

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Tersebarnya industri kreatif Korea Selatan ke banyak negara telah membuat perekonomian negara tersebut tumbuh dan berkembang dari tahun ke tahun, hal ini memperlihatkan adanya manfaat ekonomi nasional yang ingin dicapai melalui proses diplomasi publik. Dalam praktik penyebaran industri kreatif melalui kegiatan ekspor, pemerintah Korea memerlukan sebuah strategi. Ada 3 tahapan strategis yang digunakan Korea Selatan dalam penyebaran industri kreatif.

Pertama, Korea Selatan berupaya mengembangkan pertumbuhan domestik melalui pengembangan sumber daya manusia, pengembangan infrastruktur publik, dan teknologi modern. Strategi kedua adalah mencoba bekerjasama dengan Korea dan negara lain melalui pembentukan badan-badan khusus, seperti KCC (*Korean Cultural Center*) untuk memudahkan akses informasi tentang industri industri kreatif. Strategi selanjutnya adalah menjadikan Korea Selatan aktif di kancah internasional, dimana pemerintah Korea menggunakan *Korean wave* untuk menjalin hubungan kerjasama dengan negara lain, termasuk Indonesia, serta melakukan promosi dan komunikasi mempromosikan industri kreatif lainnya.

Korean Wave menggunakan industri kreatif dengan lima kategori musik, penyiaran (teater dan film), animasi, kartun dan permainan untuk meningkatkan pendapatan ekonomi negara. Pemerintah Korea Selatan menyetujui ekspor tersebut. Industri kreatif Korea dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap sektor

ekspor sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi negara. Oleh karena itu, kepentingan nasional pemerintah Korea dapat diwujudkan melalui praktik diplomasi publik. Pergeseran alur pemasaran film global akibat pandemi COVID-19, dari pasar distribusi bioskop ke distribusi film melalui media digital atau layanan streaming, merupakan bentuk respon pasar akibat perubahan budaya konsumsi film di Indonesia. masyarakat global (dalam hal ini konsumen film) serta pemberlakuan kebijakan pemerintah global terkait kesehatan dan keselamatan untuk memungkinkan akses bioskop bagi semua orang.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku industri perfilman global mengubah pasar distribusi filmnya untuk menggunakan platform layanan streaming. Dengan munculnya teknologi OTT dan dibantu oleh kondisi pandemi COVID-19 yang membuat penonton tidak dapat mengakses bioskop, secara tidak langsung telah menyebabkan perubahan budaya konsumsi film. Perubahan budaya konsumen masyarakat terhadap akses film melalui platform layanan streaming muncul jauh sebelum pandemi COVID-19, seiring dengan munculnya wabah lain pasar kedua layanan streaming (release window) untuk distribusi film. Hanya saja, pandemi COVID-19 telah mempercepat dan memperluas pergeseran budaya konsumen masyarakat terhadap film karena terbatasnya akses film.

Sehubungan dengan meningkatnya minat konsumen global terhadap film-film yang diproduksi di Korea, hal ini juga secara tidak langsung membantu Netflix untuk terus mendukung operasional produksi film Korea melalui investasi pada film-film Korea produksi film melalui Netflix Original.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ekspor produk film Korea menggunakan platform layanan streaming Netflix memfasilitasi perluasan pasar ekspor film Korea dan mengurangi atau meningkatkan distribusi produk film ekspor yang sebelumnya termasuk distributor film Selatan. Korea (sebagai eksportir) dengan distributor film dalam negeri - Negara selain Korea (sebagai importir) saat ini menggunakan pasar film. Hal ini juga didukung oleh minat konsumen yang kuat terhadap konten Korea Netflix, terutama konten film. didorong oleh ketertarikan konsumen global terhadap naskah, aktor, dan budaya Korea. Hal ini sesuai dengan argumentasi peneliti untuk meningkatkan pangsa pendapatan film buatan Korea di pasar film digital global, yang juga akan membantu menghidupkan kembali kinerja industri film Korea, dalam konteks keterpurukan pasar film dalam negeri. karena penurunan pendapatan di pasar bioskop.

Berbeda pada masa Orde Baru, sinema independen Indonesia diwakili oleh film pinggiran yang tidak tayang di jaringan bioskop film komersil namun berjaya pada festival film internasional. Sinema independen pasca Reformasi, memiliki bentuk yang lebih berkembang. Kini, sinema independen Indonesia juga melibatkan film-film yang mampu tayang di jaringan bioskop arus utama dan diproduksi oleh sineas-sineas yang terlibat di industri film arus utama. Hal ini berakibat pada terlibatnya sinema independen Indonesia sebagai bagian tak terpisahkan pada industri film nasional

Kedua negara bekerja sama satu sama lain. Melalui budayanya, Korea dapat meningkatkan ekonomi dan mencapai tujuan nasionalnya—khususnya di Indonesia

dengan diplomasi yang halus dan kuat. Orang Indonesia, terutama wanita dan remaja, terus mengikuti budaya Korea. Ini berkaitan dengan fenomena Hallyu, yang berdampak besar pada kerja sama Korea-negara lain. Hallyu adalah gelombang budaya Korea yang sangat populer dan berkembang di seluruh dunia.

Setelah bekerja sama dengan Korea Selatan, kualitas film Indonesia meningkat dengan alurnya yang makin menarik untuk ditonton banyak orang. Film “Inang” merupakan salah satu film yang menuai prestasi di kancah internasional termasuk penayangan perdana di “Bucheon International Fantastic Film Festival.”

Setelah penelitian ini, peneliti berharap ada penelitian tambahan tentang upaya pemerintah Korea untuk memperbaiki atau menanggapi munculnya Industri 4.0 di industri perfilman; tentang kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan pembagian pangsa pasar film digital dan tradisional; dan tentang pembajakan, salah satu hambatan utama untuk distribusi film melalui pasar digital dan salah satu bentuk kejahatan dunia maya.

