontribusi bidang penyiaran UHD yang meningkat maka pemerintah akan mendapatkan keuntungan secara politik dimana pemerintah Korea Selatan akan memperkuat posisi kepemimpinannya (ekonomi) dan mendominasi perdagangan internasional. Oleh karena itu antara ekonomi dan politik saling berkaitan satu sama

¹⁶ Yanuar Ikbar. 2006. *Ekonomi Politik Internasional 1: Konsep dan Teori*. Bandung: Refika Aditama. Halaman:4

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Irham Fahmi. 2013. *Ekonomi Politik : Teori dan Realita*. Bandung: Alfabeta. Halaman: 1

lain dan memberikan hubungan timbale balik yang saling menguntungkan satu sama lain.

Dalam pendekatan Ekonomi Politik Internasional (EPI), terdapat tiga teori utama untuk memahami EPI, salah satunya yaitu liberalisme ekonomi. Liberalisme ekonomi berpendapat bahwa campur tangan negara (politik) harus diminimalisir dan tindakan negara hanya terbatas pada beberapa hal sehingga selebihnya dimainkan oleh pasar.¹⁹ Hal ini sangat berkaitan dengan adanya pengaruh dari globalisasi, globalisasi itu sendiri adalah penyebaran dan intensifikasi dari ekonomi, sosial dan hubungan budaya lintas batas internasional.²⁰ Jika melihat EPI dari sudut pandang teori liberalism ekonomi maka fenomena globalisasi tersebut memberikan dampak yang besar terhadap besarnya peran pasar (swasta) dibandingkan peran negara (politik) terhadap aktifitas ekonomi suatu negara. Hal ini dapat kita lihat dari keterlibatan besar TNCs dalam aktifitas ekonomi suatu negara. TNCs semakin mengorganisasikan produksi barang dan jasa pada skala global.²¹

Dalam mengembangkan bidang penyiaran berbasis UHD yang menjadi salah satu subbidang ekonomi kreatif di Korea Selatan, peran perusahaan swasta juga sangat besar. Pemerintah Korea Selatan tidak mengontrol secara penuh pengembangan bidang penyiaran berbasis UHD tersebut karena pemerintah hanya berperan dalam hal pembuatan kebijakan, penyediaan dan mendorong produk masuk pasar global. Sedangkan dalam hal produksi dan pemasaran barang lebih banyak dikelola oleh perusahaan swasta terutama perusahaan TNCs asal Korea Selatan. Dengan demikian dalam pengembangan bidang penyiaran UHD di Korea Selatan menandakan bahwa campur tangan negara tidak banyak dan sebaliknya, TNCs yang memiliki peran besar didalamnya.

¹⁹ Robert Jackson dan George Sorensen. 2005. Pengantar Studi Hubungan Internasional. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Halaman: 236-237

²⁰ Robert Jackson dan George Sorensen. 2013. Pengantar Studi Hubungan Internasional. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Halaman: 342

²¹ *Ibid.* Halaman: 343

Dalam ekonomi politik juga berpendapat bahwa setiap negara berhak untuk memproduksi berbagai jenis produk yang diinginkan. Namun sebagai catatan tidak seluruh negara mampu menghasilkan produk yang memiliki kualitas seperti yang diproduksi oleh negara tertentu.²² Setiap negara memiliki sumber daya dan kemampuan produksi yang berbeda-beda sehingga setiap tidak dapat memproduksi semua jenis barang melainkan hanya dapat memproduksi barang yang sesuai dengan sumber daya dan kemampuan produksi yang mereka miliki. Kondisi ini memperlihatkan bahwa setiap negara memiliki keunikan tersendiri yang menyebabkan negara itu muncul sebagai produsen suatu jenis produk. Keunikan terjadi karena negara tersebut memiliki nilai kompetensi yang berbeda dengan negara lainnya dan itu dibangun dengan kerja keras. Termasuk dukungan dari sisi ekonomi politik pada pengembangan produk tersebut.²³ Bentuk dukungan tersebut dapat berupa keputusan pemerintah suatu negara untuk masuk pada perdagangan internasional atau pasar global sebagai jalan untuk memasarkan dan mengembangkan produk yang produksi negara tersebut. Perdagangan internasional merupakan suatu aktivitas bisnis yang melibatkan berbagai negara di dunia dengan berbagai perusahaan dan industri di dalamnya dimana setiap transaksi bisnis dijalankan secara lintas negara.²⁴

Korea Selatan memiliki sumber daya manusia (SDM) yang besar, teknologi yang canggih dan modal yang besar. Dengan kompetensi yang dimiliki tersebut maka pemerintah Korea Selatan memilih untuk mengembangkan dan memproduksi jenis produk ekonomi kreatif salah satunya bidang penyiaran UHD. Bidang penyiaran UHD dalam produksinya sangat mengandalkan SDM, teknologi tinggi dan modal yang besar. Oleh karena itu Korea Selatan memiliki keunikan sendiri dimana tidak dapat mengembangkan jenis produk yang berhubungan dengan sumber daya alam, melainkan mengembangkannya bidang penyiaran berbasis UHD sesuai kompetensi yang

²² Irham Fahmi. 2013. *Ekonomi Politik : Teori dan Realita*. Bandung: Alfabeta. Halaman: 254

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.* Halaman: 255

dimilikinya. Untuk mengembangkan bidang penyiaran berbasis UHD tersebut pemerintah Korea Selatan memberikan dukungan berupa dorongan untuk masuk pada perdagangan internasional salah satunya yaitu mengikutsertakan Korea Selatan dalam pertunjukan internasional MIPCOM.

1.5.3 Konsep Transnasionalisme

Transnasionalisme memiliki definisi yang luas dan terkadang hampir memiliki kemiripan dan makna yang sama antara globalisasi, internasionalisasi dan neoliberalisme. Saat ini transnasionalisme tampak dimana saja, paling tidak dalam ilmu sosial. Transnasionalisme memiliki minat yang luas dan berkaitan dengan berbagai disiplin-disiplin dalam ekonomi, sosial, budaya dan politik yang berkaitan antara orang, tempat dan institusi lintas batas negara dan mencakup dunia.²⁵ Menurut Portes, Vertovec dan Glick Schiller, bidang transnasionalisme adalah istilah yang merujuk pada kontak jaringan yang diciptakan oleh imigran dan rekan negara asalnya yang terlibat dalam pola berulang bergerak melintasi batas negara dalam mencari keuntungan ekonomi dan suara politik.²⁶

Secara umum dapat disimpulkan bahwa transnasionalisme erat kaitannya dengan pertukaran, koneksi dan praktek lintas batas negara sehingga jarak tidak lagi menjadi hambatan dan hal yang penting. Transnasionalisme dapat dikatakan sebagai hasil dari globalisasi dimana telah terjadi integrasi internasional yang mengaburkan batas-batas negara sehingga jarak tidak lagi menjadi hal yang penting. Transnasionalisme memiliki cakupan yang sangat luas dimana tidak hanya mengenai hubungan antar individu dalam suatu masyarakat namun mengenai hubungan masyarakat lintas batas negara. Hubungan lintas batas negara tersebut tidak hanya berkaitan dengan perpindahan masyarakat secara fisik saja namun juga barang dan

²⁵ Steven Vertovec. 2009. *Transnationalism*. New York: Routledge. Halaman: 1

²⁶ Alejandro Portes, William Haller and Luis E. Guarnizo. 2001. *Transnasionalism Entrepreneurs: The Emergence and Determinants of an Alternative Form of Immigrant Economic Adaptation*. WPTC-01-05, Working Paper Series, Transnational Communities Program. Oxford University. Halaman: 3.

ide-ide manusia. Dengan adanya hubungan lintas batas negara tersebut tentu akan membawa perubahan sosial, politik, ekonomi dan budaya masyarakat dari asal masing-masing negara.

Aktivitas transnasionalisme saat ini sering dikaitkan dengan kegiatan ekonomi dimana hal tersebut dipicu dengan munculnya fenomena perusahaan transnasional sebagai aktor swasta, contohnya seperti *Transnational Corporations* (TNCs). Pendapat Massey dan rekan-rekannya, mengamati bahwa globalisasi ekonomi “menciptakan hubungan kebudayaan antara negara-negara *core capitalist* dan daerah pedalaman” dan transnasionalisme adalah salah satu cara globalisasi mencapai tujuan akhir.²⁷ Aktivitas transnasional ekonomi di dunia ini dapat dijadikan sebagai kunci untuk memahami praktek transnasionalisme dan globalisasi. Menurut Castell, TNCs mencakup struktur atau jaringan yang diduga harus diberikan kepada negara asal. Sistem atau pola yang mereka gunakan dalam praktek transnasionalisme yaitu menyediakan, memproduksi, memasarkan, investasi, transfer informasi dan mengelola barang.²⁸

Menurut Nölke, transnasional ekonomi membahas mengenai penggabungan sistematis pengaruh lintas batas negara yang dilakukan oleh pelaku (perusahaan multinasional dan pelaku pasar keuangan global) dan lembaga antar negara yang dipahami dalam studi ekonomi politik internasional (studi mengenai interaksi antara kebijakan, politik dan pola ekonomi). Transnasional ekonomi telah menunjukkan bahwa prespektif lintas batas negara tidak hanya melibatkan lembaga antar pemerintahan (negara) namun juga melibatkan aktor swasta.²⁹ Dengan kata lain transnasionalisme tidak hanya melibatkan pemerintah antar negara saja namun juga melibatkan aktor-aktor *non state* seperti TNCs.

²⁷ Ivan Light, Min Zhou and Rebecca Kim. Transnationalism and American export in an English-Speaking world. *The International Migration Review*. Vol. 36. No. 3. Los Angeles: University of California. Halaman: 704

²⁸ Steven Vertovec. *Op.Cit.* Halaman: 8

²⁹ Andreas Nölke. 2011. *Transnational Economic Order and National Economic Institution: Comparative Capitalism Meets for the Study of Societies, Cologne*. Germany: Max Planck Institute for the Study of Societies. Halaman: 2

Adanya kegiatan transnasionalisme ini banyak dimanfaatkan oleh negara maju untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi salah satunya dengan perusahaan transnasional. Negara-negara tersebut akan memproduksi, mempromosikan dan mengirimkan barangnya kepada pasar global sehingga barang yang mereka produksi akan bergerak melintasi lintas batas negara. Meskipun yang melakukan pergerakan bukanlah manusia secara fisik namun dengan adanya pergerakan barang akan menciptakan keuntungan kepada negara asal. Transnasionalisme ekonomi dapat terjadi karena adanya dorongan dan keinginan suatu negara untuk memperluas pasar seperti yang dilakukan pemerintah Korea Selatan saat ini.

Dalam kasus di Korea Selatan dalam pengembangan dalam sektor ekonomi kreatif, pemerintah mempraktekkan kegiatan transnasionalisme yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Menurut *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), kreativitas merujuk pada perumusan ide-ide dan penerapan ide-ide untuk menghasilkan karya seni dan produk budaya, kreasi fungsional, penemuan ilmiah dan inovasi teknologi. Dalam aspek ekonomi, kreatifitas dibutuhkan untuk memberikan kontribusi kewirausahaan, menambahkan inovasi, meningkatkan produktifitas dan pertumbuhan ekonomi.³⁰

Pemerintah Korea Selatan berupaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cara mengeluarkan cetak biru *Creative Economy Action Plan* yang didalamnya memuat strategi-strategi dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif. Salah satu tujuan Pemerintah Korea Selatan menciptakan cetak biru tersebut adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui sektor ekonomi kreatif dan memperkuat kepemimpinan Korea Selatan dalam ekonomi global. Untuk mencapai tujuan tersebut maka pemerintah Korea Selatan menyusun strategi untuk mempromosikan produk-produk sektor ekonomi kreatif dalam pada pasar global. Strategi yang digunakan dalam *Creative Economy Action Plan* salah satunya yaitu

³⁰ Daniel Araya. 2010. Cultural Democracy: Universities in the Creative Economy. *Policy Futures in Education*. Vol.8 No. 2. Urbana: University of Illinois at Urbana-Champaign. Halalman 217

“memperkuat kapasitas inovasi ilmu pengetahuan, teknologi dan ICT yang menjadi bentuk dasar dari ekonomi kreatif”.³¹

Dalam strategi ini pemerintah berupaya mempromosikan teknologi masa depan dan mengembangkan industri *Next Generation Networking* pada pasar global. Dengan adanya strategi ini Pemerintah Korea Selatan kemudian mendukung peluncuran saluran TV kabel *Ultra High Definision* (UHD) pertama di dunia sebagai *Next Generation Networking* pada bidang televisi. U-Max yaitu saluran TV kabel Ultra HD mulai melakukan penyiaran selama empat jam sebanyak lima kali dalam sehari yang menyiarkan film dokumenter, kartun dan konser. Format Ultra HD menawarkan gambar yang empat kali lebih jelas dan tajam dari format HD saat ini dan memiliki 22.2 saluran suara berkualitas.³²

Dengan diluncurkannya siaran yang berbasis UHD tersebut kemudian merangsang para produsen televisi seperti Samsung dan LG untuk memproduksi TV yang mendukung siaran televisi kabel yang berbasis UHD. Saat ini kedua produsen TV tersebut telah mendominasi UHD TV di pasar Global. .

Dengan merealisasikan salah satu strategi dalam *Creative Economy Action Plan* tersebut pemerintah Korea Selatan telah melakukan praktek transnasionalisme yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pemerintah Korea Selatan berupaya untuk mempromosikan *UHD Broadcasting* sebagai produk ekonomi kreatif pada pasar global. Dengan mempromosikan penyiaran berbasis UHD tersebut maka akan merangsang para produsen TV manufaktur untuk memproduksi TV yang mendukung layanan *UHD broadcasting*. Pemerintah Korea Selatan bersama dengan aktor swasta seperti Samsung, LG dan perusahaan industri penyiaran di Korea berupaya menciptakan produk-produk ekonomi kreatif pada bidang penyiaran sehingga produk tersebut dapat bergerak melewati lintas batas

³¹ Ministry of Strategy and Finance. 2013. *The Park Geun-Hye Administration's Creative Economy Blueprint, Creative Economy Action Plan and Measures to Establish a Creative Economy Ecosystem*. Sejong: Ministry of Strategy and Finance.

³² Korea Net. 2014. *Next-generation ultra HD broadcasting goes on the air*. Dikutip dari <http://www.korea.net/NewsFocus/Sci-Tech/view?articleId=119023> [17 Maret 2015]

negara. Dengan masuknya produk-produk tersebut pada pasar global maka Korea Selatan sebagai negara asal barang tersebut akan memperoleh keuntungan dari penjualan tersebut yang kemudian akan berimbas pada pertumbuhan ekonomi. Perpindahan barang melewati batas lintas negara dalam praktek transnasionalisme akan membawa dampak pada perekonomian daerah asal. Hal tersebut yang saat ini dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan melalui produk ekonomi kreatifnya terutama produk hasil penyiaran atau *broadcasting*.

1.6 Argumen Utama

Argumen utama merupakan jawaban atau hipotesis dari permasalahan yang diangkat. Mengacu pada permasalahan yang dijelaskan pada latar belakang dan rumusan masalah, penulis berasumsi bahwa untuk mengembangkan sektor penyiaran berbasis UHD perlu adanya upaya-upaya dengan cara melakukan sinergi antara pemerintah dengan perusahaan penyiaran dan manufaktur TV. Kemudian pemerintah mengeluarkan kebijakan “*Creative Economy Action Plan*” yang digunakan sebagai acuan oleh pemerintah dan perusahaan swasta (non pemerintah) dalam mengembangkan dan mempromosikan siaran televisi yang berbasis *Ultra Higt Definition* (UHD) agar menarik lebih banyak konsumen dan merangsang penjualan perangkat UHD TV di pasar Global.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian memiliki peran penting dalam penyusunan karya ilmiah karena berfungsi sebagai teknik untuk mencari dan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Tujuan dari penggunaan metode dalam suatu penelitian adalah untuk mempermudah peneliti dalam mencari, mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menghasilkan karya tulis yang mudah dipahami, tertata dan sistematis. Metode penelitian yang digunakan dalam

karya tulis ilmiah ini terbagi menjadi dua yaitu metode pengumpulan data dan metode analisis data.

1.7.1 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan data, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.³³ Berdasarkan penggolongan sumber data tersebut, peneliti lebih condong menggunakan sumber data sekunder yaitu dengan teknik penelitian kepustakaan (*Library Research*). Dengan kata lain peneliti tidak terjun langsung ke lapangan untuk mencari dan mengumpulkan data sehingga untuk mendapatkan data yang valid dan objektif, maka peneliti mencari data di beberapa tempat dan pusat informasi diantaranya:

1. Perpustakaan Pusat Universitas Jember
2. Perpustakaan FISIP Universitas Jember
3. Media Elektronik (Internet, Jurnal, Ebook)
4. Buku Koleksi Pribadi
5. Media Cetak

1.7.2 Teknik Analisis Data

Dalam penulisan karya tulis ilmiah perlu menggunakan teknik analisis data sebagai panduan untuk mencari jawaban dan memecahkan permasalahan dari objek yang diteliti. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan

³³ Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. Halaman: 225

cara mengorganisasi data dalam kategori, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun oleh orang lain.³⁴

Karya tulis ilmiah ini menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan aktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.³⁵

Selain itu penulis juga menggunakan teknik analisis dengan cara berfikir induktif yaitu berangkat dari fakta-fakta, data-data, kasus-kasus individual atau pengetahuan-pengetahuan yang bersifat khusus, menjadi konklusi-konklusi yang umum.³⁶ Unit analisis yang digunakan oleh penulis adalah negara, dalam hal ini adalah Korea Selatan sedangkan unit eksplanasi yang digunakan yaitu upaya Pemerintah Korea Selatan dalam mengembangkan bidang penyiaran atau *broadcasting* yang akan membawa dampak positif bagi perekonomian Korea Selatan baik dalam kancah global ataupun dalam negeri.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun agar penulisan karya ilmiah ini lebih terstruktur dan mudah dipahami oleh karena itu penulis membagi menjadi lima bab yang terdiri dari :

BAB 1. PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, ruang lingkup pembahasan, batasan materi, batasan waktu, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, argumen utama, metode penelitian dan sistematika penulisan

³⁴ *Ibid.* Halaman: 245

³⁵ Moh. Nasar. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Halaman: 54

³⁶ Burhan Bungin. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kualitatif dan Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press. Halaman: 16

BAB 2. GAMBARAN UMUM EKONOMI KOREA SELATAN

Mendeskripsikan dan menjelaskan gambaran umum transisi ekonomi korea menjadi ekonomi kreatif dan gambaran umum dikeluarkannya rencana tindakan ekonomi kreatif

BAB 3. PENGEMBANGAN BIDANG PENYIARAN KOREA SELATAN

Mendeskripsikan dan menjelaskan Pengembangan Bidang penyiaran berbasis UHD sebagai penyokong pertumbuhan ekonomi Korea selatan dan upaya-upaya yang dilakukan Korea selatan untuk mengembangkannya.

BAB 4. UPAYA KOREA SELATAN MENGEMBANGKAN BIDANG PENYIARAN UHD MELALUI AKTIVITAS TRANSNASIONAL

Analisis dikeluarkannya kebijakan rencana tindakan ekonomi kreatif dan pengembangan penyiaran berbasis UHD dilihat dari segi konsep transnasionalisme.

BAB .5

Berisi kesimpulan dari keseluruhan isi karya tulis di atas

BAB 2. GAMBARAN UMUM EKONOMI KOREA SELATAN

Korea Selatan merupakan negara di kawasan Asia Timur yang berupa negara semenanjung yang berbatasan langsung dengan Korea Utara. Secara historis Korea Utara dan Korea Selatan memiliki hubungan yang erat dimana pada masa lampau kedua negara tersebut berasal dari satu wilayah semenanjung. Namun wilayah semenanjung tersebut terpecah menjadi dua yang kemudian membentuk negara Korea Utara dan Korea Selatan setelah Jepang menyerah terhadap Amerika Serikat. Mulanya semenanjung Korea dijajah oleh Jepang namun pada tahun 1945 Jepang menyerahkan wilayah semenanjung Korea kepada Amerika Serikat. Setelah Perang dunia II tersebut maka Korea Selatan diberi kesempatan untuk merdeka yang dibantu oleh tentara Amerika Serikat sedangkan Korea Utara berada dibawah kekuasaan komunis.³⁷ Sejak saat itulah semenanjung Korea bagian selatan tersebut merdeka dengan nama resmi *Republic of Korea* (ROK) atau *South Korea*.

Bab ini terbagi menjadi tiga subbab yang menjelaskan mengenai gambaran umum mengenai kondisi ekonomi Korea Selatan paska kemerdekaan. Kemudian dilanjutkan dengan transisi ekonomi menjadi ekonomi kreatif dan terakhir dengan dikeluarkannya kebijakan *creative economy action plan*.

2.1 Kondisi Ekonomi Korea Selatan Pasca Kemerdekaan

Korea Selatan memproklamasikan kemerdekaannya pada 15 Agustus 1948 dengan nama resmi yang di pimpin presiden pertama yaitu Syngman Rhee. Pada awal kemerdekaannya populasi penduduk Korea Selatan dapat dikatakan sangat sedikit. Dalam sensus resmi pertama yang diambil pada tahun 1949, total penduduk Korea selatan dihitung hanya 20.188.641 orang. Pada sensus selanjutnya yang dilakukan pada tahun 1985 total jumlah penduduk adalah. 40.466.577 orang. Dari rentang kedua

³⁷ Central Intelligence Agency (CIA). 2015. *The World Factbook* . Dikutip dari <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ks.html> [30 Agustus 2015]

periode sensus tersebut jelas bahwa Korea Selatan memiliki pertumbuhan penduduk yang lambat yaitu hanya sekitar 1,1 persen per tahunnya.³⁸

Faktor rendahnya tingkat pertumbuhan populasi penduduk Korea Selatan dikarenakan kondisi politik dan perekonomian Korea Selatan yang belum stabil pasca kemerdekaan dari tahun 1946 hingga 1953. Faktor lain yang mempengaruhi rendahnya pertumbuhan penduduk Korea Selatan yaitu pecahnya perang Korea setelah kemerdekaan yaitu pada tahun 1950. Selama tiga tahun perang tersebut berlangsung sekitar tiga juta orang termasuk militer maupun rakyat sipil Korea Selatan tewas dalam perang tersebut.³⁹ Selain itu akibat kependudukan Jepang resmi berakhir pada 15 Agustus 1945 setelah Jepang takluk terhadap Amerika Serikat maka sejak saat itulah terjadi perubahan ekonomi di Korea Selatan secara drastis karena selama penjajahan tersebut perekonomian Korea Selatan sangat tergantung terhadap Jepang.⁴⁰ Setelah berakhirnya masa penjajahan Jepang perekonomian Korea Selatan merosot tajam karena selama ini banyak perusahaan yang bergantung terhadap Jepang dan adanya masalah pada pasokan listrik di Korea Selatan. Pada tahun 1948 terlihat jelas dari merosotnya output manufaktur di Korea Selatan jika dibandingkan dengan tahun 1940 seperti yang tertera pada tabel 1.1.⁴¹

³⁸ Andrea Matles Savada dan William Shaw. 1990. *South Korea: Population*. Dikutip dari <http://countrystudies.us/south-korea/33.htm> [17 April 2016]

³⁹ Young Ick Lew. 2000. *Brief History of Korea*. New York: *The Korean Society*. Halaman: 27.

⁴⁰ Charles R. Frank, Jr., Kwang Suk Kim dan Larry E. Westphal. 1975. *Foreign Trade Regimes and Economic Development: South Korea*. Cambridge: National Bureau of Economic Research. Halaman: 6.

⁴¹ *Ibid.* Halaman: 7-8.

Tabel 1.1 Perbandingan output manufaktur Korea Selatan tahun 1940 dan 1948

Manufacturing Output and Employment, 1940 and 1948
(output in millions of 1948 constant won)

	<i>Manufacturing Output in 1940</i>		<i>South Korea's Share</i>	<i>South Korea's Manufacturing Output, 1948</i>	<i>Manufacturing Workers, 1948 (000)</i>
	<i>All Korea</i>	<i>South Korea</i>			
<i>Metal</i>	49.2(9.3)	4.9(2.0)	(10.0)	2.2(4.2)	4.9(3.7)
<i>Machinery</i>	19.3(3.6)	13.9(5.6)	(72.0)	3.4(6.4)	14.4(11.0)
<i>Chemicals</i>	181.5(34.2)	30.7(12.4)	(16.9)	15.2(28.8)	32.6(24.9)
<i>Textiles</i>	72.8(13.7)	61.5(24.8)	(84.5)	21.6(41.0)	60.4(46.1)
<i>Food</i>	118.8(22.4)	76.0(30.6)	(64.0)	6.6(12.5)	9.0(6.9)
<i>Ceramics</i>	15.7(3.0)	4.3(1.7)	(27.4)	1.4(2.7)	5.6(4.3)
<i>Printing</i>	7.0(1.3)	6.2(2.5)	(88.6)	1.6(3.1)	2.4(1.8)
<i>Handicraft</i>	7.6(1.4)	4.9(2.0)	(64.5)	0.7(1.3)	1.8(1.4)
<i>Other</i>	59.0(11.1)	45.7(18.4)	(77.5)	0.0	0.0
<i>Total</i>	530.9(100.0)	248.1(100.0)	(46.8)	52.6(100.0)	131.1(100.0)
<i>Center government operated</i>				11.6(22.1)	37.8(28.8)
<i>Local government operated</i>				6.8(12.9)	25.6 (19.5)
<i>Private</i>				34.2(65.0)	67.8(51.7)
<i>Total</i>				52.6(100.0)	131.1(100.0)

Sumber : Bank of Korea, Economic Statistics Yearbook, 1949, pp. 1-47-1-48 dalam Charles R. Frank, Jr., Kwang Suk Kim and Larry E. Westphal. *Foreign Trade Regimes and Economic Development: South Korea*. Cambridge: National Bureau of Economic Research. Halaman: 7

Kondisi tersebut yang kemudian menjadi faktor rendahnya tingkat pertumbuhan penduduk. Penduduk Korea Selatan lebih fokus pada membela negara pada masa perang Korea dibandingkan untuk meningkatkan jumlah populasi penduduk. Selain itu banyaknya jumlah korban dalam perang tersebut jelas semakin mengurangi jumlah populasi masyarakat saat itu. Kondisi perekonomian yang buruk saat itu juga mempengaruhi pemikiran masyarakat Korea untuk tidak meningkatkan pertumbuhan penduduk. Logikanya karena semakin tinggi populasi maka kebutuhan juga akan semakin meningkat sedangkan perekonomian Korea sendiri sedang terpuruk.

Selain lambatnya pertumbuhan penduduk Korea Selatan, masalah lain yang dihadapi Korea Selatan yaitu kurangnya ketersediaan pangan karena kurangnya sumber daya alam. Letak geografis dan topologi wilayah Korea Selatan kurang menguntungkan terhadap ketersediaan sumber daya alam. Korea Selatan terbentang antara 38 derajat lintang utara sampai 33 derajat lintang utara dan 126 derajat bujur timur sampai 132 derajat bujur timur. Korea Selatan memiliki 4 musim yang berbeda yaitu musim dingin, panas, semi dan gugur.⁴² Korea Selatan merupakan negara pegunungan namun hanya 22 persen tanah yang subur.⁴³ Hal tersebut dikarenakan pegunungan di Korea Selatan bukan merupakan jalur gunung berapi sehingga kandungan mineral yang tidak begitu banyak akan mempengaruhi kesuburan tanah.

Faktor lain yang mengurangi tingkat kesuburan tanah yaitu pengelolaan air di Korea Selatan sulit, terutama karena lebih dari 60% dari curah hujan tahunan hilang selama terjadinya banjir dan hujan lebat, sementara itu sungai-sungai mengering pada musim kemarau. Kebutuhan air meningkat dengan tajam seiring dengan penambahan populasi, perkembangan ekonomi dan perubahan gaya hidup.⁴⁴ Selain itu dengan

⁴² Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea, Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata. 2012. *Korea: Dulu & Sekarang*. Seoul: Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea, Kementerian Budaya, Olahraga. Halaman: 184.

⁴³ Andrea Matles Savada dan William Shaw. 1990. *South Korea: Agriculture*. Dikutip dari <http://countrystudies.us/south-korea/52.htm> [17 April 2016]

⁴⁴ Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea, Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata. Op.Cit. Halaman: 186.

adanya empat musim di Korea Selatan yang mempersulit pengelolaan hasil pertanian dan sulit untuk ditanami berbagai macam komoditas pertanian. Maka dari itu Korea Selatan dapat dikatakan sebagai negara yang miskin terhadap sumber daya alam. Jika dibandingkan dengan Indonesia, Korea Selatan memulai pembangunan pada masa yang hampir sama tetapi memiliki sumber daya alam yang jauh lebih miskin.

Rendahnya sumber daya alam di Korea Selatan memaksakan pemerintah untuk mencari sumber ekonomi lain untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat terutama masalah pangan. Bahkan setelah masa kemerdekaan, Korea Selatan mengalami krisis pangan sehingga Amerika Serikat mengimport sekitar 670 ribu ton makanan diantara yaitu beras, gandum, susu bubuk dan barley untuk memenuhi kebutuhan pangan penduduk Korea Selatan.⁴⁵ Pada masa pemerintahan Presiden Park Chung dikeluarkan cetak biru “rencana pembangunan ekonomi” yang bertujuan untuk membangun perekonomian Korea Selatan yang sangat lemah dan sebagai jalan keluar dari kemiskinan. Pada tahap awal pemerintah Korea Selatan mengfokuskan pada pembangunan industri kimia berat kemudian pada tahun 1963 berlanjut pada pembangunan industri kilang minyak, industri mobil, industri kapal dan lain sebagainya. Sejalan dengan berlangsungnya rencana pembangunan ekonomi pemerintah, suasana di desa pertanian juga menjadi aktif lagi. Ekonomi yang memfokuskan diri pada industri ringan berubah dengan industri berat.⁴⁶ Industri Kimia berat di Korea Selatan masih menjadi industri inti dalam memajukan dan mengembangkan perekonomian setelah terpuruk pasca kemerdekaan. Bahkan Industri kimia berat adalah pusat kebijakan industri nasional pada tahun 1970-an.⁴⁷

⁴⁵ Charles R. Frank, Jr., Kwang Suk Kim and Larry E. Westphal .*Op.Cit.* Halaman: 8.

⁴⁶ KBS World Radio. 2015. Mewujudkan keajaiban sungai Han. Dikutip dari http://world.kbs.co.kr/indonesian/program/program_kpanorama_detail.htm?No=10036289 [9 September 2015]

⁴⁷ Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea, Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata. 2012. Korea: Dulu & Sekarang. Seoul: Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea, Kementerian Budaya, Olahraga. Halaman: 235.

Dengan kondisi sumber daya alam yang sangat minim maka Korea Selatan terus mengembangkan industri manufakturnya agar dapat mencukupi kebutuhan hidup masyarakatnya. Pemerintah Korea Selatan melakukan ekspor pada barang industri manufaktur dan sebagai gantinya Korea Selatan mengimpor bahan pangan. Impor bahan pertanian (pangan) memiliki peran vital bagi Korea Selatan untuk memenuhi pasokan makanan, pakam dan bahan baku untuk pengelolah dalam negeri. Bahan pangan yang di impor Korea Selatan antara lain beras, sayuran, makanan olahan, kedelai, daging sapi, gandum, gula, produk susu, daging babi, *wine*, kelapa sawit, karet, pisang, biji minyak, minyak kedelai, dan buah kiwi.⁴⁸

Setelah Korea Selatan mengembangkan industri kimia berat dan industri manufaktur untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya kemudian terjadi restrukturisasi industri pada tahun 1980-an. Proses restrukturisasi ini ditujukan untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM). Lalu dilanjutkan dengan liberalisasi dan keterbukaan pasar pada tahun 1990-an. Ketika terjadi krisis keuangan di Asia pada tahun 1997, Korea melakukan reformasi yang berani demi mempercepat proses pemulihan. Perusahaan-perusahaan Korea mengambil inisiatif untuk meningkatkan transparansi dan memenuhi standar global, serta memfasilitasi pembentukan usaha-usaha baru diberlakukan melalui kebijakan-kebijakan yang buat pemerintah pada masa itu. Sejak tahun 2000, inovasi telah menjadi agenda nasional teratas. Untuk menciptakan inovasi-inovasi baru, Korea mempromosikan kebijakan yang ramah bisnis maupun kebijakan-kebijakan yang memperkuat kerjasama antara perusahaan besar dan UKM.⁴⁹

Mulai tahun 1960-an hingga tahun 2000-an pemerintah Korea Selatan terus melakukan inovasi pada industri berat khususnya industri manufaktur hingga menjadi negara maju seperti saat ini. Namun Pemerintah Korea Selatan tidak dapat terus-menerus mengandalkan industri sektor manufaktur dan industri kilang minyak . Hal

⁴⁸ United States Department of Agriculture Economic Research Service. 2015. *South Korea: International Market trade*. Dikutip dari <http://www.ers.usda.gov/topics/international-markets-trade/countries-regions/south-korea/trade.aspx> [17 April 2016]

⁴⁹ Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea, Kementrian Budaya, Olahraga dan Pariwisata. *Loc. Cit.*

tersebut dikarenakan bahan baku dari semua industri yang dibangun oleh Korea Selatan berasal dari sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Oleh karena itu perlu adanya alternatif ekonomi lain untuk menopang perekonomian Korea Selatan. Ditambah lagi dengan penjelasan sebelumnya mengenai pertumbuhan penduduk Korea Selatan yang lambat sehingga sulit untuk mengembangkan ekonomi dengan sistem padat karya. Dengan terbatasnya jumlah populasi masyarakat akibat lambatnya pertumbuhan penduduk maka pemerintah harus mencari alternatif ekonomi dengan modal sumber daya manusia yang terbatas tersebut. Selain itu besarnya kontribusi sektor ekonomi kreatif terutama bidang penyiaran semakin membuka peluang keberhasilan bagi Korea Selatan menjadikan sektor ekonomi kreatif sebagai penyokong perekonomian Korea Selatan. Maka pada tahun 2013 Pemerintah Korea Selatan memilih menggunakan sistem ekonomi kreatif dengan modal utamanya yaitu kreatifitas sumber daya manusianya. Selain itu, besarnya prospek dan kecanggihan teknologi Korea Selatan semakin membuka peluang keberhasilan Korea Selatan mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penyokong perekonomiannya.

2.2 Transisi Ekonomi Korea Selatan Menjadi Ekonomi Kreatif

Setelah mengalami perjalanan yang panjang untuk mencapai kemakmurannya, saat ini, Korea Selatan telah menjadi negara yang maju di kawasan Asia setelah China dan Jepang. Kemajuan Korea Selatan menjadi negara besar tidak terlepas dari kontribusi sektor industri manufaktur yang selama ini menjadi penyumbang terbesar GDP Korea Selatan. Namun saat ini Pemerintah Korea Selatan melakukan transisi pada bidang ekonomi dimana tidak hanya mengandalkan sektor industri manufaktur saja, tetapi juga mendorong terbentuknya mesin pertumbuhan ekonomi baru yang berbasis pada inovasi dan kreatifitas. Dalam pidato pengukuhan pada 25 Februari 2013, Presiden Korea Park Geun Hye mengumumkan visinya untuk menciptakan “Keajaiban Sungai Han Kedua” melalui sebuah kebijakan baru yang terfokus pada pembangunan ekonomi kreatif. Sebagaimana demokrasi ekonomi sebagai tema utama

pemilihan Presiden Korea Selatan tahun 2012. Perhatian Presiden Park Geun Hye telah tersita pada konsep “ekonomi kreatif” selama bulan pertama kepemimpinannya sebagai inti dari agenda pertumbuhan ekonomi pada masa pemerintahannya.⁵⁰

Ekonomi kreatif adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, maksud dari pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Dengan kata lain, ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta dan kreativitas. Ekonomi kreatif ini merupakan gelombang ekonomi keempat setelah era ekonomi pertanian, ekonomi industri dan ekonomi informasi.⁵¹

Pemerintah Korea Selatan menekankan pada pembentukan mesin pertumbuhan baru melalui penggabungan antara teknologi, kreatifitas dan ilmu pengetahuan yang mereka sebut sebagai ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif tersebut kemudian akan digerakan oleh sektor industri kreatif yang dapat berdampak positif terhadap ekspor Korea Selatan kepada pasar dunia. Salah satu dari kategori industri kreatif adalah industri konten yang memberikan banyak kontribusi terhadap perekonomian Korea Selatan.

2.2.1 Prediksi keberhasilan Sektor Penyiaran Sebagai Subsektor Ekonomi Kreatif

Korea Selatan saat ini lebih mengedepankan dan mengembangkan potensi yang berasal dari kreatifitas, inovasi, ilmu pengetahuan dan teknologi. Jika dibandingkan dengan perekonomian Korea Selatan pada tahun 1960an yang terfokus pada industri manufaktur, saat ini perekonomiannya telah bergeser pada *knowledge*

⁵⁰ Sean Connell. *Loc. Cit.*

⁵¹ Mari Elka Pangestu. *Loc. Cit.*

based economy yaitu ekonomi kreatif. Alasan digunakannya ekonomi kreatif sebagai salah satu alternatif untuk dijadikan sebagai penyokong pertumbuhan ekonomi adalah karena kreatifitas dan ide merupakan sumber daya yang tidak terbatas dan dapat terus dikembangkan. Industri lain seperti industri manufaktur tidak dapat terus menerus diandalkan karena memiliki keterbatasan pada bahan baku yang mengandalkan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui dan terbatas ketersediaannya di alam. Oleh karena itu perlu adanya pengembangan potensi lain yang dijadikan alternatif lain yaitu ekonomi kreatif. Daya saing dari ekonomi kreatif berasal dari tiga sumber yaitu kreatifitas, inovasi dan teknologi. Tiga sumber daya saing ekonomi kreatif tersebut dapat diperoleh pengembangan akal pikiran (knowlage) manusia sehingga ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai ekonomi yang berdasarkan pengetahuan atau *knowledge based economy*. Definisi dari *knowledge based economy* itu sendiri menurut *Asian Development Bank (ADB)* adalah:

*A knowledge-based economy is one that has an economic incentive and institutional regime that stimulates the acquisition, creation, dissemination, and use of knowledge and information to improve its growth and welfare, as well as effective systems of education and skills, information and communication technology (ICT), research and development (R&D), and innovation.*⁵²

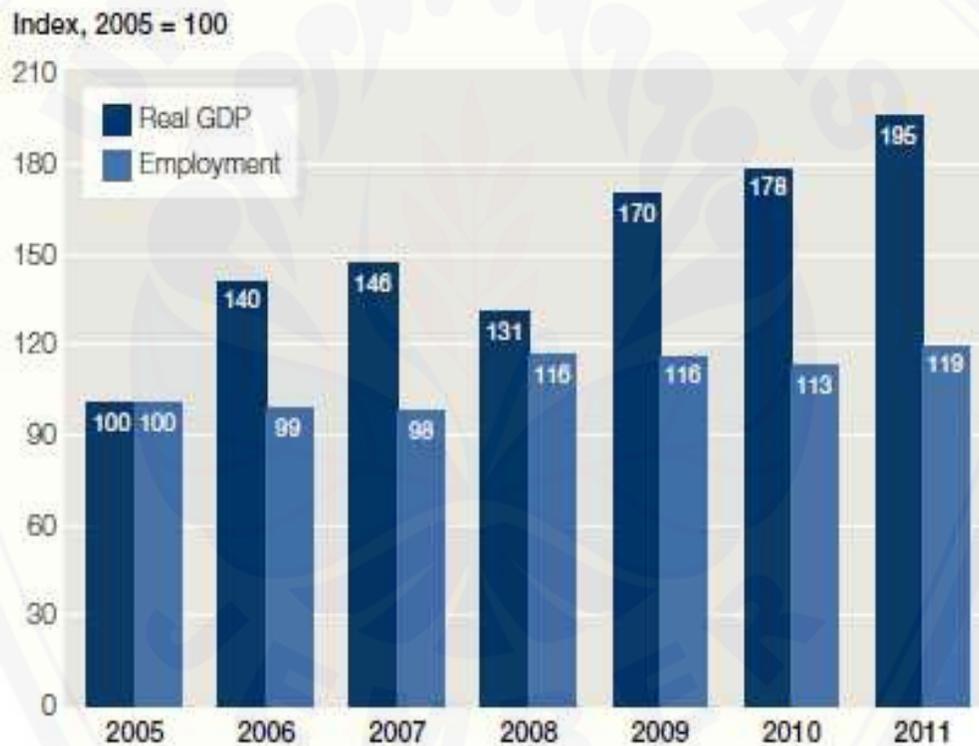
Sama halnya yang diusung oleh Korea Selatan saat ini dimana perekonomian yang digunakan saat ini yaitu yang berdasarkan ekonomi yang bersumber dari pengembangan akal pikiran manusia yaitu menyatukan kreatifitas, inovasi, ilmu pengetahuan dan juga teknologi yang kemudian dikemas dalam ekonomi kreatif. Seperti yang dikembangkan saat ini oleh Korea Selatan salah satunya yaitu pengembangan pada bidang penyiaran berbasis UHD.

Ekonomi kreatif terbagi menjadi beberapa subsektor salah satunya yaitu bidang penyiaran yang didalamnya mencakup industri televisi atau industri konten. Kontribusi industri televisi atau industri konten terhadap *Gross Domestic Product*

⁵² Asian Development Bank. 2014. *Innovative Asia: Advancing The Knowledge-Based Economy*. Manila: Asian Development Bank. Halaman: 3

(GDP) atau Produk Domestik Bruto (PDB) terus mengalami peningkatan sejak tahun 2005 dengan peningkatan rata-rata 11,8% per tahun. Industri televisi ini dianggap sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang bagus untuk dijadikan sebagai mesin pertumbuhan baru karena memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sebanyak 3,8 % pertahun. Selain itu juga industri ini dinilai dapat meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan hingga 19% dan menyerap tenaga kerja sekitar 8,6 % per tahun.⁵³

Gambar 2.1 Kontribusi Industri Televisi (Penyiaran) terhadap PDB dan Lapangan Pekerjaan



Sumber: Oxford Economic. Tanpa Tahun. *The economic contribution of the film and television industries in South Korea*. Diakses dari http://www.tisf.org.tw/newsletter/2012/SK_film_TV.pdf.
Halaman: 11

Industri televisi berisi berbagai produk konten atau program yang akan disiarkan melalui industri *broadcasting* dimana volume pasar konten Korea Selatan

⁵³ Oxford Economic. *Op.Cit.* Halaman: 11

pada tahun 2012 adalah 81 triliun won dan 271.6 milyar, hal tersebut menunjukkan peningkatan 5,2 % dari tahun 2011. Diperkirakan bahwa volume pasar akan terus tumbuh tinggi dengan rata-rata 7,2 % dan akan mencapai sekitar 112,6 milyar won pada tahun 2016. Rasio nilai tambah dari industri konten terhadap PDB adalah 2,7% pada 2011 menunjukkan peningkatan sebesar 0,1 % dari tahun sebelumnya.⁵⁴

Berdasarkan data dari tahun 2005 hingga 2011 tersebut dimana sektor penyiaran terus mengalami peningkatan setiap tahun dalam hal penjualan. Dari penjualan tersebut memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian Korea Selatan. Menurut data tersebut dapat diprediksikan bahwa industri *broadcasting* memiliki prospek yang besar karena bidang penyiaran memberikan kontribusi yang besar dan memiliki peran yang besar dalam menciptakan dan mendistribusikan konten kreatif seperti iklan, film, musik dan permainan. Hal ini juga mendorong pertumbuhan industri terkait. Kinerja Korea Selatan terlihat dengan pangsa pasar global atas industri layar, peningkatan ekspor konten penyiaran, dan meningkatkan daya saing peralatan penyiaran. Pendapatan penjualan industri penyiaran di Korea Selatan pada tahun 2012 adalah 12 triliun won, yang tumbuh rata-rata pertahun 10% untuk 5 tahun terakhir. Total volume pasar penyiaran Korea Selatan termasuk konten industri terkait adalah 54 triliun won.⁵⁵

⁵⁴ Invest Korea. Tanpa Tahun. *Digital Content Industry*. Dikutip dari <http://investseoul.com/industries/digital-content-industry/> [30 September 2015]

⁵⁵ *Ibid.*

Gambar 2.2 Persentase Hasil Penjualan Industri Penyiaran (*Broadcasting*)

Source: "Public Debate for Establishing the Comprehensive Plan for the Development of the Broadcasting Industry," The Ministry of Science, ICT and Future Planning, the Korea Communications Commission, and the Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2013

Sumber : Invest Korea. Tanpa Tahun. *Digital Content Industry*. Dikutip dari <http://investseoul.com/industries/digital-content-industry/> [30 September 2015]

Pada gambar tersebut telah dijelaskan bahwa hasil dari penjualan industri *broadcasting* mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Hal tersebut menandakan bahwa industri penyiaran atau *broadcasting* memiliki potensi untuk dijadikan sebagai mesin pertumbuhan baru sehingga dapat meningkatkan perekonomian Korea Selatan.

2.2.2 Perkembangan Ekonomi Kreatif Bidang Penyiaran

Perubahan yang signifikan dalam struktur penyiaran televisi di Korea Selatan terjadi sejak kemunculan televisi. Perubahan tersebut dibuat oleh pemimpin politik. Selama periode rezim otoriter (1982-1992), negara menggunakan penyiaran televisi untuk memproyeksikan tujuan dan sasaran kepada masyarakat sebagai bagian dari proses membentuk dan mengubah masyarakat sesuai dengan visi, sedangkan para

penyiar dipaksa untuk melayani kepentingan dan prioritas negara daripada masyarakat atau kepentingan lainnya.⁵⁶

Pemerintah memiliki kontrol yang kuat terhadap penyiaran pada saat itu, bahkan *Korean Broadcasting Commission* (KBC) atau komisi penyiaran Korea selatan memiliki peranyang terbatas terutama pada pemantauan dan sensor program. Pemerintah menciptakan kelonggaran pada kinerja penyiaran yang dianggap ambigu sehingga memungkinkan pemerintah meletakkan kontrol yang kuat melakukan intervensi terhadap sektor penyiaran. Misalnya seperti pemerintah menekankan dasar hukum membela hak-hak individu, masyarakat moral dan etika sosial. Namun dibawah dasar hukum tersebut para wartawan dilarang untuk mengejar isu-isu sensitif.⁵⁷ Hal tersebut dianggap ambigu karena meskipun diberi kelonggaran dan memberikan dasar hukum namun pemerintah tetap memberikan tekanan dan batasan terhadap berita yang akan diliput dan disiarkan oleh wartawan.

Di Korea Selatan pengembangan TV kabel satelit tidak didasarkan oleh permintaan konsumen, tetapi oleh pemerintah yang mana bertujuan untuk memperbanyak keragaman *channel*. Harapannya adalah agar dapat melindungi pemirsa di Korea Selatan dari pengaruh budaya asing, terutama Jepang dan akan mempromosikan persaingan ekonomi. Pada tahun 1995 saat TV kabel diperkenalkan, para operator TV kabel masih memiliki peran namun masih harus mengantongi izin dari pemerintah. Namun semakin lama muncul berbagai masalah seperti manajemen pemerintah yang buruk, peraturan dan adanya krisis ekonomi kemudian memaksa Pemerintah Korea Selatan melakukan deregulasi industri penyiaran.⁵⁸

Akhirnya hukum mengenai penyiaran disahkan pada tahun 1999, enam tahun setelah draft pertama diusulkan. Pada tahun berikutnya penyiaran digital satelit Korea (dengan nama merek *Skylive*), sebuah konsorsium dari 159 perusahaan termasuk Korea Telecom dan tiga lembaga penyiaran nasional (*Korean Broadcasting System* [KBS],

⁵⁶ Ki Sung Kwak. 2010. Broadcasting Deregulation in South Korea. *Academic Paper Series on Korea*. Vol. 3. Washington: Korea Economic Institute of America. Halaman: 81

⁵⁷ *Ibid.* Halaman: 82

⁵⁸ *Ibid.* Halaman: 83

Munhwa Broadcasting Corporation [MBC] dan SBS) diberikan lisensi monopoli untuk menyiarkan satelit.⁵⁹ Sejak itulah penyiaran di Korea Selatan tidak terlalu didominasi dan di kontrol oleh pemerintah. Selain itu mulai banyak perusahaan komunikasi yang berani berpartisipasi dalam bidang penyiaran dan tidak seketat pada masa rezim otoriter sebelumnya. Bidang industri penyiaran Korea Selatan juga mulai banyak mengalami perkembangan terutama dari segi ekonomi sehingga dapat dijadikan sebagai mesin pertumbuhan baru.

2.3 Kebijakan Rencana Tindakan Ekonomi Kreatif

Pemerintah Korea Selatan saat ini mulai melirik sektor ekonomi kreatif sebagai sektor yang dapat dijadikan motor penggerak ekonomi Korea Selatan. Terutama pada saat pemerintahan Presiden Park Geun Hye yang menjadikan sektor ekonomi kreatif sebagai agenda utama dalam pemerintahannya. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang digunakan sebagai inti pemerintahan Presiden Park Geun Hye, pemerintah Korea Selatan mengeluarkan kebijakan *Creative Economy Action Plan* (rencana tindakan ekonomi kreatif).

Ekonomi kreatif yang diusung dalam cetak biru *Creative Economy Action Plan* ini lebih mengedepankan terciptanya mesin pertumbuhan ekonomi baru melalui konvergensi ilmu dan teknologi dengan industri serta budaya dan industri. Selain itu juga bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan perkapita Korea Selatan. Konsep ekonomi kreatif yang diusung oleh Korea Selatan merupakan bentuk kebijakan seperti halnya kebijakan *Green Growth* pada masa pemerintahan Presiden Lee Myung Bak. Lebih tepatnya keputusan pemerintahan Presiden Park Geun Hye tersebut bertujuan untuk menekankan pentingnya membudidayakan

⁵⁹ *Ibid.* Halaman: 84-85.

ekosistem yang kondusif untuk mendorong inovasi agar dapat mendukung pertumbuhan ekonomi dimasa depan.⁶⁰

Adanya ekosistem yang kondusif tersebut akan memudahkan untuk melakukan inovasi-inovasi sehingga menciptakan produk-produk baru yang kreatif ataupun meningkatkan nilai tambah pada barang dan jasa yang sudah ada. Dengan demikian dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian. *Creative Economy Action Plan* diumumkan pada tanggal 5 Juni 2013, berisi mengenai berbagai cara dan strategi pemerintah untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Terdapat 3 tujuan utama dari *Creative Economy Action Plan* yaitu antara lain :

- a. Menciptakan lapangan kerja dan pasar baru melalui kreatifitas dan ekonomi
- b. Memperkuat kepemimpinan Korea dalam ekonomi dan pasar global
- c. Menciptakan masyarakat dimana dapat mewujudkan dan menghormati kreatifitas

Untuk mencapai tiga tujuan ekonomi kreatif tersebut pemerintah Korea Selatan telah menyiapkan enam cara dan strategi yaitu :

2.3.1 Menciptakan Kreatifitas dan Ekosistem Untuk Usaha Baru

Untuk mengimbangi kreatifitas dan menciptakan ekosistem yang dapat mempromosikan usaha baru, Pemerintah Korea Selatan menggunakan dua cara yaitu dengan cara menciptakan kondisi yang dapat memudahkan para wirausaha atau UKM (usaha kecil dan menengah) dan menciptakan hak paten untuk ide-ide kreatif. Pemerintah Korea Selatan berusaha untuk menciptakan kondisi yang dapat mempermudah para wirausahawan baru untuk memulai usahanya melalui jalur investasi. Pemerintah Korea Selatan saat ini telah berupaya untuk meningkatkan investasi dalam sektor ekonomi kreatif dimana hal tersebut dilakukan untuk mendorong dan mempermudah para wirausaha untuk memulai bisnisnya. Menurut

⁶⁰ Sean Connell. *Op. Cit.* Halaman: 2

pemerintah tidak peduli siapapun orang tersebut, jika seseorang datang dengan ide yang baik, mereka akan dapat dengan mudah untuk memulai bisnis mereka. Kondisi akan diciptakan sedemikian rupa sehingga seorang yang gagal namun memiliki itikad yang baik, maka mereka masih dapat untuk memulai usahanya kembali.⁶¹

Selain membuat menciptakan kondisi yang mendukung para pebisnis baru, pemerintah Korea Selatan akan mengembangkan *Country Patent Strategy Blueprint* guna untuk melindungi ide-ide kreatif yang memiliki nilai dan daya jual yang tinggi.⁶² Strategi dari hak kekayaan intelektual Korea Selatan cakupannya lebih luas karena tidak hanya fokus pada hak paten saja, namun juga mencakup hak cipta, merek dagang dan lain-lain.

2.3.2 Penguatan Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Pemerintah akan mendukung para pengusaha baru dalam memasarkan barangnya sehingga dapat menciptakan pasar baru. Para pengusaha yang memproduksi barang industri yang menjanjikan seperti produk konvergensi dan material, akan diberikan kesempatan untuk memasuki pasar publik melalui pengadaan dengan sistem seleksi yang baik. Barang yang telah dibeli melalui pemerintah akan didaftarkan dalam pusat belanja *online* yang disponsori oleh pemerintah dan akan dipublikasikan.⁶³ Saat ini di Korea Selatan terdapat pusat belanja online yang disebut dengan *Korea ON-Line E- Procurement System* (KONEPS) dimana pusat perbelanjaan online tersebut berada dibawah pengawasan dan disponsori oleh pemerintah. KONEPS merupakan perwakilan sistem *e-Procurement* yang mengintegrasikan karakteristik *e-Commerce* kepada pemerintah untuk kegiatan pengadaan bisnis.⁶⁴ Dengan adanya KONEPS para wirausaha dapat

⁶¹ Ministry of Strategy and Finance. *Log. Cit.*

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ Gyoo Gun Lim, Renee B. Kim dan Han Bae Lee. 2008. *Public E-Procurement: The Korean On Line E-Procurement System (KONEPS)*. 3rd International Public Procurement Conference Proceeding.

dengan mudah melakukan transaksi dengan konsumen atau pembeli ataupun dengan sesama wirausahawan.

Selain itu pemerintah Korea Selatan juga terus berusaha untuk merangsang para investor swasta ataupun asing untuk melakukan investasi kepada usaha kecil ataupun usaha menengah (UKM). Dengan dibukanya investasi bagi pihak swasta atau asing untuk sektor ekonomi kreatif, Pemerintah Korea Selatan mendapat respon positif dari salah satu perusahaan terbesar di Korea Selatan yaitu Samsung. Samsung Grup memberikan dana sekitar 300 miliar won (268 juta dolar) untuk tahun ini dan 450 miliar won (402 juta dolar) untuk beberapa tahun kedepan hingga tahun 2017 dan 750 miliar won (671 juta dolar) untuk lima tahun kedepan antara tahun 2018 hingga tahun 2022.⁶⁵ Dengan adanya dana tersebut secara tidak langsung akan semakin memperkuat usaha kecil dan menengah (UKM) secara finansial untuk memulai usahanya. Pimpinan perusahaan Samsung Elektronik Lee Kun Hee telah berjanji untuk melakukan upaya dalam menghasilkan prestasi nyata untuk ekonomi kreatif dan memperluas investasi serta menciptakan lapangan pekerjaan.⁶⁶

2.3.3 Menciptakan Mesin Pertumbuhan Baru dengan Ekonomi Kreatif

Untuk mengembangkan ekonomi kreatifnya, Pemerintah Korea Selatan mulai menggabungkan ilmu pengetahuan, teknologi dan ICT sebagai sumber energi industri kreatif. Ilmu pengetahuan, teknologi dan ICT digunakan sebagai mesin baru oleh pemerintah untuk mendorong terciptanya industri baru dan meningkatkan produktifitas industri-industri kreatif sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Penggabungan ilmu pengetahuan, teknologi dan ICT dengan industri kreatif akan memberikan banyak keuntungan salah satunya yaitu akan

⁶⁵ Lavanya Vasudev. 2013. *Samsung Group To Invest US \$1.35 Billion in Future Technology Foundation*. Dikutip dari <http://www.dazeinfo.com/2013/06/07/samsung-group-to-invest-1-5-trillion-won-in-future-technology-foundation/> [30 Oktober 2014]

⁶⁶ Yonhap News Agency. 2013. *Samsung unveils revised spending plan for tech, basic science*. Dikutip dari <http://english.yonhapnews.co.kr/news/2013/08/13/36/0200000000AEN20130813007200320F.html> [7 November 2014]

meningkatkan produktifitas industri. Industri yang secara tradisional kuat tetapi saat ini telah tertinggal dapat meningkatkan nilai tambah dan produktifitasnya dengan memperluas sistem manajemen yang berbasis pada informasi dan teknologi (IT).⁶⁷

Selain digunakan sebagai mesin penggerak ekonomi kreatif, ternyata industri ICT sendiri telah menyumbang sekitar 11 % dari total GDP Korea Selatan dan telah memberikan surplus pada neraca perdagangan Korea Selatan sebanyak 75,7 miliar dolar. Industri ICT adalah sektor utama yang menjaga neraca perdagangan Korea Selatan dalam keadaan surplus.⁶⁸ Bahkan pada tahun 2012 ekspor industri ICT di Korea Selatan mengalami peningkatan sebanyak 1,8 % dibanding tahun 2011. Produk ICT yang paling banyak di ekspor oleh Korea Selatan adalah telepon pintar (*Smart Phone*) dan TV digital. Tidak hanya menciptakan industri untuk ekonomi kreatif yang terfokus pada elektronik saja, pemerintah Korea Selatan juga berupaya menciptakan industri baru yang berbasis *software* dan internet. Produksi *software* diperkirakan menunjukkan pertumbuhan yang cukup dari tahun ke tahun yang selanjutnya terjadi pertumbuhan pada paket *software*, peningkatan pada penyedia layanan IT dan dilanjutkan dengan perluasan pasar yang dilakukan oleh perusahaan *software* di Korea Selatan.⁶⁹

Dengan latar belakang besarnya kontribusi industri ICT bagi Korea terutama untuk pertumbuhan ekonomi, Pemerintah Korea Selatan kemudian memasukkan industri ICT sebagai salah satu faktor produksi dan komponen yang menjadi fokus pengembangan ekonomi kreatif di Korea Selatan. Dengan kata lain dengan kemampuan teknologi yang dimiliki Korea Selatan, pemerintah menggunakannya sebagai mesin baru sekaligus sebagai pendorong produktifitas ekonomi kreatif yang saat ini dijadikan sebagai tonggak perekonomian di masa pemerintahan Presiden Park Geun Hye.

⁶⁷ Ministry of Strategy and Finance. *Log.Cit.*

⁶⁸ Switzerland Global Enterprise. 2013. *South Korea Major Business Sectors*. Seoul: Swiss Business Hub Korea. Halaman: 9

⁶⁹ Ibid. Halaman: 9-10

2.3.4 Pengembangan Bakat dan Kreativitas Pemuda Korea Selatan

Pemerintah berupaya untuk menjaga semangat kewirausahaan dan tantangan khususnya bagi pemuda Korea Selatan. Pemerintah akan mendukung para pemuda dan mahasiswa (siswa universitas) untuk masuk dalam sebuah kelompok wirausaha untuk pemula yang kemudian para pengusaha akan datang dan memperkenalkan kepada mereka mengenai tantangan dalam memulai suatu usaha. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan keberanian kepada para pemuda untuk menjadi seorang wirausaha. Kegiatan tersebut akan dilakukan setelah berakhirnya aktifitas sekolah dan akhir pekan. Dengan kata lain, Pemerintah Korea Selatan melakukan pelatihan kepada para pemuda mengenai bagaimana cara untuk menjadi wirausaha dan bagaimana untuk memulai suatu usaha yang berbasis pada kreativitas.

2.3.5 Penguatan Kapasitas Inovasi Ilmu Pengetahuan, Komunikasi dan Teknologi (ICT)

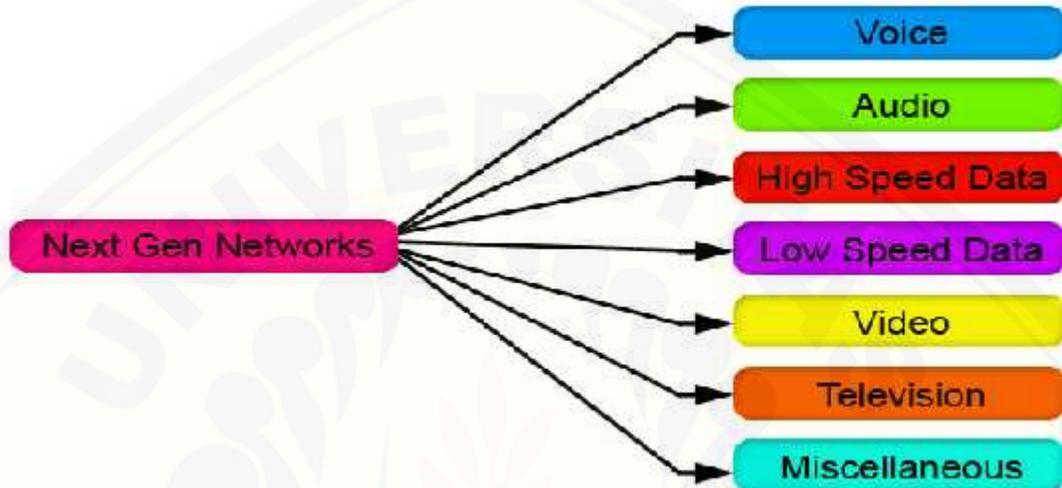
Hal ini dilakukan dengan merintis *Next-Generation Networking* (NGN) dengan menguatkan kapasitas inovasi informasi, komunikasi dan teknologi (ICT). Pemerintah mendukung pengembangan teknologi masa depan yang dianggap menjanjikan seperti komunikasi *5G mobile*, Wi-Fi dan internet 10Gbps dengan target menembus pasar luar negeri.⁷⁰ Saat ini jaringan komunikasi sangat mempengaruhi segala bentuk kegiatan masyarakat mulai dari pendidikan, kesehatan, sosial, ekonomi dan lain-lain. Oleh karena inovasi teknologi terus dilakukan untuk semakin meningkatkan kemampuan jaringan komunikasi dan meminimalisir biaya yang dikeluarkan. Inovasi teknologi tersebut sering disebut dengan *Next Generation Networking (NGN)*.⁷¹ *Next Generation Networking (NGN)* adalah jaringan berbasis yang IP (*internet protocol*) yang menyangkut segala macam informasi dan layanan

⁷⁰ Ministry of Strategy and Finance. *Op.Cit.*

⁷¹ Jaydep Sen. 2009. *Convergence & Next Generation Networks*. Global Licstandardization Forum For India (GISFI). White Paper July 2009. Halaman: 7.

yang terkait dengan suara, data dan video.⁷² Cakupan *Next Generation Networking* sangat luas yaitu mencakup pengembangan teknologi informasi yang berbasis internet protocol yang berkaitan dengan suara, video dan data.

Gambar 2.3 Jenis-jenis *Next Generation Networking*



Sumber : Lakshmi Tech. 2008. *Next Generation Networking*. Dikutip dari <http://ipv6.com/articles/general/Next-Generation-Networking.htm> [21 Oktober 2015]

Di Korea Selatan saat ini *Next Generation Networking* yang sedang dirintis adalah pada *High Speed Data* dan *Television*. Alasan dilakukannya pengembangan pada *Speed Data* karena Korea Selatan beranggapan bahwa saat ini adalah era untuk koneksi 5G. Pemerintah Korea Selatan berpendapat demikian, dan untuk hal tersebut Pemerintah Korea Selatan menggelontorkan 1,5 milyar dolar untuk pembaharuan yang dikatakan akan menjadikan komunikasi *mobile* 1000 kali lebih cepat dibandingkan hari ini.⁷³

Sedangkan pemerintah melakukan pengembangan pada bidang televisi terutama bidang *broadcasting* karena saat ini Korea Selatan sangat terkenal dengan budaya *Korean Wave*. Televisi sendiri erat kaitannya dengan bidang penyiran atau

⁷² Lakshmi Tech. 2008. *Next Generation Networking*. Dikutip dari <http://ipv6.com/articles/general/Next-Generation-Networking.htm> [21 oktober 2015]

⁷³ Doug Gross. 2014. *South Korea spending \$1.5 billion for '5G' network*. Dikutip dari <http://edition.cnn.com/2014/01/22/tech/mobile/south-korea-5g/> [16 November 2014]

broadcasting dimana siaran televisi di jalankan oleh industri penyiaran atau *broadcasting*. Dengan semakin dikembangkannya bidang penyiaran menjadi lebih maju maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah permintaan dan penjualan barang dan jasa dari industri penyiaran.

Jika digolongkan berdasarkan *resource based view*-nya, pengembangan pada bidang penyiaran berbasis UHD termasuk bersifat *intangible* (tidak dapat diraba). Bidang penyiaran termasuk pada industri yang menjual jasa seni hiburan kepada para penonton. Produk ini tercipta melalui aktifitas proses kreasi yang dikemas oleh produser atau *event organizer* dan dilanjutkan dengan aktivitas komersialisasi oleh pemilik acara baik atas dasar permintaan konsumen akhir maupun atas inisiatif sendiri. Seni pertunjukan ini dapat ditonton langsung maupun melalui perantara media seperti media televisi dan internet.⁷⁴ Sedangkan pengembangan perangkat pendukung siaran berbasis UHD termasuk kategori bersifat *tangible* (bisa diraba) karena perangkat pendukung karena produknya berupa perangkat keras atau material

2.3.6 Menciptakan Budaya Ekonomi Kreatif

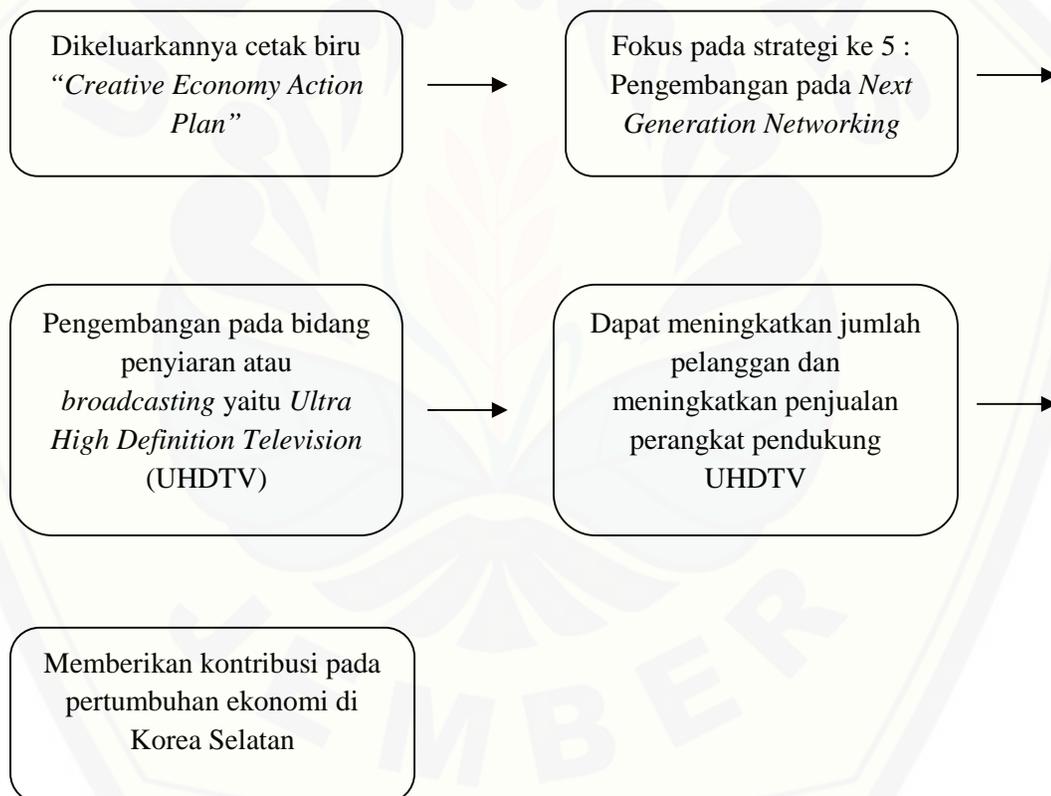
Untuk menciptakan budaya ekonomi kreatif kepada masyarakat, Pemerintah Korea Selatan maka pemerintah menerapkan “*1 Household 1 Inttellectual Property Movement*”. Rencana tersebut dilakukan dengan cara membangun “Ruang Imajinasi Tak Terbatas” ditempat-tempat umum seperti museum, kamtor pos dan perpustakaan. Setelah melakukan 5 kali demonstrasi, ruangan tersebut telah diterapkan diseluruh negeri. Pemerintah berharap dengan dibangunnya “Ruang Imajinasi Tak Batas” dapat merangsa ide-ide siswa yang mengunjungi tempat tersebut. Selain itu Pemerintah Korea Selatan juga menggelar festival ide, membuat portal *online* “*Creative Korea*” untuk masyarakat yang memiliki ide kreatif dan ingin memulai bisnis.⁷⁵

⁷⁴ Mari Elka Pangestu. *Op. Cit.* Halaman: 325

⁷⁵ Ministry of Stategy and Finance. *Log. Cit.*

Dari enam strategi “*Creative Economy Action Plan*” yang dirancang oleh pemerintah Korea Selatan, pada karya tulis ilmiah ini difokuskan pada strategi yang ke lima. Pada Strategi ke lima tersebut pemerintah melakukan perintisan pada *Next Generation Networking* dimana saat ini pemerintah sedang berupaya untuk mengembangkan *Next Generation Networking* pada bidang penyiaran yaitu fokusnya pada pengembangan sektor industri *broadcasting*.

Gambar 2.4 Alur dikeluarkannya *Creative Economy Action Plan* hingga Memberikan Dampak pada Pertumbuhan Ekonomi Korea Selatan melalui Bidang Penyiaran.



Sumber : Dari berbagai sumber

BAB 3. PENGEMBANGAN BIDANG PENYIARAN KOREA SELATAN

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang memiliki kecanggihan teknologi yang cukup tinggi. Korea Selatan selalu melakukan inovasi-inovasi baru pada berbagai perangkat teknologi, salah satunya yaitu pada bidang penyiaran atau *broadcasting*. Sehubungan dengan dikeluarkannya *Creative Economy Action Plan* yang menitik beratkan pada pengembangan atau inovasi pada sektor ekonomi kreatif, maka pemerintah Korea Selatan juga melakukan inovasi pada bidang penyiaran. Inovasi dan pengembangan pada bidang penyiaran tersebut dilakukan pada aspek pelayanan satelit digital yang saat ini disebut dengan *Ultra High Definition* (UHD).

Pada bab ini penulis membahas mengenai pengembangan infrastruktur bidang penyiaran Korea Selatan berbasis UHD. Selain itu juga akan membahas mengenai upaya-upaya yang dilakukan pemerintah dan non pemerintah dalam mengembangkan dan memasarkan bidang penyiaran UHD.

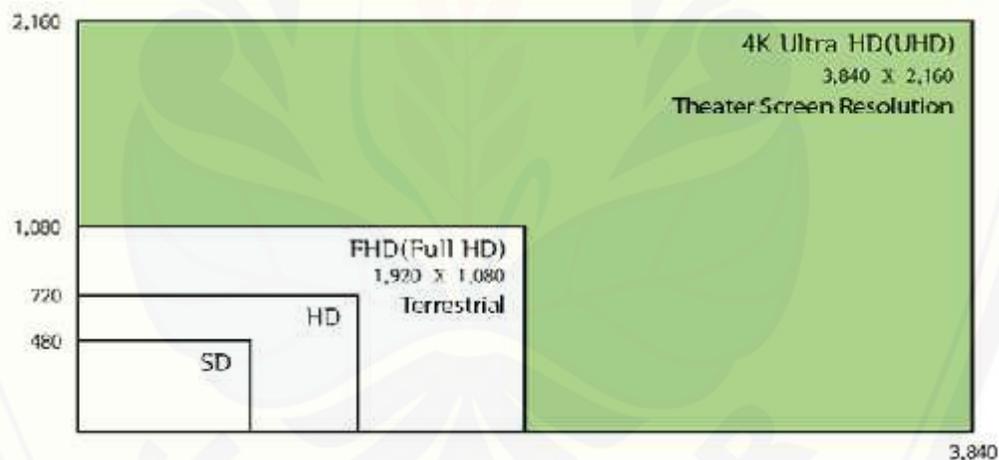
3.1 Pengembangan infratruktur bidang penyiaran Berbasis *Ultra High Definition* (UHD)

Perkembangan teknologi pada bidang penyiaran di Korea Selatan mengalami peningkatan sejak diluncurkannya saluran tunggal pada tahun 2003 dimana digital pelayanan satelit pada waktu itu yang disebut dengan *High Definition Television* (HDTV) telah mengalami perkembangan yang pesat dengan memiliki sekitar empat juta pelanggan dan lebih dari 100 saluran HDTV. Namun saat ini Korea Selatan melakukan inovasi kembali pada bidang penyiaran yaitu dengan menyediakan layanan penyiaran satelit digital *Ku-band transponder* dari *KOREASAT-6* satelit.

Layanan penyiaran satelit digital tersebut saat ini digunakan untuk mengelola jenis penyiaran baru yaitu UHDTV.⁷⁶

Ultra High Definition atau nama lainnya jaringan 4K adalah bentuk pengembangan dari revolusi HDTV. Menurut *Consumer Electronics Association* (CEA), UHDTV dapat menampilkan resolusi televisi lebih baik yaitu setidaknya dapat menampilkan sekitar delapan juta piksel. Selain itu layanan UHD TV dapat menayangkan piksel horizontal dan vertikal 1080 piksel dimana saat ini standar tersebut yang paling tinggi.⁷⁷ Bahkan penyiaran berbasis UHD TV dapat menampilkan gambar gambar sekitar 4.000 piksel, jumlah tersebut merupakan 4 kali dari resolusi penyiaran berbasis *Full High Definition* (FHD).⁷⁸

Gambar 3.1 Perbandingan Resolusi *Standard Definition* (SD) hingga *Ultra High Definition* (UHD) 4K



Sumber: Young Joo Kim. 2015. *The Newest Marketing Keyword, All about UHD TV*. Dikutip dari <http://www.lgcnsblog.com/inside-it/the-newest-marketing-keyword-all-about-uhd-tv-part-1/> [9 Desember 2015]

⁷⁶ Shin Min Su, Ryu Joon Gyu dan Oh Deock Gil. 2014. *A Study on the Ka-band Satellite 4K-UHD Broadcasting Service Provisioning in Korea*. The Eighth International Conference on Mobile Ubiquitous Computing, System, Service and Technologies. Halaman: 204

⁷⁷ Jamie Lendinbo. 2015. *What is 4K (Ultra HD)?*. Dikutip dari <http://asia.pcmag.com/hdtvs-home-theater-reviews-ratings-comparisons/4210/news/what-is-4k-ultra-hd> [3 Desember 2015]

⁷⁸ Kim Young Joo . 2015. *The Newest Marketing Keyword, All about UHD TV*. Dikutip dari <http://www.lgcnsblog.com/inside-it/the-newest-marketing-keyword-all-about-uhd-tv-part-1/> [9 Desember 2015]

Untuk kepentingan pengadaan penyiaran yang berbasis UHD TV ini pemerintah beserta beberapa perusahaan penyiaran melakukan pengembangan dan beberapa tes terrestrial layanan penyiaran UHD TV atau 4K. Tes transmisi satelit dan tes *terrestrial* dilakukan pada awal tahun 2013 dan Korea Selatan secara resmi melakukan percobaan penyiaran UHD TV pertama kali yaitu pada quarter pertama 2014.⁷⁹

Namun Korea Selatan memiliki tantangan dari perubahan curah hujan beberapa tahun terakhir sehingga berdampak pada kondisi satelit penyiaran yang digunakan untuk menyediakan saluran UHD.⁸⁰ Oleh karena itu perlu adanya upaya lebih dari Korea Selatan yaitu dengan cara mengidentifikasi curah hujan diberbagai daerah sehingga penyiaran UHD dapat beroperasi dengan baik dan perlu adanya upaya untuk meredam curah hujan yang tinggi sehingga tidak mengganggu sistem penyiaran. Selain pengembangan pada sistem penyiarannya, Korea Selatan juga melakukan pengembangan pada perangkat pendukung bidang penyiaran berbasis UHD. Dengan adanya penyiaran baru yang berbasis pada *Ultra High Definition* (UHD) maka perlu adanya perangkat-perangkat pendukung siaran UHD sehingga para konsumen dapat lebih leluasa menikmati siaran televisi. Hal tersebut menjadi peluang besar bagi para produsen TV seperti Samsung dan LG untuk memasarkan produk UHD TV yang mereka produksi. Hampir semua penyedia TV sudah mengadopsi model UHD sebagai standar baru mereka. Menurut sebuah lembaga penelitian pasar *Display Search*, penjualan UHD TV akan tumbuh secara dramatis mencapai 153% dibandingkan tahun sebelumnya. Intinya adalah UHD TV akan cepat menyebar kepasarannya meskipun akan memakan waktu yang tidak sedikit.⁸¹

Perangkat pendukung industri penyiaran juga dapat dikatakan atau termasuk dalam industri kreatif. Hal tersebut dikarenakan definisi ekonomi kreatif yang diusung

⁷⁹ Shin Min Su, Ryu Joon Gyu dan Oh Deock Gil. *Log.Cit.*

⁸⁰ *Ibid.*

⁸¹ Kim Young Joo . 2015. *The Newest Marketing Keyword, All about UHD TV*. Dikutip dari <http://www.lgcnsblog.com/inside-it/the-newest-marketing-keyword-all-about-uhd-tv-part-2-3/> [9 Desember 2015]

oleh Pemerintah Korea Selatan adalah gabungan antara ide kreatif, imajinasi dan teknologi informasi serta komunikasi. Produk TV dalam hal ini adalah hasil gabungan dari ide kreatifitas, teknologi informasi dan komunikasi. Produk TV juga dapat dikatakan sebagai media untuk menyebarkan informasi dan alat untuk berkomunikasi. Secara tidak langsung dengan dikeluarkannya penyiaran berbasis UHD maka akan mendorong pula produksi peralatan pendukung penyiaran seperti TV UHD.

3.2 Upaya Pemerintah Mengembangkan dan Memasarkan Bidang Penyiaran UHD

Dalam suatu negara peran pemerintahan sangat diperlukan sebagai upaya untuk mengatur hal-hal yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Salah satu yang sangat diperlukan yaitu peran Pemerintah terhadap perekonomian masyarakat seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Korea Selatan saat ini. Pemerintah Korea Selatan saat ini sedang berupaya untuk meningkatkan perekonomian negara melalui sektor ekonomi kreatif. Hal ini didasarkan pada kondisi yang ada saat ini dimana banyak sekali *demand* (permintaan) terhadap konten siaran korea. Pasar industri penyiaran Korea beberapa tahun ini mengalami kemajuan kualitas drama Korea diluar negeri dan hambatan masuk bagi *program providers (PPs)* lebih rendah sehingga ekspor terhadap konten siaran terus berkembang dan konsumen merasakan peningkatan kualitas.⁸²

Kondisi tersebut tidak disia-siakan oleh pemerintahan presiden Park Geun Hye yang kemudian dijadikan sebagai salah satu sumber penyokong perekonomian Korea Selatan. Melalui industri penyiaran yang termasuk dalam kategori ekonomi kreatif inilah kemudian Pemerintah Korea Selatan membuat kebijakan untuk sektor

⁸² Jee hyun Moon. 2014. *Government Unveils Plan to Promote Development of Broadcast Content*. Daewoo Securities Co., Ltd. Hal 1. (Diakses dari <https://www.kdbdw.com/bbs/maildownload/2014070123354157>)

ekonomi kreatif yang disebut *Creative Economy Action Plan*. Isi kebijakan tersebut tidak hanya memuat mengenai pengembangan industri penyiaran saja namun juga industri-industri kreatif lain yang dikombinasikan dengan ide kreatif, imajinasi serta informasi, komunikasi dan teknologi.

Pengembangan pada bidang penyiaran masuk pada strategi ke lima didalam *Creative Economy Action Plan* yaitu pada kategori pengembangan *next generation networking*. Salah satu bentuk dari pengembangan *next generation networking* yaitu dengan mengembangkan sistem penyiaran Korea Selatan dengan basis UHD. Tujuan utamanya yaitu untuk meningkatkan kualitas program dan konten siaran sehingga semakin meningkatkan jumlah pelanggan lokal maupun global dan meningkatkan penjualan perangkat pendukung UHD. Untuk menyukseskan rencana pengembangan bidang penyiaran tersebut perlu adanya dukungan dan upaya dari berbagai pihak yaitu diantaranya pemerintah Korea Selatan dan non pemerintah.

3.2.1 Pemberian Bantuan Dana untuk Pengembangan UHD

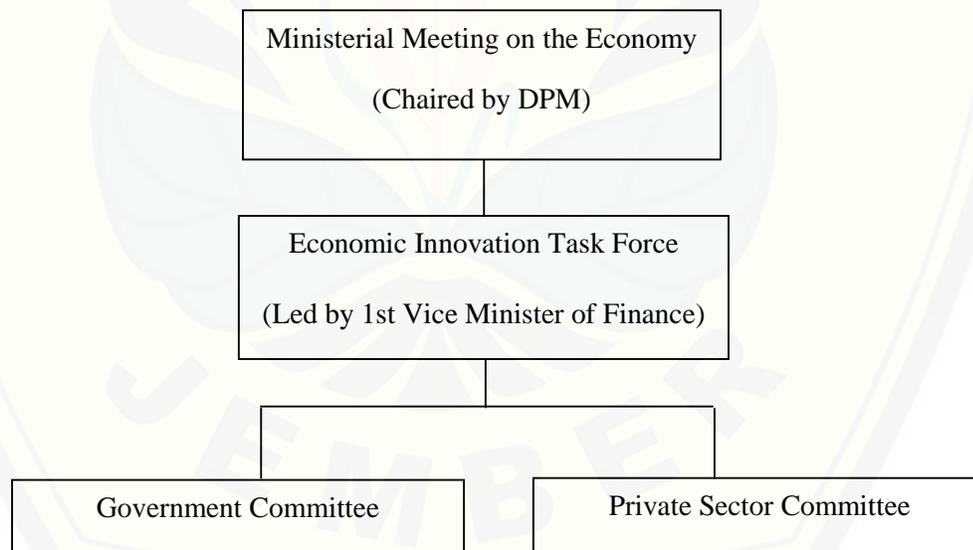
Untuk semakin mengoptimalkan realisasi kebijakan “*Creative Economy Action Plan*” tersebut terutama dalam pengembangan bidang penyiaran, perlu adanya upaya dan peran pemerintah selain upaya pembuatan kebijakan namun juga upaya secara finansial. Bentuk upaya pemerintah dalam mengembangkan dan mensukseskan industri penyiaran UHD, pemerintah saat ini memiliki fokus dalam hal meningkatkan bantuan dana. Adanya bantuan dana atau investasi tersebut dapat memperluas peluang bagi perusahaan lokal untuk merevitalisasi pasar penyiaran UHD dan industri terkait.⁸³ Selain itu pemerintah Korea Selatan melakukan kerjasama-kerjasama dengan pihak-pihak swasta seperti perusahaan-perusahaan multinasional.

Pemerintah Korea Selatan saat ini sedang berupaya mendukung pengembangan ekonomi kreatif termasuk salah satunya bidang penyiaran dengan cara

⁸³ Business Korea. 2014. *Investment in Content Emerges as Biggest Issue with Opening of UHD Broadcasting*. Dikutip dari <http://www.businesskorea.co.kr/english/news/ict/4074-uhd-broadcasting-investment-content-emerges-biggest-issue-opening-uhd-broadcasting> [19 Februari 2016]

meningkatkan bantuan dana. Untuk mencairkan dana, membuat regulasi, pembuatan program dan implementasi ekonomi kreatif termasuk bidang penyiaran tersebut perlu adanya proses dan *monitoring*. Prosesnya yaitu akan diadakan pertemuan seluruh kementerian yang diwakili oleh wakil menteri masing-masing. Pertemuan tersebut dipimpin oleh perdana menteri yang pembahasannya terfokus pada inovasi ekonomi untuk ekonomi kreatif. Dari pertemuan tersebut maka akan dibuat dan disepakati *task force* atau tugas-tugas (pendanaan, regulasi dan lain-lain). Setelah itu para perwakilan dari masing-masing kementerian akan meneruskan, melaksanakan dan menyampaikan segala hal yang telah disepakati kepada perwakilan komite baik dari pemerintah maupun sektor privat seperti perwakilan perusahaan pemula, UKM ataupun perusahaan besar.⁸⁴

Gambar 3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pemerintah Korea Selatan dan Pengimplementasian Ekonomi Kreatif



Sumber : Ministry of Strategi and Finance. 2014. *3 Year Plan for Economic Innovation Directed Toward Reform, Growth and Balance*. Dikutip dari www.mosf.go.kr [31 Oktober 2014]

⁸⁴ Ministry of Strategi and Finance. 2014. *3 Year Plan for Economic Innovation Directed Toward Reform, Growth and Balance*. Dikutip dari www.mosf.go.kr [31 Oktober 2014]

Pelaksanaan kebijakan ekonomi kreatif ini sangat berkaitan dengan masalah ekonomi sehingga segala sesuatu termasuk yang berhubungan dengan pendanaan ataupun investasi harus diproses terlebih dahulu oleh menteri keuangan. Menteri keuangan kemudian akan meneruskan atau menyampaikan kepada kementerian yang terkait dengan sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan. Bidang penyiaran Korea Selatan lebih banyak dikelolah dan berada di bawah *Ministry of Science, ICT and Future Planning* atau lebih umumnya yaitu menteri perencanaan dan teknologi komunikasi.

Ministry of Science, ICT and Future Planning (MSIP) atau menteri perencanaan dan teknologi komunikasi adalah kementerian yang bertanggung jawab terhadap segala hal yang berhubungan dengan bidang ilmu pengetahuan, penyiaran serta informasi, komunikasi dan teknologi (ICT). MSIP memiliki misi mengembangkan, mengawasi, mengkoordinasi dan mengevaluasi kebijakan ilmu pengetahuan dan teknologi, mempromosikan *riset and development* (R&D), membangun kerjasama, memajukan, membangun kerjasama bisnis dan akademik di bidang ini serta mensejahterakan ilmuan dan insinyur. Selain itu MSIP juga bertanggung jawab atas ICT nasional, perlindungan privasi, budaya *online*, konfigurasi, promosi penyiaran dan komunikasi, manajemen frekuensi radio, industri ICT, menjaga keselamatan tenaga nuklir dan pelayanan portal.⁸⁵

Semua hal yang berhubungan dengan pengembangan bidang penyiaran UHD Korea Selatan saat ini dikelolah oleh MSIP. Hal tersebut dikarenakan pengembangan bidang penyiaran berkaitan erat dengan penyiaran itu sendiri, informasi, komunikasi dan informasi (ICT) sudah sangat jelas sangat berhubungan dengan tanggung jawab ataupun misi dari MSIP. Salah satunya yaitu masalah pendanaan untuk pengembangan penyiaran UHD ini dikelolah oleh MSIP yang sebelumnya berikan dan atas persetujuan pertemuan para menteri terutama menteri keuangan. Secara singkatnya pendanaan atau investasi untuk pengembangan bidang penyiaran UHD diperoleh dari

⁸⁵ Government of the Republic of Korea. Tanpa tahun. *National Organizations*. Dikutip dari http://www.korea.go.kr/eng/sub/gov_website01_1.jsp [10 Maret 2016]

kesepakatan pertemuan seluruh kementerian, kemudian dana yang diajukan akan diproses oleh kementerian keuangan dan kemudian dilimpahkan kepada MSIP untuk dikelola dan diimplementasikan.

Ministry of Science, ICT and Future Planning (MSIP) atau menteri perencanaan dan teknologi komunikasi bersama pihak swasta memiliki upaya berinvestasi dengan total 15 milyar won. Namun saat ini hanya 8 juta won yang sudah jelas penggunaannya untuk dua kepentingan yang berbeda. Investasi pertama yaitu sebanyak 5.8 milyar won untuk mengembangkan peralatan inti, pengiriman dan transmisi produksi UHD, sedangkan investasi yang kedua sebanyak 2.2 milyar won untuk pemasangan peralatan UHD dan mempermudah para pembuat konten untuk mengakses perangkat yang lebih canggih.⁸⁶

Pendanaan selanjutnya yaitu berupa investasi yang berasal dari perusahaan-perusahaan industri TV kabel yang terbagi menjadi 2 bentuk investasi. Investasi pertama dengan total 40 milyar won atau setara dengan US\$ 38.5 juta yang digunakan untuk pengembangan industri UHD selama 3 tahun dari tahun 2014 hingga 2017. Investasi kedua dengan total 650 milyar won atau setara dengan US\$ 625 juta digunakan untuk 3 kepentingan yaitu untuk pembuatan fasilitas pengembangan UHD (40.3 milyar), untuk pembuatan peralatan terminal dalam pengembangan UHD (194 milyar won dan untuk pengembangan jaringan dan teknologi UHD (415.7 milyar won).⁸⁷ Berdasarkan uraian di atas, berikut ini adalah tabel rencana pendanaan untuk UHD *broadcasting* oleh Pemerintah Korea Selatan:

⁸⁶ Pulse by Maeil Business News Korea. 2014. *Gov't to spend \$14mn on UHD broadcasting industry this year*. Dikutip dari <http://pulsenews.co.kr/view.php?sc=30800025&year=2014&no=602247> [20 Februari 2016]

⁸⁷ Business Korea. *Loc. Cit.*

Tabel 3.1 Rencana Pendanaan Pemerintah Korea Selatan Untuk Penyiaran UHD

Pihak yang berinvestasi	Jumlah investasi	Kepentingan Investasi
Pemerintah Korea Selatan	5.8 milyar won	Untuk mengembangkan peralatan inti, pengiriman dan transmisi produksi UHD
	2.2 milyar won	Untuk pemasangan peralatan UHD dan mempermudah para pembuat konten untuk mengakses perangkat yang lebih canggih
Perusahaan industri TV kabel	40 milyar won (US\$ 38.5 juta)	Untuk mengembangkan industri konten HD selama jangka waktu 3 tahun
	40.3 milyar (US\$38.8 juta)	Untuk pembuatan fasilitas pengembangan UHD
	194 milyar won (US\$186.6 juta)	Untuk pembuatan peralatan terminal dalam pengembangan UHD
	415.7 milyar won (US\$ 399.9 juta)	Untuk pengembangan Jaringan dan teknologi UHD

Sumber : Data diolah dari berbagai sumber

3.2.2 Mempromosikan Siaran UHD pada Pertunjukan Internasional

Ministry of Science, ICT and Future Planning (MSIP) atau menteri perencanaan dan teknologi komunikasi berencana menampilkan atau membuat pertunjukan konten siaran UHD atau 3 dimensi pada film internasional dan pasar program untuk televisi, video, kabel dan satelit (MIPCOM) di Prancis. Pada pertunjukan tersebut Pemerintah Korea Selatan bekerjasama dengan para penyiar, perusahaan produksi dan perusahaan manufaktur elektronik.⁸⁸ Kathy selaku direktur eksekutif MIPCOM berpendapat :

*“Asian region countries have been investigating events that are interested in participating countries is also on the United States and the United Kingdom region than the international market for use only in Asia. Among them, especially we see that ATF is an international trade fair with a focus on the Asian region format and contents countries. Already the same company, such as MIPTV and MIPCOM events that has accumulated a lot of know-how will you sees that attract”.*⁸⁹

Intinya MIPCOM tidak berbeda jauh dengan ATF (*Asia Television Forum*) yang merupakan perdagangan internasional yang fokus pada industri media, televisi kabel, satelit internet, *broadband* dan lain-lain. Pada forum tersebut akan dihadiri oleh banyak perusahaan produksi, perusahaan elektronik ataupun perusahaan penyiaran. Mereka akan dibebaskan untuk mempromosikan dan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak sehingga sangat menguntungkan untuk memperkenalkan produknya pada pasar internasional.

Hal itulah yang dilakukan Pemerintah Korea Selatan pada bulan oktober 2015 lalu di Cannes, Prancis. Pemerintah Korea Selatan mempromosikan konten siaran UHD pada pameran atau pasar industri hiburan internasional MIPCOM. Banyak

⁸⁸ Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea. 2014. *Korea to Showcase UHD/3D Content at MIPCOM*. Dikutip dari http://gbr.mofa.go.kr/webmodule/htsboard/template/read/legengreadboard.jsp?typeID=16&boardid=9729&seqno=716679&c=&t=&pagenum=1&tableName=TYPE_ENGLEGTATIO&pc=&dc=&wc=&lu=&vu=&iu=&du= [11 Maret 2016]

⁸⁹ Park Jin Sik. 2015. *A Study on the Activation of A Strategic TV Program Contents Festival Trading For Improving The Competitiveness of Globalization*. International Journal of Current Research in Life Sciences. Vol. 4, No. 10. Halaman: 441

perwakilan dari perusahaan-perusahaan Korea selatan yang menghadiri MIPCOM yaitu diantaranya Annie Chung (manajer akuisisi) dan Lee Ju hae (asisten menajer) dari perusahaan CJ, Kwon Yong-tack (produser) dari KBS, Kim Iljoong (*director of Global Format Strategy*) dari SBS, Sang-Im Kim (*senior director, Business Head of Korea*) dari *Sony Pictures TV Networks*, Thomas Hankil Nam (*deputy director of Global Business & International Relations*) dari EBS dan Edgar Bosung Kim (*senior analyst or format producer*) dari CJ E&M.⁹⁰

MIPCOM adalah pasar konten hiburan di dunia yang mengumpulkan hampir seluruh industri TV terkemuka di dunia. Saat ini ada sekitar 13.700 partisipan, 2.019 perusahaan pertunjukan dan 4.623 perusahaan yang telah terdaftar menjadi anggota MIPCOM. MIPCOM merupakan sarana bagi industri hiburan untuk menjual program, memperluas penjualan program ke berbagai wilayah baru, menemukan mitra produksi baru, sarana untuk mencari pasar internasional, memperluas pengetahuan, memahami tren terbaru dan untuk menemukan model bisnis industri hiburan baru.⁹¹

Pemerintah mengumumkan keikutsertaan Korea Selatan pada *showcase* MIPCOM untuk mempeluas dan memasukkan konten UHD atau 3D buatan Korea Selatan ke pasar internasional. Keikutsertaan Korea Selatan ini merupakan bagian dari proyek *All For One*. Pada *showcase* MIPCOM yang diselenggarakan di Perancis ini, Pemerintah Korea Selatan memasarkan sekitar 50 UHD atau 3D program yang diproduksi oleh 19 perusahaan Korea Selatan seperti *KT SkyLife*, Ulsan MBC dan Sedang SDL. Pembeli dan produsen dari pasar Internasional menarik perhatian Korea Selatan, seperti halnya Jepang dan China yang akan meluncurkan siaran UHD mereka sendiri. Bahkan distributor dan industri penyiaran dari Jerman dan Inggris sangat tertarik untuk bekerja sama dengan Korea Salatan. Kerja sama sama tersebut dilakukan dengan pertukaran teknologi. Direktur Jenderal MSIP Lee Jung Gu

⁹⁰ Nicolas Smirnoff. 2015. *Mipcom 2015: Content & Technology, the New Scenarios Take Shape*. Miami: Presario International. Halaman: 20 - 160

⁹¹ MIPCOM. 2015. *The Storyboard for your success*. Dikutip dari <http://www.mipcom.com/en/about/> [11 Maret 2016]

berpendapat bahwa momen ini menjadi kesempatan Bagi Korea Selatan untuk mempromosikan, menampilkan dan melakukan diskusi antara perusahaan-perusahaan Korea Selatan dengan perusahaan penyiaran terkemuka di dunia.⁹²

3.3 Upaya Perusahaan Swasta Memproduksi dan Memasarkan Sektor Penyiaran UHD

Dalam upaya memajukan dan mengembangkan industri penyiaran ini pemerintah tidak bekerja sendiri melainkan didukung oleh berbagai pihak seperti perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan-perusahaan tersebut dapat dikatakan sebagai *Transnational Corporations* (TNCs). Perusahaan-perusahaan tersebut memiliki kontribusi yang sangat besar bagi pengembangan dan kemajuan industri penyiaran Korea Selatan dimana mereka berperan sebagai agen pengenalan dan penyalur hasil pengembangan industri penyiaran pada dunia internasional. Perusahaan-perusahaan tersebut juga memberikan kontribusi yang besar terhadap pemasukan negara dari hasil penjualan terutama barang yang mereka impor pada pasar dunia.

Perusahaan-perusahaan yang banyak membantu pemerintah dalam bidang pengembangan penyiaran tersebut antara lain perusahaan yang bergerak pada bidang penyiaran dan perusahaan yang bergerak pada bidang pembuatan TV (manufaktur). Perusahaan-perusahaan ini dapat dikatakan telah bertaraf internasional karena barang-barang yang mereka produksi tidak hanya di konsumsi oleh masyarakat lokal Korea Selatan saja melainkan juga dikonsumsi oleh masyarakat dunia. Mereka telah bergerak melampaui lintas batas negara dalam mengenalkan dan memasarkan barang-barangnya.

⁹² Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea. *Loc.Cit.*

3.3.1 Perusahaan Penyiaran Mengaplikasikan dan Memasarkan Sektor Penyiaran

Perusahaan *channel* televisi Korea Selatan yang mulai mengembangkan dan menyiarkan tayangan-tayangan TV yang berbasis pada *Ultra High Definition* (UHD) antara lain MBC, SBS, KBS, EBS, TvN, MBN, A Channel, JTTC, dan TV Chosun.⁹³ Selain itu ada beberapa perusahaan penyiaran lain yang menyiarkan siaran UHD yaitu U-MAX, KT. *Skylife* dan *Content Square*. Dari perusahaan dan *channel tv* tersebut beberapa telah masuk pada perusahaan global *channel* yang artinya yaitu perusahaan tersebut tidak hanya menyiarkan siaran TV pada masyarakat lokal saja namun juga pada masyarakat dunia. Hal tersebut dikarenakan adanya banyak permintaan dari pelanggan TV kabel dari masyarakat internasional terutama untuk penayangan drama Korea Selatan salah satunya yaitu diwilayah Amerika. Berikut ini adalah Channel Stasiun TV Korea yang menyiarkan tayangannya di Amerika:

⁹³ LG CNS. 2015. *The Newest Marketing Keyword, All about UHD TV (Part 2)*. Dikutip dari <http://www.lgcnsblog.com/inside-it/the-newest-marketing-keyword-all-about-uhd-tv-part-2-3/> [27 Januari 2016]

Tabel 3.2 Stasiun dan *Channel* TV Korea yang menayangkan TV Drama di berbagai wilayah Amerika

Wilayah Negara	Stasiun TV yang menayangkan drama Korea
California	<p>Los Angeles</p> <ul style="list-style-type: none"> • KSCI-TV18 <ul style="list-style-type: none"> • DT18-1 SBS International/LA18 Primetime News • DT-3 MBC-D (MBC Digital) - www.mbc24tv.com. • KXLA-TV44/KBS-LA (fka KTE) (KBS dramas) • DT44-1 KBS America, KTN News (formerly KTAN) • DT44-3 SKDTV (YTN, MBN) - www.skdtv.com • DT44-5 Arirang TV • KJLA-TV57 • DT57-3 KIB TV (Korean International Broadcasting) - www.kibtv.com <p>San Diego</p> <ul style="list-style-type: none"> • KTSD (channel 12 on Time Warner Cable) <p>San Francisco</p> <ul style="list-style-type: none"> • KTSF-TV26 - www.ktsf.com • DT26-2 MBC-D (MBC Digital)

	<ul style="list-style-type: none"> • KICU-TV36 • DT36-2 KBS World • KTN-TV (Korean Television Network of San Francisco) • Channel 28 - www.ktvnc.com
Colorado	<ul style="list-style-type: none"> • Centennial - KBDI 12.3
Connecticut	sama dengan channel New York City
Georgia	<p>Atlanta</p> <ul style="list-style-type: none"> • WKTG-LD47 (Korean TV Broadcasting) • DT47-1 Telemundo Atlanta • DT47-2 KBS World • DT47-3 MBN • DT47-4 Arirang TV • KTN TV (Cable/Comcast/Charter) - Korean Television • Network of Atlanta
Hawaii	<p>Maui</p> <ul style="list-style-type: none"> • KBFH (Oceanic TW digital channel 82) • KBS America (Oceanic TW digital channel 80) • IATV (Oceanic TW digital channel 134) <p>Oahu</p> <ul style="list-style-type: none"> • KBFH Channel 32/ Oceanic TW

	<p>digital channel 82 - www.kbfd.com/eng/</p> <ul style="list-style-type: none"> • IATV (Oceanic TW digital channel 546) - Imaginasian TV • KBS America (Oceanic TW digital channel 80) • KLife (Oceanic TW digital channel 81)
Illinois	<p>Chicago</p> <ul style="list-style-type: none"> • WOCH-LP41 • Korean Broadcasting Corp (KBS America)
Maryland	sama dengan channel Washington D.C
New Jersey	sama dengan channel New York City
New York	<p>New York City</p> <ul style="list-style-type: none"> • WMBC-TV63 • DT63-2 TYN/CBS Christian • DT63.5 (KBS World) • DT63.3 (MBC-Digital) • Cable/Time Warner • TKC (The Korean Channel) - www.tkctv.com • MKTV Mediakorea (TVK, EBX, Comedy TV Arirang) • MK NEWSCHANNEL 73 (YTN, MBN) - www.mediakoreatv.com

	<ul style="list-style-type: none"> • KBN Korean Broadcasting Network (MBC) - www.mykbn.com • KNN Time Warner channel 535 in Manhattan
Nevada	Las Vegas <ul style="list-style-type: none"> • KGNG-TV • DT47-2 MBC-D
Pennsylvania	Las Vegas <ul style="list-style-type: none"> • KGNG-TV • DT47-2 MBC-D
Texas	Dallas <ul style="list-style-type: none"> • ImaginAsian on cable channel 240 - www.iatv.tv/
Virginia	sama dengan channel Washington D. C
Washington	Seattle <ul style="list-style-type: none"> • KHCV-TV • DT44-4 MBC-D • KOAM (cable/Comcast) - Korean American TV (KBS America) - www.koamtv.net/
Washington, D.C	<ul style="list-style-type: none"> • Cable/Comcast/Cox • WKTV (Washington Korean Television) - KBS America - www.wktvusa.com • Korea-One (MBC) -

	www.koreaonetv.com
Guam	<ul style="list-style-type: none"> • Channel 23 (MBC) • Channel 26 (KBS)
Canada	<p>Alberta</p> <ul style="list-style-type: none"> • AllTV (TELUS TV channel 512) <p>Ontario</p> <ul style="list-style-type: none"> • AllTV (Rogers Digital Cable channel 608) <p>Vancouver, B.C.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Shaw Multicultural Channel (cable channel 109) - vancouver.shawtv.com/smc_korean.htm • Talentvision (cable channel 229) • Subscription service across Canada • AllTV (TELUS TV channel 512) - www.alltv.ca

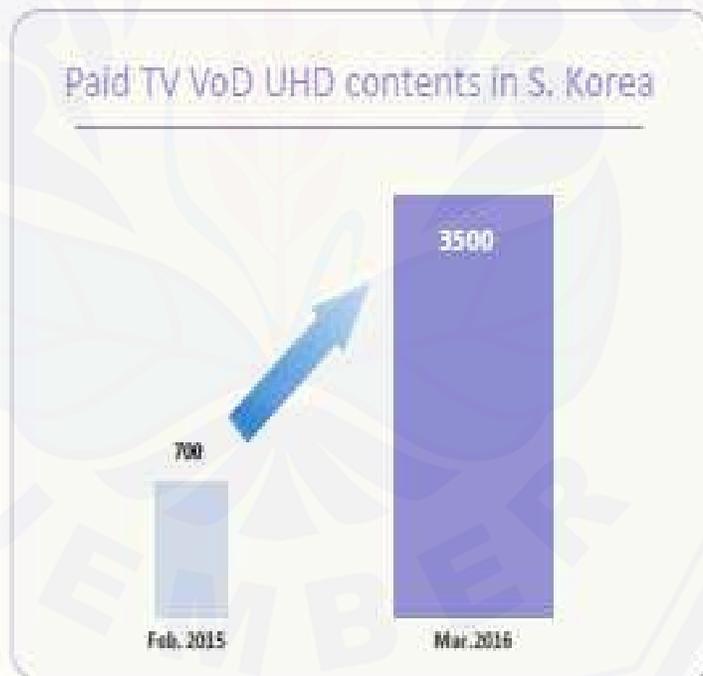
Sumber : Data diolah dari <http://www.koreanwiz.org/special-stations.html>

Dari data diatas menunjukkan bahwa stasiun TV ataupun *channel* yang menayangkan drama Korea didominasi oleh stasiun TV asal Korea Selatan diantaranya yaitu *Seoul Broadcasting System* (SBS), *Korean Broadcasting System* (KBS), *Munhwa Broadcasting Corporation* (MBC) dan *Maeil Broadcasting Network* (MBN) . Hal tersebut menandakan perusahaan penyiaran di Korea Selatan tidak hanya memasarkan produknya pada pasar lokal namun juga pada pasar global sehingga bidang penyiaran di Korea Selatan memiliki prospek yang sangat baik dan

menjanjikan untuk dijadikan sebagai salah satu penyokong ekonomi di Korea Selatan.

Melalui saluran-saluran tersebut konten dan program penyiaran UHD di luncurkan dan disalurkan. Program-program televisi di ubah sesuai dengan standar UHD yang di telah ditetapkan. Penayangan konten dan program berbasis UHD tersebut mendapatkan sambutan dan antusiasme penonton TV diseluruh dunia. Hal tersebut dilihat dari meningkatnya pembayaran atas pejualan program dan konten berbasis UHD yang dilihat dari kejernihan gambar dan tayangannya. Terjadi peningkatan yang sangat tajam melihat tenggang waktu hanya dalam 1 bulan.

Gambar 3.3 Peningkatan Pembayaran Program Tayangan UHD Asal Korea Selatan



Sumber: Lee Jae Young. 2016. *Broadcasting UHDTV in South Korea*. Korea: Broadcast Television Conference. Halaman: 8

Tingginya peningkatan pembayaran tayangan berbasis UHD yang dilakukan oleh pelanggan TV tersebut menunjukkan bahwa tayangan-tayangan tersebut sangat laku dipasaran karena kejernihan tayangan. Hal tersebut dikarenakan data tersebut

didasarkan pada kategori program atau penyayangan khusus berbasis UHD sehingga dapat disimpulkan bahwa tayang tersebut sangat diminati karena kejernihan yang ditawarkan oleh sistem penyiaran berbasis UHD.

Stasiun TV yang mendominasi tayangan drama Korea dan program-program Korea Selatan lainnya merupakan perusahaan penyiaran yang memasarkan produknya pada pasar internasional. Perusahaan-perusahaan bidang penyiaran tersebut dapat digolongkan menjadi perusahaan *Transnational Cooperation*. Hal tersebut terlihat dari persebaran perusahaan di berbagai negara, pencapaian-pencapaian yang diperoleh perusahaan-perusahaan tersebut di dunia internasional serta pengaruhnya terhadap industri penyiaran di dunia. Berikut ini merupakan profil, prestasi dan pencapaian dari beberapa perusahaan internasional yang terjun pada pasar global :

Tabel 3.3 Profil Empat Perusahaan Penyiaran Terbesar di Korea Seatan

Nama Perusahaan	Profil Perusahaan	Prestasi Perusahaan di pasar global
Seoul Broadcasting system (SBS)	SBS merupakan perusahaan penyiaran swasta dari korea selatan yang telah mendirikan cabang perusahaan di Amerika sejak tahun 1992. SBS tidak hanya beroperasi di wilayah amerika saja namun juga di wilayah amerika tengah dan selatan, eropa, timur tengah dan afrika. SBS memiliki tujuan menjadi pemimpin industri hiburan di pasar global.	SBS telah menandatangani perjanjian dengan jaringan komunikasi terbesar di Amerika yaitu Verizon untuk bergabung dengan FiOS TV. Selain itu SBS juga dipercaya untuk menyiarkan permainan-permainan olahraga besar di dunia seperti FIFA World Cup, the PGA/LPGA Tour, The NFL, The Golf Channel dan lainnya.

Korean Broadcasting System (KBS)	KBS merupakan perusahaan penyiaran asal Korea yang menyidakan saluran hiburan keluarga selama 24 jam dengan 100% pemrograman asli oleh KBS. Siaran yang ditayangkan menggunakan bahasa Korea namun dengan berbagai terjemahan dari berbagai bahasa.	Saat ini pelanggan dari perusahaan penyiaran ini sekitar 54 juta (rumah tangga) dari 100 negara dan 1.700 hotel dari 46 negara. Sampai saat ini KBS terus memperluas jaringannya di berbagai negara hingga yang paling akhir saat ini adalah Bulgaria.
Munhwa Broadcasting Corporation (MBC)	MBC didirikan pada tahun 1961 yang saat ini sebagai pemegang saham terbesar Organisation Foundation for Broadcast Culture yang bergerak pada bidang periklanan. MBC merupakan perusahaan <i>broadcasting</i> nomor 1 di Korea dan memberikan kontribusi yang besar terhadap perkembangan industri media di Korea Selatan.	MBC sangat terenal di beberapa negara lain karena banyak mengeksport konten-konten berkualitas tinggi ke lebih dari 50 negara di dunia. MBC juga memiliki kerjasama dengan 20 lembaga penyiaran di 13 negara. Selain itu MBC juga memiliki kerjasama dalam hal produksi dan pertukaran program dengan Fuji's Television, China's SARFT (State Administration of Radio, Film and Television) dan The SMG (Shanghai Media Group) serta menjadi tuan rumah dalam konferensi INPUT (International Public Television).

Maeil Broadcasting Network (MBN)	MBN merupakan perusahaan penyiaran di Korea Selatan yang aktif selama 17 tahun, namun pada tahun 2011 dilakukan perbaruan dan renovasi pada semua sistem yang dimilikinya. MBN Berada dibawah naungan Maeil Business Newspaper. MBN secara umum memiliki tiga program siaran yaitu JTBC, Channel A dan TV Chosun.	
----------------------------------	---	--

Sumber : Diolah dari berbagai sumber diantaranya yaitu http://www.sbs-int.com/archive/SBS_INT_Media_kit.pdf,

<http://aboutmbc.imbc.com/english/corporateinfo/brief/index.html>,

http://kbsworld.kbs.co.kr/about/about_kbsworld.php dan http://america.pink/maeil-broadcasting-network_2815393.html

Perusahaan-perusahaan penyiaran Korea Selatan tersebut memiliki prestasi dan dapat diperhitungkan di pasar global. Mereka tidak hanya memasarkan produknya pada pasar lokal saja namun juga pada pasar global. Bahkan perusahaan-perusahaan tersebut memiliki cabang-cabang di negara-negara lain dan memiliki tujuan dan keinginan untuk menjadi pemimpin industri penyiaran pada pasar global. Dengan semakin dikembangkannya penyiaran Korea Selatan berbasis pada UHD maka akan semakin meningkatkan kualitas penyiaran yang jelas akan semakin menarik banyak permintaan dan pelanggan.

Perusahaan-perusahaan penyiaran tersebut saat ini mulai menggunakan teknologi UHD sebagai dasar sistem penyiaran mereka sehingga tampilan program-program yang mereka tayangkan lebih jernih. Beberapa perusahaan mulai menggunakan UHD sebagai basis penyiaran mereka adalah *ContentSquare Inc*. *ContentSquare Inc* merupakan perusahaan yang bergerak pada produksi dan distribusi siaran berbasis UHD. Perusahaan ini memulai distribusi konten berbasis UHD di Korea Selatan dan semakin memperluas pasarnya ke Jepang dan beberapa negara lain

di dunia. Saat ini perusahaan *ContentSquare Inc* sedang memproduksi film-film dokumenter yang juga akan dibuat dalam versi Eropa dan Amerika Utara.⁹⁴ Dengan dibuatnya program-program dalam berbagai versi bahasa maka tidak hanya masyarakat Korea Selatan saja yang menikmati tayangan program-program berbasis UHD namun juga masyarakat dari negara-negara lain juga dapat menikmati tayangan tersebut sehingga sangat jelas bahwa program-program ini memiliki prospek masuk dalam pasar global.

Perusahaan penyiaran *Korean Broadcasting System (KBS)* juga mulai melakukan siaran UHD pada bulan April 2014 pada beberapa siaran drama korea populer seperti *Slave Hunter*, *Bridal Mask*, *Jeong Do Jeon* dan *Food Odyssey*. Selain itu KBS juga menyiarkan *Asian Game* yang diselenggarakan di Korea Selatan pada bulan September 2014. Direktur Eksekutif KBS berharap dengan dibangunnya konten-konten berbasis UHD dapat berguna untuk kepentingan dan dapat diakses secara universal.⁹⁵

3.3.2 Perusahaan Swasta Memproduksi dan Memasarkan TV UHD

Dalam memajukan ekonomi kreatif pada sektor penyiaran ini bukan hanya pihak pemerintah dan perusahaan industri penyiaran saja yang memiliki peran yang besar namun juga perusahaan produsen-produsen TV. Hal tersebut erat kaitan dengan pengaplikasian program dan konten UHD yang membutuhkan TV dengan standar dan desain khusus untuk mempromosikan program berbasis UHD.

⁹⁴ Business Wire. 2015. UHD Market, a Specialized Portal for UHD Broadcast Contents Is Now Available. Dikutip dari <http://www.businesswire.com/news/home/20151110007092/en/UHD-Market-Specialized-Portal-UHD-Broadcast-Contents> [23 november 2015].

⁹⁵ Korean Broadcasting System (KBS). 2014. *Broadcasting Tests Begin for Ultra High Definition*. Dikutip dari http://english.kbs.co.kr/about/Latest_at.html?No=8008325 [16 Februari 2016]

Gambar 3.4 Sistem Konfigurasi Penyiaran UHD TV



Sumber : Sanjin Hamn. 2014. *Status of UHDTV broadcasting in Republic of Korea*. Seoul: Korean Broadcasting System. Halaman: 7

Alur dan proses penayangan program berbasis UHD yaitu berawal dari pengambilan video dengan format UHD, proses yang kedua yaitu proses memperoleh video, mengedit dan *post processing* konten UHD. Kemudian yang ketiga proses penyandian pada HEVC *encoder*, keempat yaitu proses transmisi pada sistem DVB-T2 dan yang terakhir adalah proses penerimaan video dan HEVC *decoder*.⁹⁶ Setelah proses pembuatan program atau konten UHD melalui alur dan proses tersebut maka yang paling penting yaitu proses penayangan yang diproyeksikan pada TV yang memiliki standar resolusi khusus penayangan program UHD. TV khusus untuk program dan konten UHD yang lebih sering disebut dengan UHD TV ini memiliki

⁹⁶ Byungsun Kim, Injoon Cho, Ilsoo Kyung, Sangjin Hahm dan Jinmo Kang. 2014. *Terrestrial 4K-UHDTV Experimental Broadcasting in Korea*. Seoul : KBS (Korean Broadcasting System). Halaman: 87

peran yang sangat penting. Hal tersebut karena tanpa UHD TV tersebut maka penyiaran UHD tidak memiliki perbedaan dengan penayangan TV dan tidak memperoleh keistimewaan yang ditawarkan oleh perusahaan penyiaran. Oleh karena itu diciptakan TV dengan standar dan desain khusus penayangan program tayangan berbasis UHD.

UHD TV termasuk dalam perangkat pendukung siaran UHD TV karena tanpa perangkat pendukung tersebut siaran berbasis UHD tidak dapat berjalan. Adanya UHD TV sebagai perangkat pendukung sangat penting karena perangkat ini merupakan wadah pengaplikasian hasil output dari serangkaian proses penayangan siaran berbasis UHD. UHD TV juga termasuk dalam kategori ekonomi kreatif. Hal tersebut dikarena definisi ekonomi kreatif yang diusung oleh pemerintah Korea Selatan adalah gabungan antara ide kreatif, imajinasi dan teknologi informasi serta komunikasi. Produk TV dalam hal ini adalah hasil gabungan dari ide kreatifitas, teknologi informasi dan komunikasi. UHD TV tidak hanya sebagai perangkat komunikasi saja, namun dengan adanya penambahan dari ide kreatifitas dan pengembangan teknologi maka akan menjadi nilai tambah untuk perangkat ini sehingga dapat digolongkan dalam ekonomi kreatif. UHD TV ini diproduksi oleh perusahaan-perusahaan produsen TV terkemuka seperti *Samsung Electronics* dan *LG Electronics*.

Disini peran dari perusahaan-perusahaan produsen TV tersebut sangat dibutuhkan selain sebagai produsen tapi juga sebagai agen penjualan UHD TV pada pasar global. Perusahaan manufaktur tersebut akan memproduksi TV dengan standar UHD yang telah ditetapkan dan kemudian mengekspor TV tersebut melalui jaringan-jaringan internasional yang telah mereka miliki sehingga TV UHD tersebut akan beredar pada pasar global dan dapat mendominasi pasar TV global. Hal tersebut melihat dari dua perusahaan besar yaitu *Samsung Electronics* dan *LG Electronics* yang telah memiliki jaringan perusahaan hampir di seluruh dunia. Kedua perusahaan asal Korea Selatan tersebut termasuk dalam perusahaan transnasional karena tidak hanya berdiri di negara asalnya saja namun juga memiliki anak cabang di berbagai

negara lain, contohnya seperti Samsung Indonesia yang merupakan perwakilan perusahaan Samsung di Indonesia. *Samsung Electronics* juga mengirim dan menjual berbagai macam produknya di seluruh dunia. Bahkan pada tahun 2000 penjualan produk *Samsung Electronics* menembus angka 26 milyar dolar dengan laba bersih sebesar 4.7 milyar dolar.⁹⁷ Bahkan saat ini *Samsung Electronics* menempati peringkat pertama dalam penjualan UHD TV pada pasar global.

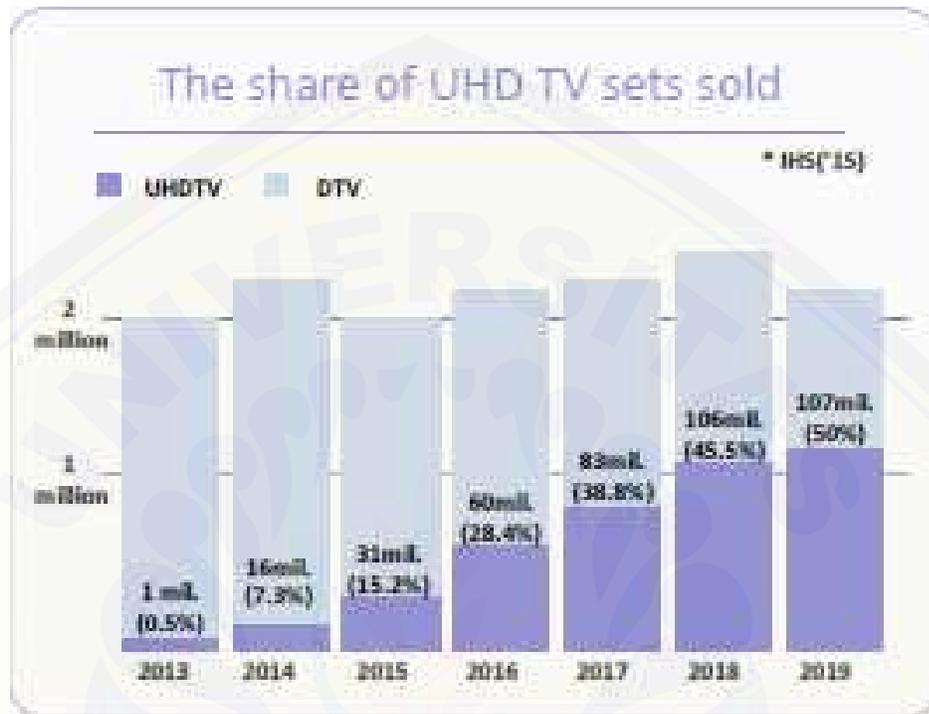
Tidak kalah dengan *Samsung Electronics*, perusahaan *LG Electronics* menempati posisi kedua dalam penjualan TV UHD pada pasar global. *LG Electronics* merupakan pemimpin dan inovator teknologi global dalam konsumen elektronik, perangkat komunikasi dan peralatan rumah tangga. Perusahaan *LG Electronics* mempekerjakan sekitar 83.000 orang di 128 lokasi di seluruh dunia. Penjualan produk LG pada tahun 2014 telah mencapai 55,91 dolar atau setara dengan 59,04 triliun won.⁹⁸ Perusahaan-perusahaan produsen TV tersebut memiliki cabang perusahaan yang tidak hanya ada di negara asalnya namun juga tersebar di berbagai negara lain. Selain itu persebaran barang yang diproduksi juga telah melampaui lintas batas negara. Hal tersebut jelas merujuk pada praktek transnasionalisme dengan kata lain perusahaan produsen TV seperti *Samsung Electronics* dan *LG Electronics* merupakan *Transnational Corporation*.

Saat ini Pangsa pasar untuk penjualan UHD TV asal Korea Selatan yang diproduksi oleh Samsung dan LG diprediksi akan terus mengalami kenaikan hingga tahun 2019. Kenaikan penjualan pada tahun 2019 diprediksikan akan mencapai 50% persen.

⁹⁷Ro Taepyung dan Gu Chung. Tanpa tahun. *Samsung Electronics Co., Ltd. - Company Profile, Information, Business Description, History, Background Information on Samsung Electronics Co., Ltd.* Dikutip dari <http://www.referenceforbusiness.com/history2/16/Samsung-Electronics-Co-Ltd.html> [28 Februari 2016]

⁹⁸ LG. Tanpa tahun. *LG Electronics' Corporate Governance and Organization is Provided so Current and Potential Investors Can Better Comprehend How the Company is Managed.* Dikutip dari <http://www.lg.com/global/investor-relations/company-info> [28 Februari 2016]

Gambar 3.5 Kenaikan penjualan UHD TV dari tahun 2013 hingga prediksi tahun 2019



Sumber: Lee Jae Young. 2016. *Broadcasting UHDTV in South Korea*. Korea: Broadcast Television Conference. Halaman: 8.

BAB 5. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan bab-bab sebelumnya, telah dijelaskan bahwa pemerintah Korea Selatan saat ini lebih mengedepankan sektor ekonomi kreatif sebagai mesin pertumbuhan ekonomi. Pemerintah Korea Selatan kemudian mengeluarkan *Creative Economy Action Plan* sebagai acuan untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang salah satunya yaitu mengembangkan bidang penyiaran berbasis UHD. Upaya Korea Selatan menjadikan sektor penyiaran sebagai salah satu penyokong pertumbuhan ekonomi tidak bisa terlepas dari adanya kepentingan politik dan ekonomi dan adanya praktek transnasionalisme. Keputusan politik pemerintah Korea selatan berupa Kebijakan Rencana Tindakan Ekonomi Kreatif bertujuan untuk kepentingan ekonomi, sedangkan pengembangan bidang penyiaran di dalam kebijakan tersebut bertujuan untuk kepentingan politik. Antara politik dan ekonomi tidak dapat dipisahkan dimana keduanya memiliki hubungan timbal balik yang positif satu sama lain sehingga perlu dilakukan upaya-upaya secara politik maupun ekonomi yang didalam upaya tersebut berkaitan dengan praktek transnasional. Poin penting yang menunjukkan adanya praktek transnasionalisme dalam pengembangan bidang penyiaran ini yang pertama yaitu adanya dorongan untuk memperluas pasar terutama pada pasar global. Kedua, pemerintah maupun non pemerintah sebagai aktor transnasionalisme ikut terlibat dalam praktek transnasionalisme. Ketiga, aktivitas transnasionalisme yang terjadi tidak bisa terlepas dari munculnya fenomena transnasionalisme. Terakhir yaitu dalam praktek transnasionalisme ini menjadikan jarak bukan lagi sebagai hambatan untuk memperluas pasarnya. Poin-poin tersebut sesuai dengan konsep transnasionalisme dalam ilmu hubungan internasional.

Praktek atau aktivitas transnasionalisme tersebut terlihat dari setiap upaya yang dilakukan oleh pemerintah ataupun pihak swasta (non pemerintah) sebagai aktor utama. Hal ini terlihat ketika pemerintah mengumumkan mengikutsertakan Korea Selatan pada MIPCOM. Tujuan pemerintah tidak lain yaitu untuk memperluas pasar

sektor industri penyiaran UHD dimana dalam *showcase* MIPCOM ini Korea Selatan memiliki kesempatan untuk mempromosikan dan melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan penyiaran terkemuka di dunia. Dengan demikian pemerintah berkesempatan mengeksport produk hasil dari industri penyiaran sehingga dapat dijadikan sebagai penyokong pertumbuhan ekonomi.

Selain itu, upaya Korea Selatan ini tidak menganggap jarak adalah sebagai hambatan untuk mengembangkan dan mempromosikan penyiaran berbasis UHD. Seiring dengan semakin banyaknya permintaan terhadap produk industri penyiaran Korea Selatan dari pasar global ini kemudian mengharuskan pemerintah ataupun pihak swasta untuk melakukan praktek transnasionalisme. Dalam praktek transnasionalisme pemerintah tentu harus bersedia melakukan aktivitas yang berhubungan dengan perpindahan manusia secara fisik atau barang (produk) melintasi batas-batas negara. Hal ini dipermudah dengan adanya aktor non pemerintah seperti perusahaan-perusahaan swasta yang telah memiliki banyak cabang perusahaan di berbagai negara. Oleh karena itu jarak tidak lagi menjadi alasan dan hambatan lagi untuk mengembangkan dan mempromosikan bidang penyiaran berbasis UHD pada pasar global.

Salah satu bukti keberhasilan Pemerintah Korea Selatan dalam mengembangkan dan mempromosikan sektor penyiaran UHD, saat ini perangkat pendukung penyiaran UHD asal Korea Selatan mendominasi pangsa pasar TV global mulai tahun 2012 hingga tahun 2015. Bahkan pada tahun 2015 Korea Selatan telah mengeksport sekitar 69.99 unit UHDTV diseluruh dunia.

DAFTAR PUSTAKA**Buku:**

- Asian Development Bank. 2014. *Innovative Asia: Advancing The Knowledge-Based Economy*. Manila: Asian Development Bank.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kualitatif dan Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga Univerty Press
- Fahmi, Irham. 2013. *Ekonomi Politik : Teori dan Realita*. Bandung: Alfabeta.
- Ikbar, Yanuar. 2006. *Ekonomi Politik Internasional 1: Konsep dan Teori*. Bandung: Refika Aditama
- Jackson, Robert dan George Sorensen. 2005. *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jackson, Robert dan George Sorensen. 2013. *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jr. Frank, Charles R, Kwang Suk Kim dan Larry E. Westphal. 1975. *Foreign Trade Regimes and Economic Development: South Korea*. Cambridge: National Bureau of Economic Research
- Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea, Kementrian Budaya, Olahraga dan Pariwisata. 2012. *Korea: Dulu & Sekarang*. Seoul: Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea, Kementrian Budaya, Olahraga
- Lentner, Howard H. 1996. *Politics International : Theory and Practice*. United State: West Publising Company
- Nasar, Moh. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nasution, Dahlan. 1991. *Politik internasional Konsep dan Teori*. Jakarta: Airlangga

Pangestu, Mari Elka. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta : Departemen Perdagangan RI.

Sudjana, Nana dan Awal Kusumah, M.S. 2002. *Proposal Penelitian di Perguruan Tinggi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Vertovec Steven. 2009. *Transnationalism*. New York: Routledge.

Young Ick Lew. 2000. *Brief History of Korea*. New York: The Korean Society.

Jurnal:

Araya, Daniel. 2010. Cultural Democracy: Universities in the Creative Economy. *Policy Futures in Education*. Vol.8 No. 2. Urbana: University of Illinois at Urbana-Champaign.

Ki Sung Kwak. 2010. Broadcasting Deregulation in South Korea. *Academic Paper Series on Korea*. Vol. 3. Washington: Korea Economic Institute of America

Light, Ivan, Min Zhou and Rebecca Kim. 2002. Transnationalism and American export in an English-Speaking world. *The International Migration Review*. Vol. 36. No. 3. Los Angeles: University of California.

Park Jin Sik. 2015. *A Study on the Activation of A Strategic TV Program Contents Festival Trading For Improving The Competitiveness of Globalization* . Volume. 4, Nomor. 10. International Journal of Current Research in Life Sciences (IJCRLS)

Laporan :

Ministry of Strategy and Finance. 2013. *The Park Geun-Hye Administration's Creative Economy Blueprint, 'Creative Economy Action Plan and Measures To Establish A Creative Economy Ecosystem*. Sejong: Ministry of Strategy and Finance.

Ministry of Strategi and Finance. 2014. *3 Year Plan for Economic Innovation Directed Toward Reform, Growth and Balance*. Sejong: Ministry of Strategy and Finance.

Smirnoff, Nicolas. 2015. *Mipcom 2015: Content & Technology, the New Scenarios Take Shape*. Miami: Presario International

Switzerland Global Enterprise. 2013. *South Korea Major Business Sectors*. Seoul: Swiss Business Hub Korea

Skripsi:

Maharjati, Isti. *Upaya Korea Selatan Untuk Memperkenalkan kebudayaannya Kedunia internasional melalui Korean Wave*. Skripsi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember. Jember. 2010.

Makalah atau Paper:

Byungsun Kim, Injoon Cho, Ilsoo Kyung, Sangjin Hahm dan Jinmo Kang. 2014. *Terrestrial 4K-UHDTV Experimental Broadcasting in Korea*. Seoul : KBS (Korean Broadcasting System).

Connell, Sean. 2013. *Building a Creative Economy in South Korea: Analyzing the Plans and Possibilities for New Economic Growth*. Washington: Korea Economic Institute of America

- Gyoo Gun Lim, Renee B. Kim dan Han Bae Lee. 2008. *Public E-Procurement: The Korean On Line Eprocurement System (KONEPS)*. 3rd International Public Procurement Conference Proceeding.
- Jeong, Gook Jin. 2015. *Miracle on the Han River: A Regression Analysis of the Effect of Chaebol Dominance on South Korea's Economic Growth*. Undergraduate Honors Theses University of Colorado. Colorado.
- Lee Jae Young. 2016. *Broadcasting UHDTV in South Korea*. Korea: Broadcast Television Conference
- Ministry of Science, ICT and Planning Future dan Biotech Policy Reseach Center (BPRC). 2014. *Biotechnology in Korea 2014*. Daejeon: Biotech Information Portal.
- Noland, Marcus. 2011. *Korea's Growth Performance : Past and Future*. Honalulu : East-West Center Working Papper. No. 123.
- Nölke, Andreas. 2011. *Transnational Economic Order and National Economic Institution: Comparative Capitalism Meets for the Study of Societies, Cologne*. Germany: Max Planck Institute for the Study of Societies.
- Oxford Economic. Tanpa Tahun. *The economic contribution of the film and television industries in South Korea*. Oxford: Oxford Economic
- Portes, Alejandro, William Haller and Luis E. Guarnizo. 2001. *Transnasionalism Entrepreneurs: The Emergence and Determinants of and Alternative Form of Immigrant Economic Adaptation*. WPTC-01-05, Working Paper Series, Transnational Communities Program. Oxford University.
- Ritter, Thomas, Ian F. Wilkinson dan Wesley J. Jonhston. 2004. *Managing in Complex Businnes Network*. Industrial Marketing Management. North Holland: Science Direct.

Sen, Jaydep. 2009. *Convergence & Next Generation Networks*. Global Licstandardization Forum For India (GISFI). White Paper July 2009

Shin Min Su, Ryu Joon Gyu dan Oh Deock Gil. 2014. A Study on the Ka-band Satellite 4K-UHD Broadcasting Service Provisioning in Korea. The Eighth International Conference on Mobile Ubiquitous Computing, System, Service and Technologies.

Song, Yeongkwan. 2012. *Audiovisual Service in Kore: Market Development and Policies*. Tokyo: Asian Development Bank Institute.

Internet:

Anonim. 2013. *S. Korea's youth unemployment rate rises*. Dikutip dari http://usa.chinadaily.com.cn/world/2013-12/19/content_17184451.htm [Diakses 7 Desember 2014]

Anonim. 2014. Next-generation ultra HD broadcasting goes on the air. Dikutip dari <http://www.korea.net/NewsFocus/Sci-Tech/view?articleId=119023> (Diakses 17 Maret 2015)

Business Korea. 2014. *Investment in Content Emerges as Biggest Issue with Opening of UHD Broadcasting*. Dikutip dari <http://www.businesskorea.co.kr/english/news/ict/4074-uhd-broadcasting-investment-content-emerges-biggest-issue-opening-uhd-broadcasting> [19 Februari 2016]

Business Korea. 2014. *Competition between Korea, Japan in UHD Satellite Broadcasting*. Dikutip dari <http://www.businesskorea.co.kr/english/news/ict/4924-uhd-broadcasting-competition-between-korea-japan-uhd-satellite-broadcasting> [12 Desember 2015]

- Business Wire. 2015. *UHD Market, a Specialized Portal for UHD Broadcast Contents Is Now Available*. Dikutip dari <http://www.businesswire.com/news/home/20151110007092/en/UHD-Market-Specialized-Portal-UHD-Broadcast-Contents> [23 november 2015].
- Central Intelligence Agency (CIA). 2015. The World Factbook . Dikutip dari <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ks.html> [30 Agustus 2015]
- Government of the Republic of Korea. Tanpa tahun. *National Organizations*. Dikutip dari http://www.korea.go.kr/eng/sub/gov_website01_1.jsp [10 Maret 2016]
- Gross, Doug. 2014. *South Korea spending \$1.5 billion for '5G' network*. Dikutip dari <http://edition.cnn.com/2014/01/22/tech/mobile/south-korea-5g/> [16 November 2014]
- Invest Seoul. Tanpa tahun. *Digital Content Industry*. Dikutip dari <http://investseoul.com/industries/digital-content-industry/> [30 Oktober 2015]
- Kim, Da Ye. 2013. *Foreign experts say 'Creative Economy' is*. Dikutip dari http://www.koreatimes.co.kr/www/news/biz/2014/08/328_138764.html [Diakses 14 November 2014]
- Kim Yoo-chul. 2013. *UHD TV Service to Debut Next Year*. Dikutip dari http://www.koreatimes.co.kr/www/news/biz/2013/08/123_141233.html [9 Desember 2015]
- Kim Young Joo . 2015. *The Newest Marketing Keyword, All about UHD TV*. Dikutip dari <http://www.lgcnsblog.com/inside-it/the-newest-marketing-keyword-all-about-uhd-tv-part-1/> [9 Desember 2015]
- KBS World Radio. 2015. Mewujudkan keajaiban sungai Han. Dikutip dari http://world.kbs.co.kr/indonesian/program/program_kpanorama_detail.htm?No=10036289 (Diakses 9 September 2015)
- Kedutaan Besar Republik Indonesia untuk Korea Selatan. 2014. Tentang Korea Selatan. Dikutip dari <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/tentang> [16 September 2015]

- Korea Net. 2014. *Next-generation ultra HD broadcasting goes on the air*. Dikutip dari <http://www.korea.net/NewsFocus/Sci-Tech/view?articleId=119023> [17 Maret 2015]
- Korean Broadcasting System (KBS). 2014. *Broadcasting Tests Begin for Ultra High Definition*. Dikutip dari http://english.kbs.co.kr/about/Latest_at.html?No=8008325 [16 Februari 2016]
- Lendinbo, Jamie. 2015. *What is 4K (Ultra HD)?*. Dikutip dari <http://asia.pcmag.com/hdtvs-home-theater-reviews-ratings-comparisons/4210/news/what-is-4k-ultra-hd> [3 Desember 2015]
- LG CNS. 2015. *The Newest Marketing Keyword, All about UHD TV (Part 2)*. Dikutip dari <http://www.lgcnsblog.com/inside-it/the-newest-marketing-keyword-all-about-uhd-tv-part-2-3/> [27 Januari 2016]
- Mahasiswa Ekonomi. 2014. *Definisi Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif*. Dikutip dari <http://mahasiswaekonomi.com/belajar-ekonomi/definisi-ekonomi-kreatif-dan-industri-kreatif/> (Diakses 26 Agustus 2015)
- Marsus, Soffan. 2014. *Strategi Pembangunan Korea Selatan*. Dikutip dari <http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/150-artikel-keuangan-umum/20268-strategi-pembangunan-korea-selatan> [pada 1 September 2015]
- Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea. 2014. *Korea to Showcase UHD/3D Content at MIPCOM*. Dikutip dari http://gbr.mofa.go.kr/webmodule/htsboard/template/read/legengreadboard.jsp?typeID=16&boardid=9729&seqno=716679&c=&t=&pagenum=1&tableName=TYPE_ENGLEGATIO&pc=&dc=&wc=&lu=&vu=&iu=&du= [11 Maret 2016]
- Ministry of Science, ICT and Future Planning. Tanpa Tahun. *Overview of Creative Economy*. Dikutip dari <http://english.msip.go.kr/english/msipContents/contents.do?mId=MjY4>

- Moon Gwang Lip. 2014. *Samsung dominates global market for UHD TVs*. Dikutip dari <http://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=2989635> [10 Desember 2015]
- MIPCOM. 2015. *The Storyboard for your success*. Dikutip dari <http://www.mipcom.com/en/about/> [11 Maret 2016]
- Noland, Marcus. 2014. *Six Markets to watch: South Korea*. Dikutip dari <http://www.foreignaffairs.com/articles/140335/marcus-noland/six-markets-to-watch-south-korea> [Diakses 31 Oktober 2014]
- Nathan Millard. 2013. *Korea's Drive Towards A Creative Economy Explained*. Dikutip dari <http://betech.asia/2013/10/08/koreas-drive-towards-a-creative-economy-explained/> [Diakses 31 Oktober 2014]
- Pulse by Maeil Business News Korea. 2014. *Gov't to spend \$14mn on UHD broadcasting industry this year*. Dikutip dari <http://pulsenews.co.kr/view.php?sc=30800025&year=2014&no=602247> [20 Februari 2016]
- Pemita, Desika. 2014. *Karya Baru EXO Bikin Nagih*. Dikutip dari <http://showbiz.liputan6.com/read/2047780/karya-baru-exo-bikin-nagih> [27 Maret 2015]
- Ro Taepyung dan Gu Chung. Tanpa tahun. *Samsung Electronics Co., Ltd. - Company Profile, Information, Business Description, History, Background Information on Samsung Electronics Co., Ltd*. Dikutip dari <http://www.referenceforbusiness.com/history2/16/Samsung-Electronics-Co-Ltd.html> [28 Februari 2016]
- Savada, Andrea Matles dan William Shaw. 1990. *South Korea: Population*. Dikutip dari <http://countrystudies.us/south-korea/33.htm> [17 April 2016]
- Sohn Jung-in. 2014. *Korea becomes first country to launch UHD TV channel*. Dikutip dari http://www.arirang.co.kr/News/News_View.asp?nseq=160713 (Diakses 31 Maret 2014)

- The Korea Economic Daily. 2015. *Samsung and LG Grab 63% Share in UHD TV Panel Market*. Dikutip dari <http://english.hankyung.com/news/apps/news.view?c1=03&nkey=201510261406111> [23 februari 2016]
- United States Department of Agriculture Economic Research Service. 2015. *South Korea: International Market trade*. Dikutip dari <http://www.ers.usda.gov/topics/international-markets-trade/countries-regions/south-korea/trade.aspx> [17 April 2016]
- Windiarti, Hutami. 2014. *Intip Rahasia di Balik Drama Man From the Stars*. Dikutip dari <http://celebrity.okezone.com/read/2014/02/26/533/946782/intip-rahasia-di-balik-drama-man-from-the-stars> [27 Maret 2014]
- Wong, Philip. 2013. *Japan to Broadcast in 4K Starting in 2014*. Dikutip dari <http://www.cnet.com/news/japan-to-broadcast-in-4k-starting-in-2014/> [19 Januari 2016]
- Yonhap News Agency. 2013. *Samsung unveils revised spending plan for tech, basic science*. Dikutip dari <http://english.yonhapnews.co.kr/news/2013/08/13/36/0200000000AEN20130813007200320F.html> [7 November 2014]
- Yoon Heeseok. 2015. *KT Skylife Commercializes World's First 3 UHD Channels - Opens UHD Multi-Channel Generation*. Dikutip dari http://www.netmanias.com/en/post/korea_ict_news/7553/4k-korea-uhd/kt-skylife-commercializes-world-s-first-3-uhd-channels-opens-uhd-multi-channel-generation [11 April 2016]



Embargo:**Release Date:** June 5, 2013

Contact Information: Choi Dong-il (044-215-4551/ New Growth Strategy Division)

**THE PARK GEUN-HYE ADMINISTRATION'S CREATIVE ECONOMY
BLUEPRINT, 'CREATIVE ECONOMY ACTION PLAN AND MEASURES TO
ESTABLISH A CREATIVE ECONOMIC ECOSYSTEM'**

Prime Minister Chung Hong-won hosted the Cabinet meeting on June 4. At the meeting, the 'Creative Economy Action Plan and Measures to Establish a Creative Economic Ecosystem' (henceforth to be called the 'Creative Economy Action Plan') were confirmed.

Background and Need for Drawing Up the Creative Economy Action Plan

The Korean economy has reached the limits of its 'catch-up type strategy,' which had driven economic growth for the last 40 years, due to the global economic crises and pursuit from emerging industrial economies.

The global economy is moving away from labor and capital (industrial economy), and knowledge and information (knowledge economy), to 'innovation, technology and creative ideas (creative economy).'

Korea's economic management paradigm also arose as pursuit-type growth through imitation and application, and the government is now working to switch the Korean economic paradigm to that of the leading-type growth founded on Korean creativity. In order to reach this goal, the government has drawn up the Creative Economy Action Plan, a Korean creative economy promotion strategy that utilizes Korea's science, technology and information and communications technology (ICT) capacity, all of which are Korean strengths. The Creative Economy Action Plan proposes both a vision and goals for transforming into a creative economy. Each ministry was given tasks at the end of March to turn the vision of a creative economy into a reality. The Creative Economy Action Plan reflects the government's efforts to collect opinions and receive suggestions regarding government tasks by The Federation of Korean Industries, The Korea Chamber of Commerce, the Korea Federation of Small and Medium Business, the Korea Trade-Investment Promotion Agency, the Korea Employers Federation, and the Korea Venture Business Association.

3 Goals, 6 Strategies, 24 Tasks

The Creative Economy Action Plan establishes a vision for 'Realizing a New Era of Happiness for the Korean People through a creative economy' in order to create a creative economy ecosystem. The government has set 3 goals:

- 1) Create new jobs and markets through creativity and innovation,
- 2) Strengthen Korea's global leadership through a creative economy
- 3) Creating a society where creativity is respected and manifested

The government has also proposed 6 strategies:

- 1) Properly compensate for creativity and create an ecosystem that promotes the creation of startups
- 2) Strengthen the role of ventures and small and medium-sized enterprises (SMEs) in the creative economy and strengthen their ability to enter global markets
- 3) Create growth engines to pioneer new markets and new industries
- 4) Foster global creative talent that has the spirit to rise to challenges and pursue dreams
- 5) Strengthen the innovation capacity of science, technology and ICT, which form the foundation for the creative economy
- 6) Promote a creative economic culture together with the Korean people

Each strategy is accompanied by 3-5 tasks

✧ **The Concept of the Creative Economy**

Korean creativity and imagination will be combined with science, technology and ICT to create new industries and markets, and to make existing industries stronger and thus create good jobs.

1. Properly Compensate for Creativity and Create an Ecosystem that Promotes the Creation of Startups

Create the Conditions to Easily Start New Businesses through Investment, not Financing

Financing pools will be reduced and investment pools will be increased in order to encourage investment in startups. No matter the person, if somebody comes up with a good idea, they will be able to easily start their business. Conditions will be created such that should one's business fail in good faith, they will still be able to start another new business.

The Ministry of Strategy and Finance released the 'Measures for a Venture-Startup Funding Ecosystem' on May 15, which includes measures that fit into the Creative Economy Action Plan. The change in the structure of startup enterprise funding is centered on moving away from financing and towards investment. Angel investment is being stimulated, crowd funding is being institutionalized and the Future Creation Fund (500 billion won) will be created. Venture-startup ecosystem infrastructure is being expanded. Startup platforms are being diversified, mentoring is being strengthened and the environment for starting a new business

(after failing in one's first endeavor) is being improved.

Patenting Creative Ideas

The government will develop a 'Country Patent Strategy Blueprint' in order to secure patents for creative ideas that have high marketability, and will construct a mediation and proliferation system that will organically connect patents with standards and R&D. There will be financing support based on a value evaluation by type for intellectual property (IP), including patenting IP. In the case that corporations introduce employee invention compensation systems, those corporations will be able to receive institutional incentives.

2. Strengthen the Role of Ventures and SMEs in the Creative Economy and Strengthen their Ability to Enter Global Markets

The Government and Public Institutions Will Become the Number One Customer to Support the Pioneering of New Markets

Enterprises that produce promising future industrial products, such as convergence products and materials, will be given the opportunity to enter public procurement markets through excellent procurement goods selection systems. Products that are purchased through government procurement will be registered to a government-sponsored online shopping mall and will be able to be publicized.

Easing Regulations and Increasing Government Support to Stimulate Investment

Private investors who withdraw their investments will be able to boldly invest in ventures and SMEs without fear through the easing of stock market (KOSDAQ, KONEX) and M&A-related regulations. Government support for ventures and SMEs will be increased, and businesses will have various opportunities to receive funding support.

According to the 'Measures for a Venture-Startup Funding Ecosystem,' the KONEX market opened for ventures and SMEs, KOSDAQ listing and management systems were improved and M&A-related tax reductions and exemptions were modified. Also, the 'Growth Ladder Fund' was introduced, post office financial funds are being used to invest in ventures, and M&A-related funds have been introduced.

Setting the Goal of Startup Growth by Accessing Global Markets

It will be possible for promising startups to enter global markets through the consultation with domestic centers (such as the Global Startup Support Center). These startups will be able to receive localization support through overseas support centers and networks.

Creating an Ecosystem that Encourages Cooperation and Win-Wins between SMEs and Large Corporations

The government plans to encourage the proliferation of a business culture that fairly

distributes and cooperates in order to create outcomes that help both SMEs and large corporations through an outcome sharing system.*

* Outcome sharing system: Large corporations and SMEs will agree to share outcomes and goals through a preliminary contract. Should outcomes arise, those outcomes (cash compensation, long-term contracts, joint patents, etc.) must be shared according to the contract.

The government expects that there will be active participation in production cost reducing joint cooperation projects* in order to prevent unfair pricing in advance.

* Large corporations and SMEs will form a consortium to cooperate in order to achieve their common goal of securing global price competitiveness.

Constructing a System that Connects Demand, Education and Recruitment to Resolve Human Resources Shortages

Venture and SME-related organizations, local governments, education and training institutes, and corporations will mutually cooperate in order to perform a preliminary investigation that matches ventures and SMEs, which are suffering from human resources shortages, with the required manpower, to provide education/training services, and to construct a joint human resources management system to connect venture and SMEs with those seeking employment.

3. Create Growth Engines to Pioneer New Markets and New Industries

Combining Science, Technology and ICT to Energize Existing Industries

Major industries will raise their competitiveness through joint public-private next-generation materials and product development and IT convergence innovation centers. Industries that were traditionally strong but are now lagging will improve their added value and productivity by expanding management systems based on IT, developing clean energy, and expanding simple smart phone payments for traditional markets. The government will take the lead on plans to sophisticate land and industry infrastructure, such as LTE systems for railroads and smart, automated driving.

Creating New Industry Based on Software and Internet

Software education will be strengthened and a cluster will be created that connects regional specialized industries with software convergence. The government will also promote software convergence technology development and the establishment of a software policy lab. The foundation will be built to foster new internet industries through the enactment of the 'Cloud Computing Development Act' and the construction of the 'Big Data Analysis and Utilization Center.' Over 5,000 people will be trained as security professionals by 2017, and Korea will be transformed from 'a nation of security troubles to a secure nation.'

* Comprehensive measures for information protection industry advancement will be announced this June.

The 'Dignified Korea Contents Fund' and the 'Korea Digital Contents Fund' (400 billion won)

will be created to support the contents industry. The government will foster 5 'killer contents*' and digital contents that Korea are strong points for Korea into next-generation contents industries.

* Music, movies, games, animation, and musicals

Creating New Markets through Human-Oriented Technology Innovation

First, inconveniences and problems related to daily life, such as the environment, welfare, and safety, will be discovered, and R&D will be promoted to make improvements. Those improvements will be transferred to the private sector to create new services and markets. Government-level strategies will be prepared that target social systems and structures innovation and covers science, technology and ICT, and cultural system improvements. ('C-Korea Project')

* This includes the '5 Cs' of science, technology and ICT 'Convergence,' the 'Connection' between technology, the humanities and society, public-private 'Collaboration' and social system 'Conversion.'

Pioneering New Markets by Discovering and Fostering New Promising Future Industries

The government will support the development of promising sectors, such as the biomedical technology, nanotechnology, and environmental sectors, including genome analysis and treatment technologies, graphene displays and Carbon Capture and Sequestration (CCS). The government will focus its support on investing in large-scale national strategic industries, such as advanced reactor and mid-sized satellite exports and unmanned drone development. Promising new industries and businesses will be discovered through long-term future predictions in order to secure leading core technologies.

Promoting Market Creation and Industry Convergence through Regulation Rationalization

The government will actively pay attention to demand and difficulties of businesses in order to promote market creation and industry convergence. All ministries plan to work together to make these improvements. The government has discovered system improvements, including the 3 strikes copyright policy, through meetings with 7 private sector federations in April.

4. Foster Global Creative Talent that Has the Spirit to Rise to Challenges and Pursue Dreams

Strengthening the Development of Creative Convergence Talent

Elementary and middle school students will be exposed to convergence experiences and research education textbooks for math, science, technology, engineering, and art. University students will have access to a broad range of information outside their major through convergence classes and convergence departments. The government will introduce and promote the spread of the 'Spec Transcendence Recruitment System,' a system for students

preparing to enter the workforce that will not waste time and money on unnecessary specializations and will promote the absorption of creativity capacity development.

* The 'job competency evaluation model' will be developed in order to support businesses that are struggling with difficulties related to finding the proper talent because outside of academic background and specializations, there are no proper evaluation standards. The 'Spec Transcendence Mentor School' that supports employment following the selection and professional mentoring of youth talent, will be established in June.

Saving the Challenging and Entrepreneurial Spirit

Special after school activities and weekend programs will be utilized, and a 'technology startup camp' that provides career experience and mock startup competitions will be operated. Support will be expanded for youth and university student startup clubs. Successful venture entrepreneurs will visit and introduce students to the challenge of starting a business in order to give students the courage to strive for new frontiers. (One-on-One Mentoring)

Stimulating the Overseas Advancement and Domestic Inflow of Creative Talent

The newly created 'K-Move Portal'* and the 'Government Foreign Internship Program'** will be utilized for young adults who dream of working on a global stage, and these students will be able to get real experience working on overseas industrial sites and will learn to think in global terms.

* The K-Move Portal integrates and supplies localized job information through the KOTRA network
** 7 ministries (this includes the Ministry of Education, the Ministry of Trade, Industry and Energy, the Ministry of Gender Equality and Family, the Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, the ministry of Culture, Sports and Tourism, the Ministry of Land, Infrastructure and Transport, and the Small and Medium Business Administration) are supervising 13 projects that dispatch 2,620 people.

Foreigners possessing excellent technologies will be able to receive the newly created '(tentatively named) Startup Visa' to enter Korea and smoothly start a new business. Conditions for settling in Korea for foreign talent, such as shelter, medical care, and education will be improved, and support will be offered to help 300 researchers out of the top 1 percent of researchers settle in at the International Science and Business Belt.

5. Strengthen the Innovation Capacity of Science, Technology and ICT, which Form the Foundation for the Creative Economy

Creating an Autonomous and Challenging Research Environment and Supporting the Commercialization of Research Outcomes.

Government investment in basic research, a part of government R&D investment, will be increased by 40 percent by 2017, and the government is working on 'Future Challenge Adventure Research Projects' (2nd half of 2013) in order to offer the opportunity to creative young researchers to make their creative ideas a reality. The government is also working on the 'Research Outcomes Commercialization Support Project' (2nd half 2013) that will offer

support for researchers to take their research results, plan a business model, work in R&D incubators and commercialize the results.

Pioneering Next-Generation Markets by Strengthening ICT Innovation Capacity

Promising future technologies from the C-P-N-D sectors, such as 5G mobile communications and realistic media will be selected and developed. Next-generation networking industries will be fostered, such as next-generation Wi-Fi and 10Gbps internet and will be targeted at overseas markets.

Stimulating the Regional Economy and Strengthening the Commercialization Function and Regional Innovation of Universities

Technology planning and management organizations will be created for each region in order to strengthen local government's technological management capacity while taking into account the special circumstances of each region in order to construct regional innovation clusters.

Solving International Social Problems through Korean Science, Technology and ICT in Order to Raise Korea's Status

'Science Technology Innovation Centers' will be established in major emerging nations to connect local startups and the commercialization of optimal technologies that emerging nations require.

6. Create a Creative Economic Culture Together with the Korean People

Creating a Creative Culture that Realizes Creativity and Imagination

In the second half of this year the government will host the 'Creative Economy Expo,' for Koreans to come in contact with examples of creative economic success and a culture of challenging and open-mindedness. Support will be offered for regular people with excellent ideas to get those ideas patented through the '1 Household 1 Intellectual Property Movement.' 'Infinite Imagination Rooms' will be installed in science museums, post offices, and libraries. After managing 5 demonstration sites, these rooms will be installed throughout the entire country. Anybody, including students, will be able to visit these 'Infinite Imagination Rooms' in order to foster their ideas and receive mentoring from professionals that can connect their ideas with startups. The government will host 'Idea Festivals,' which will create a social atmosphere where anybody can actively propose their imaginative and creative ideas, and support will be given to promote the commercialization of excellent ideas. The government constructed and manages 'Creative Korea,' an online portal. Through this portal, any Korean citizen will be able to easily access the creative economy, and receive comprehensive support in order to take a good idea, commercialize it, and start a new business.

Fusing Korean Ideas with Public Resources through Government 3.0

Data that the government possesses will be made public, including bus service information, and learning materials in order to create various business models that will utilize the government's data in the private sector. The government is working to enact the 'Public Information Supply and Use Stimulation Act' in order to support these goals.

Innovating Government Working Methods in order to Realize a Creative Economy

The government will construct the 'Integrated Government Communication System' that will make possible communication and cooperation through video conferencing and materials distribution for each administrative agency. The integrated government center will be transformed into a cloud computing center, and the 'National Future Strategy Center' will be established in 2015 to utilize policy decisions made from comprehensive analyses of big data.

Creative Economy System

Centering the Creative Economy on the Private Sector, not the Government

The government will meet with private sector economic organizations in the high level 'Creative Economy Public-Private Conference' and the 'Working-level Conference' in order to construct private sector led communication and cooperation systems.