PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF INDONESIA 2025

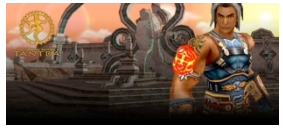
DEPARTEMEN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

HASIL KONVENSI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF 2009-2015
YANG DISELENGGARAKAN PADA PEKAN PRODUK BUDAYA INDONESIA 2008
JCC, 4 -8 Juni 2008

DR. Mari Elka Pangestu

AGENDA: "KONVENSI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF INDONESIA 2009-2015"

- Rangkuman Hasil Pembahasan Permasalahan Pada 14 Subsektor Industri Kreatif
- Kesimpulan Pembahasan pada 14 Subsektor Industri Kreatif.
- *Quick Wins* Pengembangan Ekonomi Kreatif oleh Departemen Perdagangan 2009-2010



14 SUBSEKTOR INDUSTRI KREATIF INDONESIA SESUAI DENGAN KBLI 2005

01. Periklanan

02. Arsitektur

03. Pasar Barang Seni

04. Kerajinan

05. Desain

06. Fesyen

07. Film, Video, & Fotografi

08. Permainan Interaktif

09. Musik

10. Seni Pertunjukan

11. Penerbitan & Percetakan

12. Layanan Komputer & Piranti Lunak

13. Radio & Televisi

14. Riset & Pengembangan

KONTRIBUSI EKONOMI INDUSTRI KREATIF DI BEBERAPA NEGARA

United Kingdom:

7.9% GDP from creative industry. Annual Growth 9%

New Zealand:

3.1% GDP from creative industry

Australia :

3.3% GDP from creative industry

Annual Growth 5,7%

Indonesia

6,3% GDP from Creative Industry 104,73 trillion rupiah

Periode studi tahun 1997-2000 di beberapa negara:

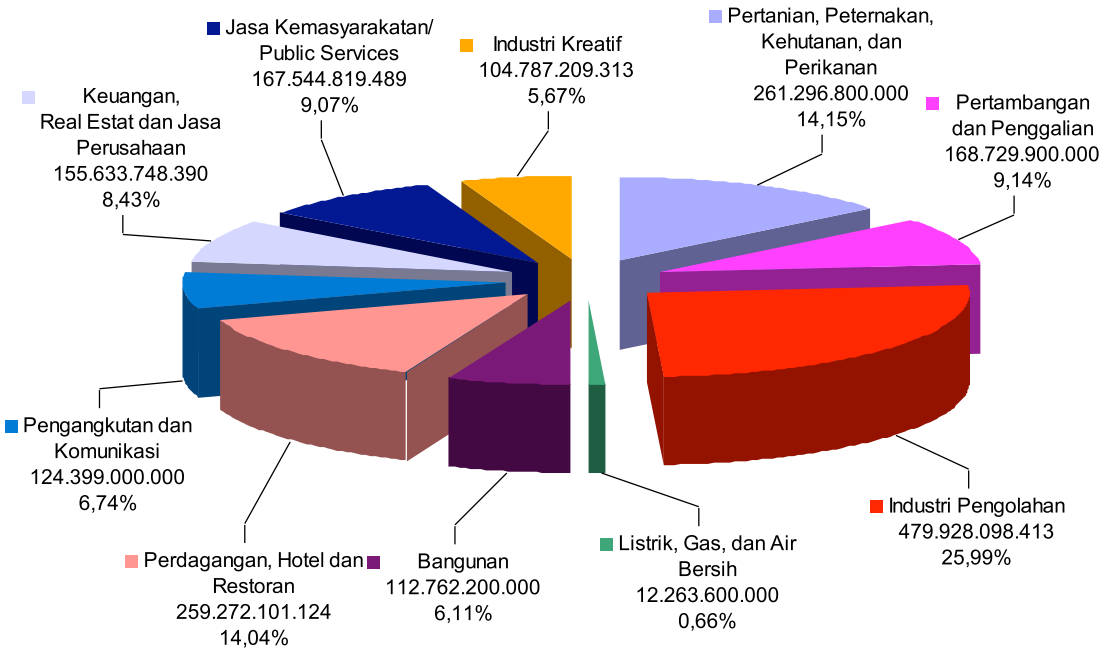
- **Kontribusi GDP IK** berkisar antara **2,8% (Singapura) sampai dengan 7,9% (Inggris)**
- **Pertumbuhan PDB** industri kreatif berkisar antara **5,7% (Australia) dan 16% (Inggris)**
- **Tingkat partisipasi tenaga kerja** berkisar antara **3,4% (Singapura) sampai dengan 5,9% (US)**.

Studi Pemetaan Industri Kreatif Departemen Perdagangan 2007

- Penyerapan tenaga kerja mencapai **5,4 juta pekerja** dengan **tingkat partsipasi 5,8%**
- **Nilai ekspor** mencapai **81,4 triliun rupiah** dan berkontribusi sebesar **9,13% terhadap total nilai ekspor nasional (pertumbuhan nominal ekspor)**

PROFIL KONTRIBUSI PDB INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA

Nilai PDB 9 Sektor Lapangan Usaha Utama dan Industri Kreatif di Indonesia Tahun 2006 Berdasar Harga Konstan Tahun 2000 (Ribu Rp)



Sumber: Pemetaan Industri Kreatif DEPDAG 2007
(Diolah dari Data BPS dan beberapa sumber lainnya)

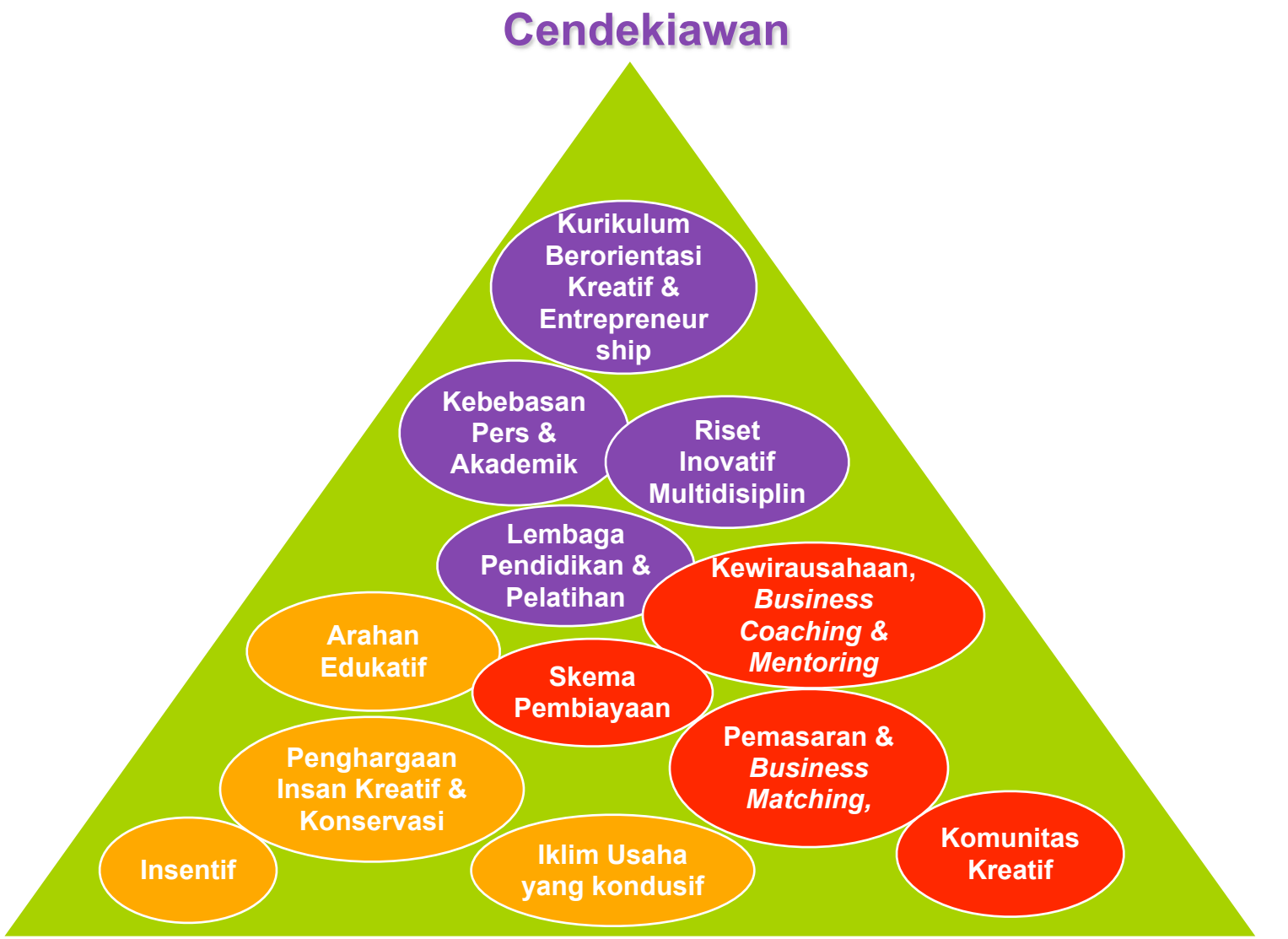
- Rata-rata Kontribusi PDB Industri Kreatif Tahun 2002-2006 berdasarkan harga konstan 2000 adalah sebesar **Rp 104,6 Triliun Rupiah** , yaitu **6,3%** dari total nilai PDB Nasional.
- Kontribusi PDB IK **tahun 2006** berdasarkan harga konstan 2000 **sebesar 104,8 triliun Rupiah**, yaitu **5,7%** dari total **PDB Nasional**.
- Kontribusi PDB IK terbesar adalah di tahun **2004**, sebesar **Rp 108,412 triliun rupiah**, yaitu sebesar **6,54%**
- Kontribusi rata-rata PDB IK menduduki **peringkat ke-7** dari 10 lapangan usaha utama yang telah didefinisikan oleh BPS.
- PDB Industri Kreatif banyak disumbangkan oleh Kelompok **Fesyen, Kerajinan, Periklanan** & **Desain** dengan rata-rata nilai PDB kelompok industri kreatif tersebut tahun 2002-2006 secara berturut-turut adalah **Rp 46 triliun (44,18%), Rp 29 triliun (27,72%), Rp 7 triliun (7,03%), dan Rp 7 triliun (6,82%).**

MENGAPA INDUSTRI KREATIF PERLU DIKEMBANGKAN?

Industri Kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena:

- Memberikan kontribusi Ekonomi yang signifikan
- Menciptakan Iklim bisnis yang positif
- Membangun citra dan identitas Bangsa
- Berbasis kepada Sumber Daya yang terbarukan
- Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa
- Memberikan dampak sosial yang positif

AKTOR & FAKTOR PENGGERAK INDUSTRI KREATIF



PETA JALAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF 2009-2015

2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015

People	Fasilitasi creative talent untuk berkreasi Jumlah & kualitas Creative Worker Creative mindset pada masyarakat Entrepreneurship	"Masyarakat dengan *mindset* dan *moodset* kreatif yang didukung oleh talenta dan pekerja kreatif"
Industry	***Industry attractiveness*** **Efisiensi untuk keunggulan komparatif** **Inovasi bermuatan lokal untuk keunggulan kompetitif**	"Industri kreatif yang unggul di pasar domestik & asing, dengan peran dominan wirausahawan nasional"
Technology	**Basis-basis teknologi menuju klaster teknologi** **Kapasitas penguasaan teknologi dan *computer literacy*** **Iklim usaha kondusif untuk investasi dan infrastruktur**	"Teknologi yang mendukung desain dan melayani kebutuhan pasar"
Resource	**Kemampuan memanfaatkan bahan baku Alam** **Apresiasi dan sadar lingkungan** **Basis-basis teknologi pengolah sumber daya alam** **Iklim kondusif untuk ketersediaan pasokan bahan baku domestik**	"Pemanfaatan bahan baku dengan nilai tambah dan tingkat utilisasi yang tinggi serta ramah lingkungan"
Institution	**Apresiasi budaya dan warisan budaya Indonesia di dalam & luar negeri** **Masyarakat kreatif yang saling menghargai dan bertukar pengetahuan**	"Masyarakat berpemikiran terbuka yang mengkonsumsi produk kreatif lokal"
Financial Intermediary	**Penguatan hubungan aktor IK dengan lembaga keuangan** **Skema dan lembaga pembiayaan yang sesuai**	"Tercapainya tingkat kepercayaan & distribusi Informasi yg simetris antara lembaga keuangan dgn industri kreatif"

RANGKUMAN HASIL PEMBAHASAN MASALAH DALAM KONVENSI

- Cetak biru dapat diterima secara umum dengan berbagai pendalaman per sektor.
- Yang penting adalah implementasi dan lanjutan komitmen dari triple helix supaya program dapat segera dirangkum dan direalisasikan.
- Khususnya bagi **lembaga pemerintah**, kesimpulan pada 14 subsektor industri kreatif **diharapkan** dapat dijadikan **alternatif/prioritas dalam menyusun program aksi pengembangan industri kreatif sesuai kewenangannya**.
- Secara umum komitmen triple helix ini harus meliputi 5 hal utama yaitu:
  - **Kuantitas dan kualitas sumber daya insani sebagai pelaku dalam industri kreatif**, yang membutuhkan perbaikan dan pengembangan: lembaga pendidikan dan pelatihan, serta pendidikan bagi insan kreatif Indonesia;
  - **Iklim kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha di industri kreatif**, yang meliputi: sistem administrasi negara, kebijakan & peraturan, infrastruktur yang diharapkan dapat dibuat kondusif bagi perkembangan industri kreatif. Dalam hal ini termasuk perlindungan atas hasil karya berdasarkan kekayaan intelektual insan kreatif Indonesia ;
  - **Penghargaan/apresiasi terhadap insan kreatif Indonesia dan karya kreatif yang dihasilkan**, yang terutama berperan untuk menumbuhkan rangsangan berkarya bagi insan kreatif Indonesia dalam bentuk dukungan baik finansial maupun non finansial;
  - **Percepatan tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi,** yang sangat erat kaitannya dengan perkembangan akses bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi, bertukar pengetahuan dan pengalaman, sekaligus akses pasar kesemuanya yang sangat penting bagi pengembangan industri kreatif, antara lain: implementasi dari UU Transaksi Elektronik;
  - **Lembaga Pembiayaan yang mendukung pelaku industri kreatif**, mengingat lemahnya dukungan lembaga pembiayaan konvensional dan masih sulitnya akses bagi *entrepreneur* kreatif untuk mendapatkan sumber dana alternatif seperti modal ventura, atau dana *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Rancangan perlu dilengkapi dengan Program Kerja masing-masing yang bermuara pada Rancangan Pengembangan Industri Kreatif

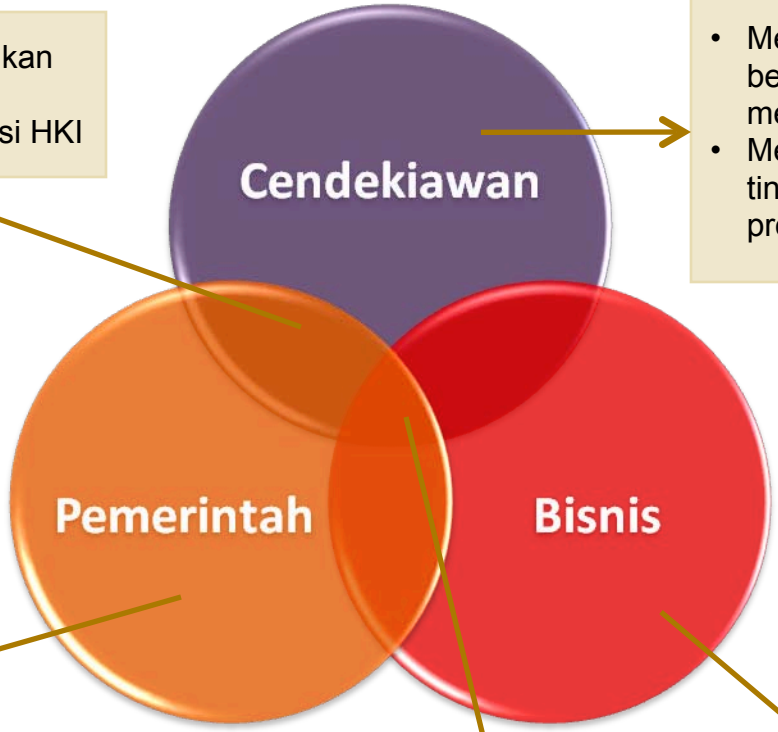
Misalnya:

- **Menko Bidang Perekonomian/Kesra: Koordinasi**
- **Bappenas: Perencanaan.**
- **Deperind: industri Kerajinan, TPT, komputer, mainan, *musical instrument*, desain industri**
- **Kominfo: infrastruktur IT, kontent piranti lunak, konten industri berbasis IT, periklanan**
- **Budpar: film, musik, performing arts**
- **Ristek: penelitian dan pengembangan, inovasi**
- **Depdag: Pemahaman trend pasar, komersialisasi/pemasaran (desain, *packaging*, *branding*), jasa-jasa berpotensi daya saing dan ekspor, promosi dan kerjasama internasional di bidang ekonomi**
- **Timnas HKI: rejim perlindungan dan pemberdayaan**
- **Diknas: kurikulum yang berbasis kompetensi dan kreativitas dan yang menciptakan mindset kreatif, insentif untuk dunia akademik**
- **UKM dan Koperasi: pemberdayaan UKM di industri kreatif**
- **Depdagri/Pemda: identifikasi daerah berpotensi, e.g. Bandung, Yogya, Jateng, Bali**
- **Kehutanan, Pertanian, DKP, ESDM: bahan baku, keberlanjutan**
- **Keuangan: struktur insentif dan model pembiayaan**
- **Deplu: Koordinasi Kerjasama Internasional, promosi**
- **Pemerintah Daerah: memahami pentingnya ekonomi kreatif, identifikasi potensi daerahnya, membangun sentra dan cluster**

SUBSEKTOR PERIKLANAN

- Membangun pendidikan tinggi iklan baru
- Melakukan sosialisasi HKI

- Merancang kurikulum & metode belajar sejak pre-school, dasar & menengah, membentuk mindset kreatif
- Merancang Kurikulum pendidikan tinggi periklanan (sutradara & produksi)



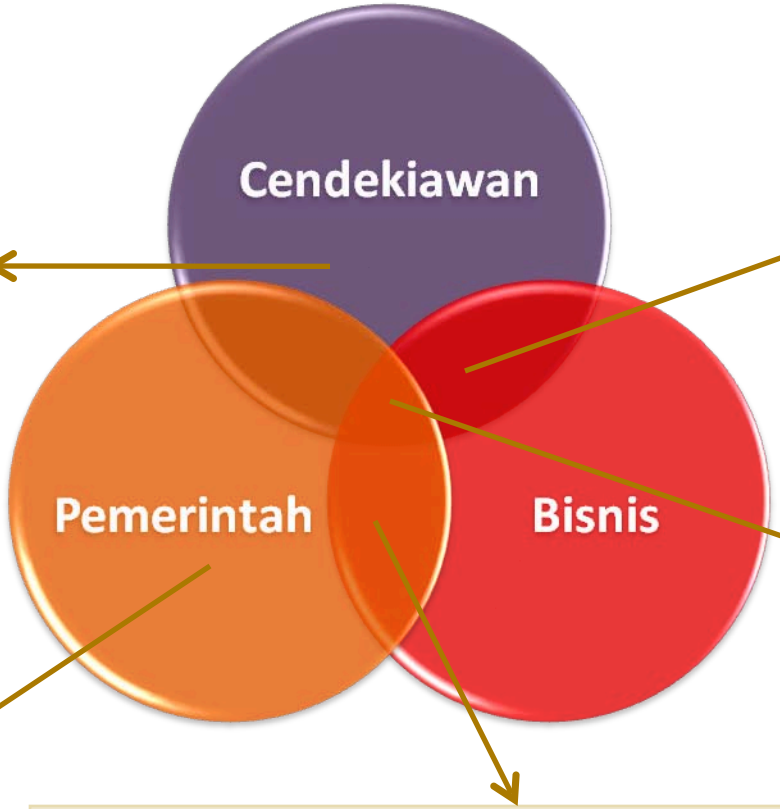
- Mencari bentuk lain pengganti tender, untuk memperoleh iklan terbaik: minimum price, sayembara
- Mencari bentuk sinergi antara Depkominfo, Depbudpar, Badan Pengawas Periklanan, memonitor dan menegakkan regulasi & etika iklan

- Menghormati etika beriklan yang jujur & kreatif (tidak meniru)

- Memberikan bantuan investasi peralatan pendidikan iklan
- Mengoptimalkan konsumsi produk iklan lokal yang baik/bisa bersaing

SUBSEKTOR ARSITEKTUR

- Pengembangan sumber daya insani arsitek Indonesia meliputi hardskill dan softskill (Multibahasa, kepercayaan diri, kepekaan lingkungan)
- Meningkatkan Publikasi hasil riset arsitektur
- Tenaga pendidik dibekali kemampuan praktis di lapangan
- Berani mengundang pembicara internasional untuk membuka wawasan dan meningkatkan kreativitas



- Praktisi masuk ke kampus untuk berbagi pengetahuan
- Memberikan kesempatan magang di biro arsitek

- Mempromosikan/ mempublikasikan arsitek lokal ke luar negeri, dengan mengirim arsitek lokal ke sayembara internasional, pameran-pameran internasional
- Memberikan beasiswa kepada arsitek

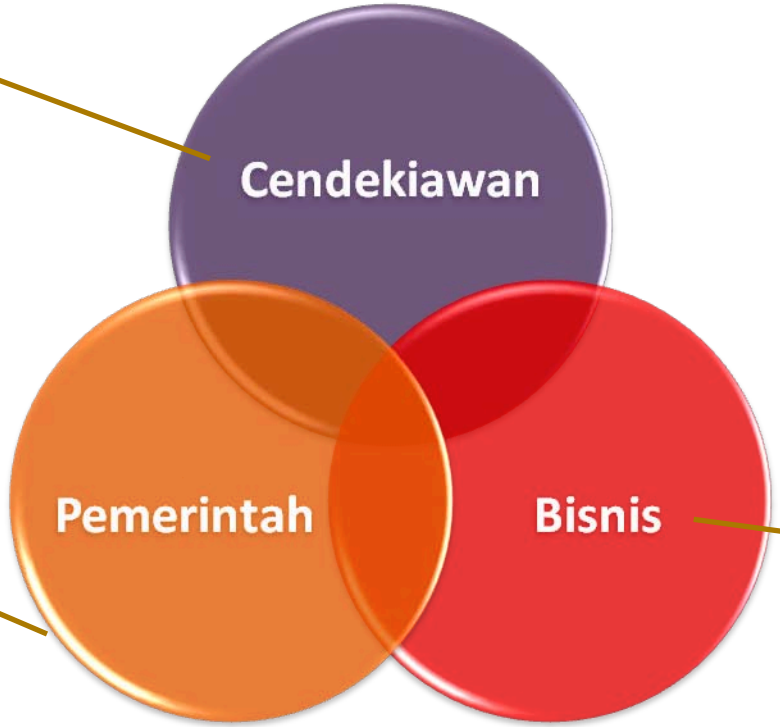
- Memberikan kesempatan pada arsitek lokal dalam pembangunan fasilitas publik/ gedung pemerintahan melalui sayembara desain arsitektur
- Membuat ruang publik yang memadai sebagi tempat bertukar pikiran

- Perlu segera diselesaikan Undang-undang profesi arsitek
- Revitalisasi Perlindungan hukum atas karya insan kreatif yang hanya terbatas pada gambar dan maket
- Revitalisasi kebijakan yang mengharuskan industri arsitek harus berbentuk PT.
- Pengembangan public spaces yang lebih memadai
- Mengevaluasi arahan kebijakan edukatif terkait dengan masa pendidikan arsitektur hanya selama 4 tahun

SUBSEKTOR LAYANAN KOMPUTER DAN PIRANTI LUNAK

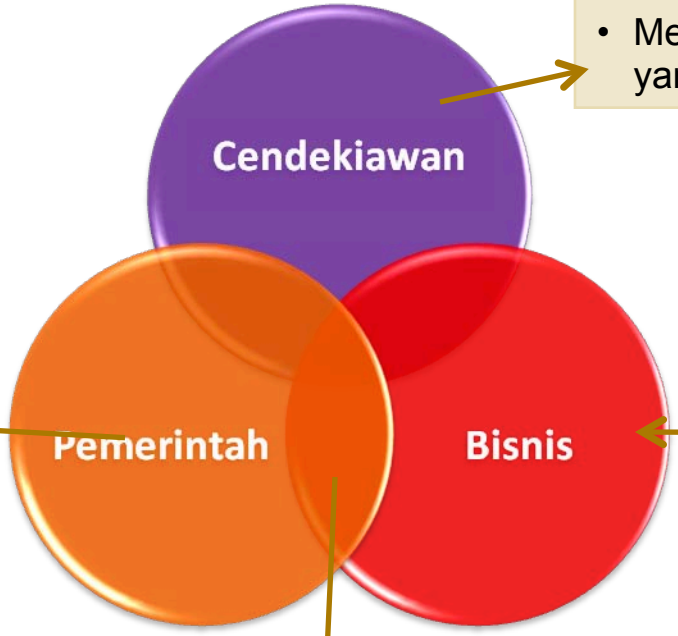
- Mengenalkan pendidikan IT berbasis opensource

- Mengupayakan penurunan harga koneksi dan telekomunikasi di Indonesia
- Membuat sertifikasi bagi software house Indonesia sehingga lebih kompetitif di pasar domestik
- Mengupayakan pemanfaatan aplikasi opensource
- Meningkatkan computer literacy para pegawai pemerintah
- Menciptakan lingkungan usaha yang kondusif
- Mempercayai piranti lunak buatan lokal



- Mengupayakan CSR dan Modal ventura bagi software house Indonesia
- Mengupayakan Hardware murah
- Mengupayakan terciptanya CMM dalam organisasi
- Mempercayai piranti lunak buatan lokal

SUBSEKTOR PASAR BARANG SENI



- Memperbanyak kurator seni yang berpengetahuan

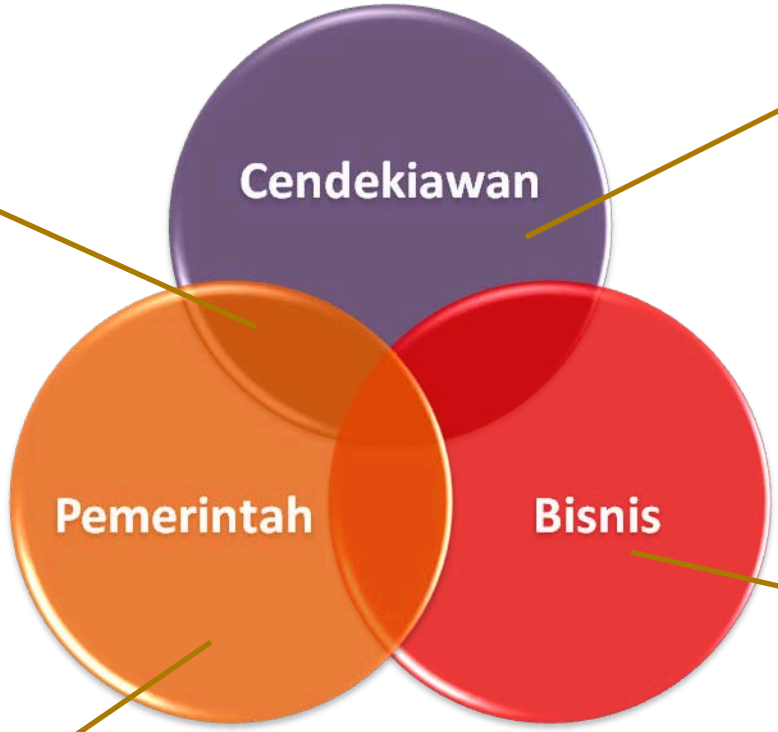
- Memperjelas regulasi tentang batasan barang seni yang bisa diperdagangkan dengan yang dilindungi
- Sosialisasi regulasi tsb
- Penegakan hukum
- HAKI
- Merevitalisasi musium-musim barang seni

- Memperkuat jaringan antar pebisnis di bidang pasar barang seni
- Banyak mengikuti event internasional untuk 'branding'

- Membuat event-event besar yang mempromosikan barang-barang seni Indonesia (ART FAIR) yang dikelola dengan baik
- Banyak mengikuti event-event pasar barang seni internasional (seperti lelang, galeri, dsb)
- Memberikan penghargaan bagi para seniman yang menghadilkan 'barang seni' maha karya

SUBSEKTOR KERAJINAN

- Melakukan pelatihan desain, teknologi produksi, kewirausahaan, marketing, ekspor-impor
- Menggiatkan riset dan budidaya bahan baku



- Memberantas 3 buta: buta bahasa Inggris, ***buta komputer, buta internet***

- Memfasilitasi promosi dalam negeri: mall, pameran
- Memfasilitasi promosi luar negeri
- Melakukan revitalisasi bahan baku
- Mengintensifkan bantuan modal usaha

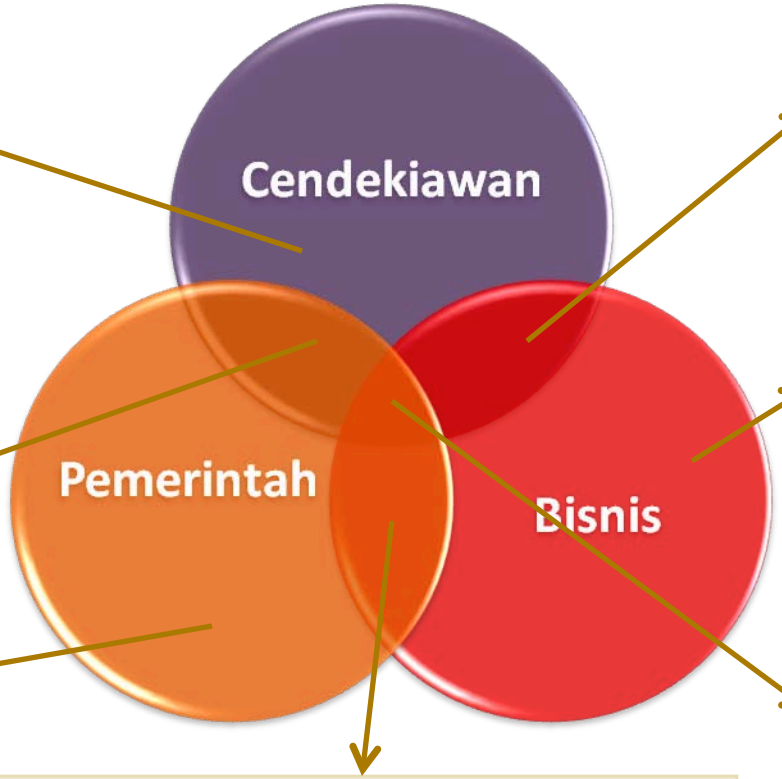
- *Self development*: mengembangkan kapasitas usaha dengan cara mengikuti sosialisasi, mengikuti workshop desain, produksi, komersialisasi, & mekanisme pembiayaan
- Melakukan sistem lokomotif-gerbong, dari pengusaha besar ke pengusaha kecil

SUBSEKTOR DESAIN

- Melakukan perbaikan-perbaikan kurikulum, menuju kurikulum berbasis kreativitas, sejak pendidikan dasar, menengah sampai pendidikan tinggi
- Mengupayakan lahirnya ide, konsep, produk dan prototipe desain baru, secara berkesinambungan

- Melakukan riset kolaboratif desain
- Mengembangkan pendidikan dan pelatihan desain

- Mengikutsertakan universitas dan praktisi desain dalam perumusan program-program desain
- Menyelenggarakan kompetisi desain yang berkesinambungan dan berwibawa
- Memberikan insentif kepada Perguruan Tinggi yang mengembangkan desain yg dapat diaplikasikan ke sektor riil



- Menjamin terjadinya link and match antara industri dan pendidikan tinggi, dalam hal kompetensi lulusan, dan riset desain yang aplikatif

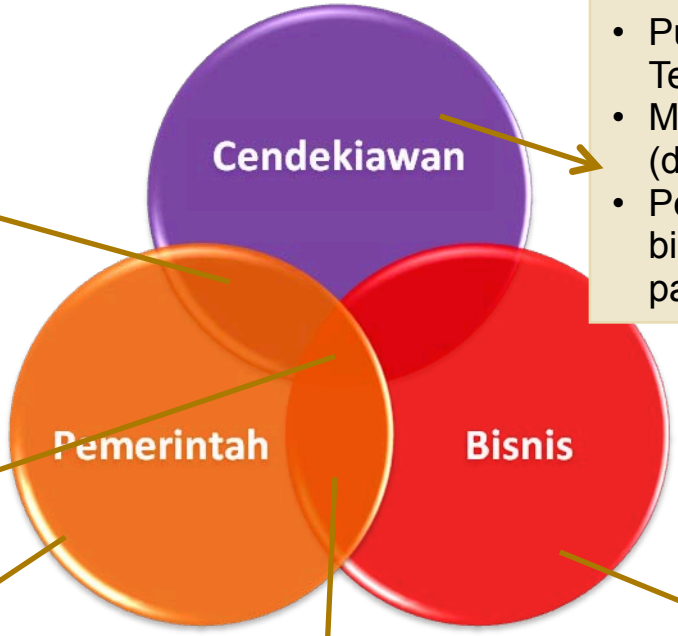
- Aktif dalam asosiasi desain dunia, seperti ICSID, ICOGRADA, IFIAD
- Menjalin jaringan yang baik dengan desainer lokal yang telah berkelas internasional

- Membentuk Forum Desain Nasional sebagai media komunikasi
- Membuat studi pasar untuk menentukan desain produk yang sesuai dengan selera pasar tujuan

- Menghargai karya-karya desainer lokal dengan menggunakan jasa desainer lokal dalam industri/proyek pemerintah
- Mesponsori keikutsertaan desainer, dalam promosi, pengembangan, dan pameran desain di dunia internasional
- Mengupayakan standarisasi dan sertifikasi kecakapan untuk praktisi desain

SUBSEKTOR FESYEN

- Memperbanyak Sekolah di Bidang Fesyen
- Memperbaiki Kurikulum
- Upgrading kualitas pengajar di Bidang Fesyen (pelatihan, seminar, beasiswa)



- Pusat Studi, Informasi & Teknologi Bidang Fesyen
- Memperbanyak Literatur Fesyen (diterjemahkan ke Bahasa Ind.)
- Perubahan Sistem Pendidikan bidang Fesyen lebih diarahkan pada eksplorasi (Studio)

- Lembaga Trend Mode Nasional
- Konsursium Kerjasama 'Triple Helix'

- Menghasilkan produk-produk fashion berkualitas dengan brand yang kuat

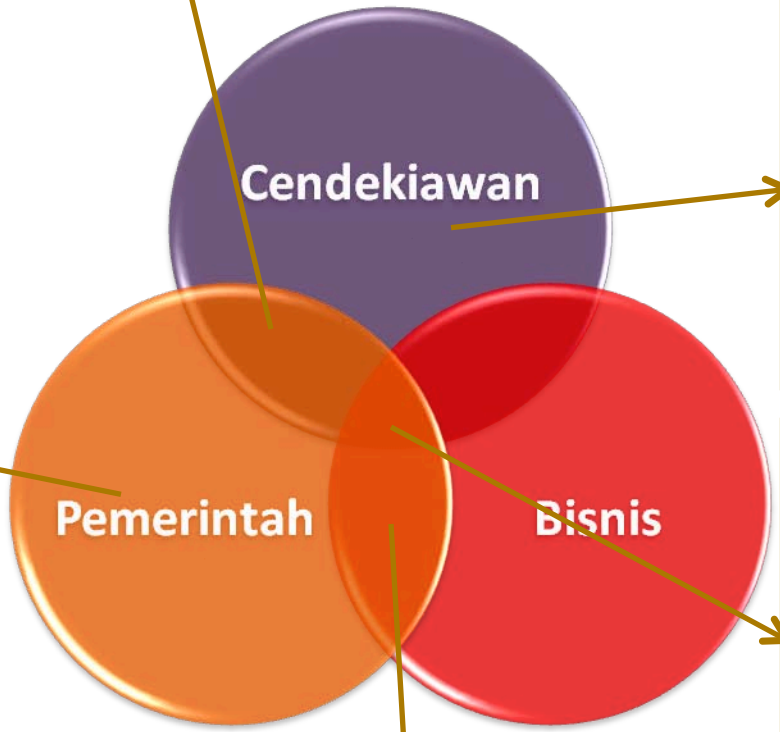
- Tarif pajak yang berbeda antara produk lokal dengan produk asing
- Insentif baga penyelenggara event-event promosi fesyen Indonesia
- Memperbanyak ruang publik
- HAKI

- Memberikan penghargaan lebih pada pekerja kreatif bidang fesyen non-desainner
- Banyak mengadakan lomba-lomba/kompetisi
- Mengangkat fashion tradisional selain batik
- Membuat event-event promosi skala nasional, internasional (pameran, karnafal, festival, dsb)
- Promosi Produk Fesyen ke luar negeri
- Banyak mengikuti lomba-lomba skala internasional

SUBSEKTOR FILM, VIDEO & FOTOGRAFI

Mengupayakan penguasaan teknologi produksi (digital sound) di dalam negeri

- Mengoptimalkan pasar domestik melalui:
  - ✓ Fasilitasi penambahan layar
  - ✓ Subsidi untuk menekan harga tiket, sehingga terjangkau masyarakat
  - ✓ Penegakan HKI
  - ✓ Peningkatan apresiasi
- Kemudahan perijinan lokasi syuting. (Perijinan satu pintu)
- Mengupayakan iklim persaingan usaha yang sehat, terutama di rantai distribusi
- Mengatur pemotongan film/sensor dilakukan di rumah produksi
- Membangun Lembaga Arsip Film Nasional
- Fasilitasi & pembiayaan untuk: film dokumenter, independen, asosiasi film daerah

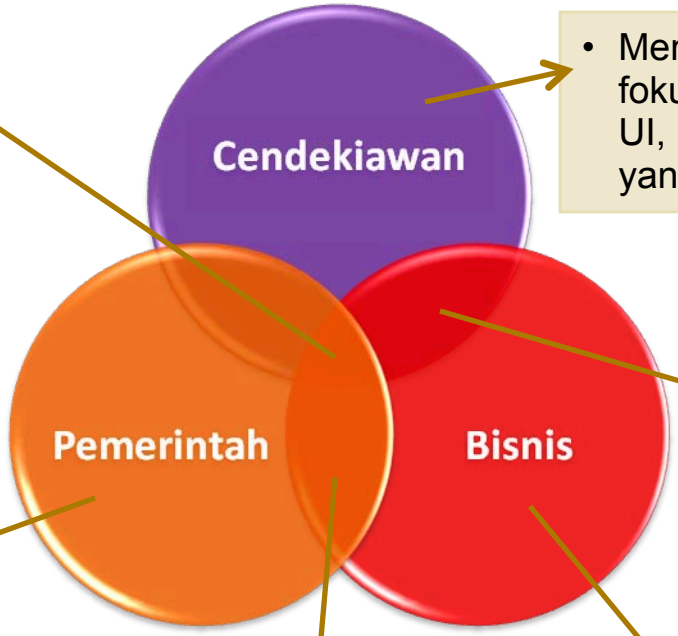


- Merancang kurikulum & metode belajar sejak sekolah dasar & menengah, membentuk mindset kreatif dan media literacy
- Menciptakan kritikus-kritikus film berkualitas, melalui lembaga pendidikan film

- Menjaga semangat demokrasi, keberagaman, tidak ditekan salah satu unsur agama
- Mengupayakan Festival Film yang berkesinambungan & berwibawa
- Mencari bentuk yang tepat untuk sinergi *triple helix*: *bridging*

Membangun sekolah film baru

SUBSEKTOR PERMAINAN INTERAKTIF



- Membuat Laboratorium Game Interaktif Nasional

- Memperbanyak jurusan yang fokus di bidang ini (baru Binus, UI, ITB) → memperbanyak SDM yang handal

- Memperbanyak inkubator
- Memperbanyak Kompetisi dibidang permainan interaktif
- Membangun iklim usaha yang kondusif melalui kebijakan pajak
- Mempermudah HAKI

- Meningkatkan kurikulum berbasis industri (siap kerja)
- Memperbanyak 'edugames'

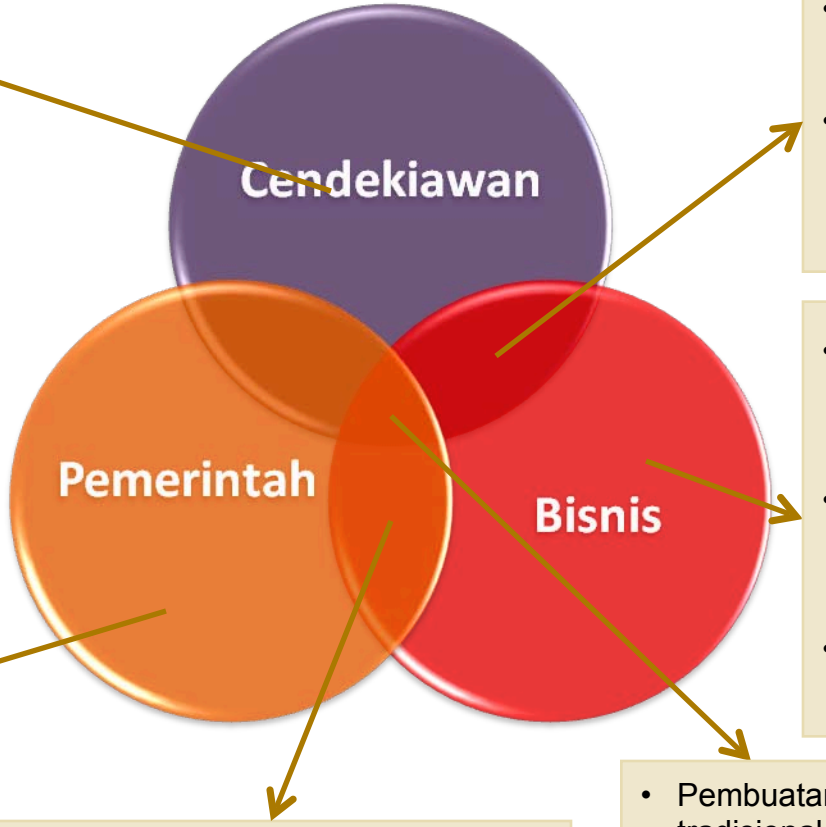
- Meningkatkan apresiasi bagi pekerja kreatif di bidang ini
- Meningkatkan kemampuan 'bukan sekedar outsourcing'

- Membangun Cyber Park
- Membuat event-event promosi skala nasional, internasional
- Banyak mengikuti lomba-lomba skala internasional
- Mengoptimalkan pasar dalam negeri dengan merebut kepercayaan

SUBSEKTOR MUSIK

- Perlu ditingkatkan intensitas untuk melakukan pertunjukan di pendidikan tinggi seni
- Tenaga pendidik harus memiliki kemampuan praktis

- Membentuk pusat kebudayaan Indonesia di luar negeri untuk mempromosikan musik Indonesia
- Memberikan bebas fiskal bagi para musisi yang akan bermain di luar negeri
- Mengupayakan bahwa untuk perusahaan label rekaman transnasional yang berada di Indonesia, wajib mendistribuskan 10% album musisi Indonesia di Luar negeri
- Mensosialisasikan dan melakukan penegakan hukum mengenai pembajakan di Indonesia
- Keringanan atas stiker PPN musik
- Mengupayakan konversi pajak menjadi bentuk CSR bagi Industri Musik khususnya musik tradisional



- Membuat jaringan dengan sekolah-sekolah kesenian di Luar negeri
- Mengundang Praktisi musik dalam dan luar negeri untuk ikut mengajar di sekolah-sekolah musik

- CSR dan penyediaan media publikasi bagi Musik tradisional ataupun 'world music'
- Label rekaman dapat lebih menghargai musisi tentang hal royalti yang seharusnya diberikan
- Memahami bentuk bisnis musik di dunia digital

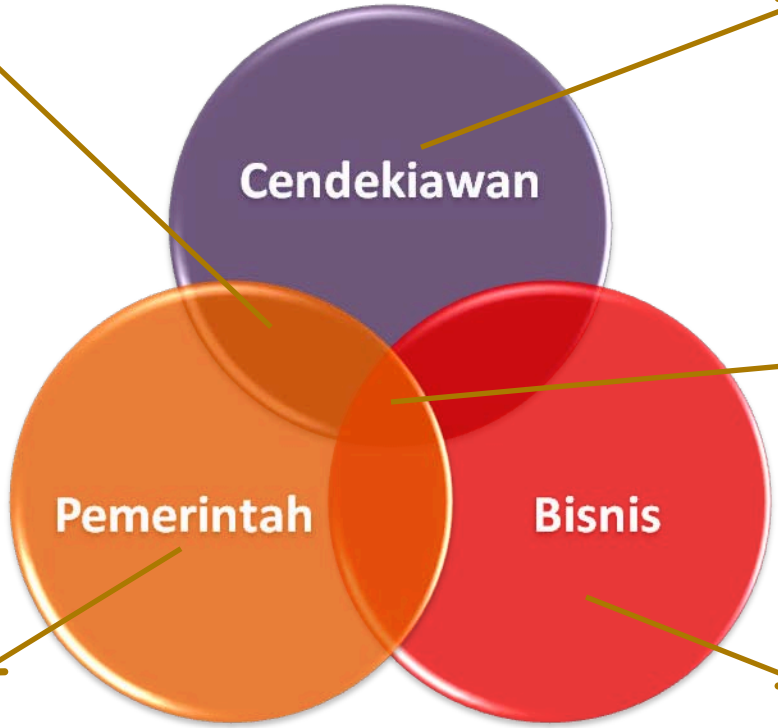
- Mengadakan festival musik tradisional
- Memberikan beasiswa kepada peminat musik
- Mempromosikan musik berbasis budaya pada kegiatan nasional maupun internasional

- Pembuatan database mengenai musik tradisional Indonesia
- Memanfaatkan hari musik 9 maret untuk meningkatkan image positif Indonesia di mata dunia
- Dibuat sebuah media informasi yang dapat diakses oleh triple helix sebagai sarana komunikasi

SUBSEKTOR SENI PERTUNJUKAN

- Memperkenalkan seni pertunjukkan di dunia pendidikan dasar & menengah
- Mengupayakan penguasaan teknologi pertunjukan

- Merancang kurikulum & metode belajar sejak sekolah dasar & menengah, membentuk mindset kreatif



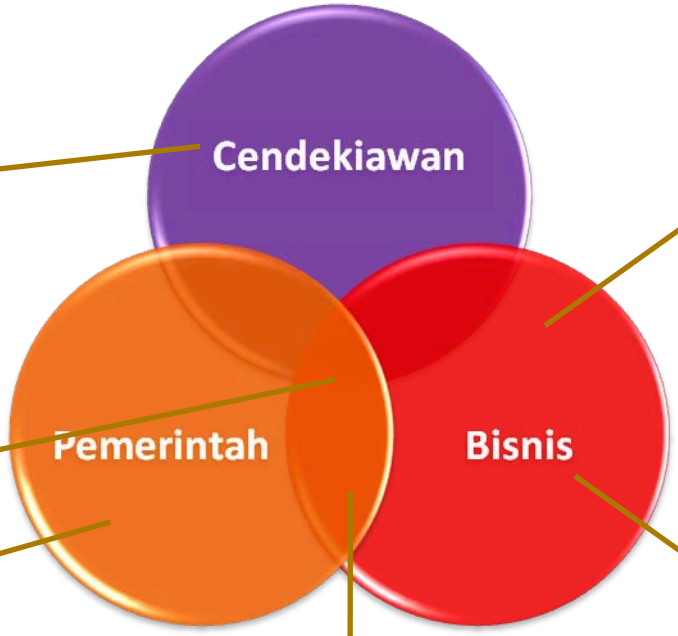
- Kolaborasi I-B-G
  - ✓ I: terus berkarya
  - ✓ B: promosi (mengemas karya)
  - ✓ G: fasilitasi: ijin, tempat
- Membentuk Dewan Kesenian Nasional: proporsi terbesar dari pemerhati seni, dilengkapi unsur pemerintah dan seniman

- Mengupayakan berdirinya televisi budaya
- Mengupayakan dana abadi untuk seni nonkomersial (konservasi)
- Memberikan insentif pajak dan subsidi pada suatu pertunjukan seni. Khususnya untuk peralatan pertunjukan yang mahal
- Menyelenggarakan Festival yang berkesinambungan

- Mengusahakan ruang publik, dan art centre

SUBSEKTOR PENERBITAN & PERCETAKAN

- Mendefinisikan kembali Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan , penambahan pelajaran mengarang di dalam kurikulum



PENERBIT :
- Mengadakan pelatihan di bidang penulisan, editing, dsb
- Berani mengeluarkan buku-buku kreatif
- Menyikapi tren penerbitan digital

- Merubah budaya lisan menjadi budaya tulis

PENULIS :
- Mengadakan pelatihan di bidang penulisan, editing, dsb
- Memperbaiki sikap 'profesional dan totalitas'

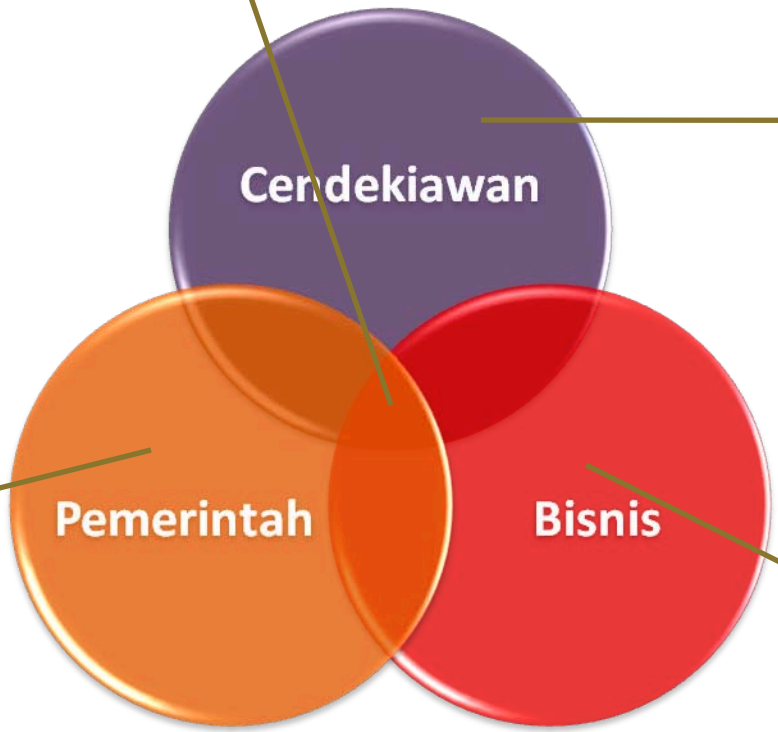
- Meningkatkan perlindungan bagi :
  - Pencipta (hak cipta)
  - Penerbit (iklim bisnis)
  - Pembaca (akses & harga)
- Tax insentif (pembebasan PPn Kertas, percetakan & penjualan media cetak)
- Mengurangi PPh 15 %
- Mengatur discount 47,5 – 50 % buat distributor

- Banyak mengadakan lomba-lomba/kompetisi penulisan
- Memperbanyak pameran-pameran buku berkualitas dan murah
- Memperbanyak ikut pameran-pameran di internasional
- Memperbanyak perpustakaan-perpustakaan
- Kampanye Gemar Membaca

SUBSEKTOR TELEVISI & RADIO

- Mengupayakan pemahaman yang sama dalam pengelolaan Sistem Stasiun Berjaringan

- Menyempurnakan kurikulum pendidikan penyiaran
- Merancang kurikulum & metode belajar sejak sekolah dasar & menengah, membentuk mindset kreatif



- Melanjutkan Pilot Project peralihan teknologi analog ke digital
- Menyempurnakan pengawasan konten penyiaran yang seimbang antara edukasi dan hiburan
- Menjamin iklim persaingan usaha yang sehat
- Penegakan hukum radio-radio ilegal

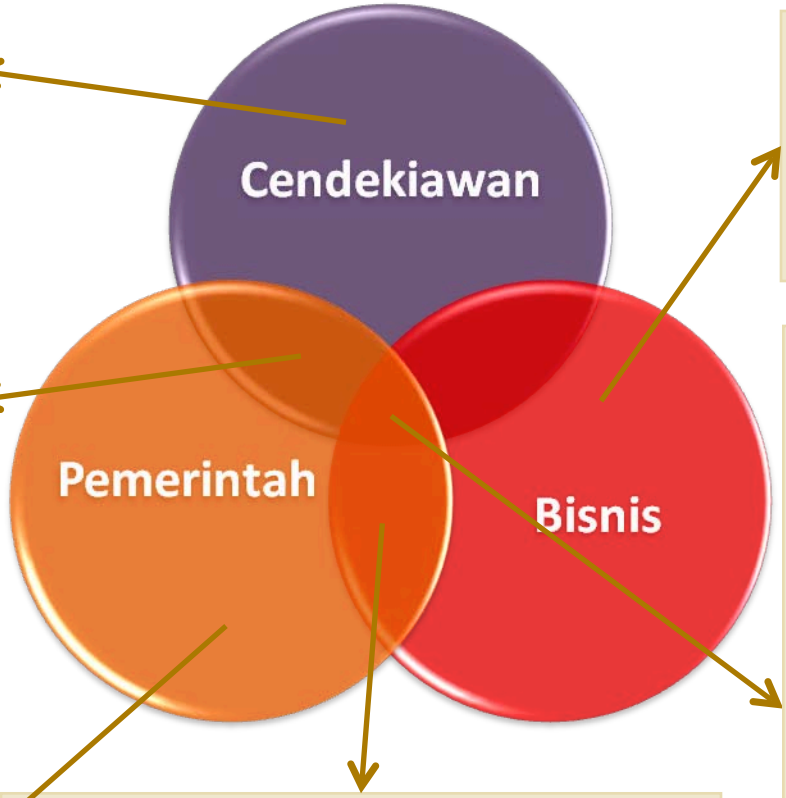
- Menyelenggarakan program kemitraan televisi nasional dan lokal, untuk mengembangkan televisi lokal
- TV & Radio Lokal mengupayakan program dan konten yang menarik, mengutamakan kearifan lokal
- Memberdayakan pekerja TV & Radio freelance lokal

SUBSEKTOR RISET & PENGEMBANGAN

- Membangun budaya meneliti dan mengembangkan di kampus-kampus
- Menyempurnakan kurikulum untuk membentuk mindset kreatif

- Melanjutkan dan menambah pusat-pusat informasi mengenai riset yang telah dilakukan dan akan dilakukan
- Menyusun program-program penelitian dan pengembangan yang mendukung UKM

- Mencari suatu bentuk program sebagai insentif untuk mencegah dan mengubah kondisi brain-drain, menjadi brain circulation
- Mencari bentuk kemitraan, agar para peneliti nasional yang berkelas di luar negeri, bisa berbagi pengalaman (kuliah & proyek bersama) di dalam negeri



- Melakukan program-program kemitraan antara perusahaan berskala besar dengan perusahaan *start-up* & inventor independen, dalam rangka pemberdayaan

- Menyempurnakan kebijakan dan regulasi sistem penelitian dan pengembangan nasional, dengan menjadikan kampus sebagai pusat-pusat riset, didukung oleh lembaga-lembaga riset pemerintah dan swasta, sehingga terjadi linkage yang kuat antara: peraturan, instansi dan kebutuhan
- Membangun dan mensosialisasi sikap, dimana riset dan pengembangan adalah motor penggerak kemajuan setiap industri
- Pembentukan wadah profesi peneliti dan pengembang, sebagai tempat *knowledge & experience sharing*

- Sedapat mungkin memberdayakan industri R & D lokal, dengan mengkonsumsi jasa-jasa yang diberikan industri tersebut
- Membantu pembiayaan aktivitas riset dan pengembangan, khususnya di universitas-universitas, termasuk alternatif melalui CSR

LANGKAH PENGEMBANGAN SELANJUTNYA

- Melanjutkan sosialisasi oleh triple helix (pemangku kepentingan) terus menerus termasuk ke daerah
- Implementasi cetak biru pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 (plus “quick wins” yang dapat dilakukan dalam 1-2 tahun kedepan)
  - Pemerintah: mekanisme koordinasi (kemungkinan INPRES atau PERPRES), program aksi oleh masing-masing Instansi Pemerintah Pusat (dan juga oleh Pemda - sudah ada yang melakukan e.g. Jawa Barat)
  - Intelektual: penyempurnaan kurikulum dan membentuk mindset kreatif sejak usia dini, dll
  - Bisnis: pembiayaan (bagaimana perbankan paham, bagaimana dengan modal ventura, modus lain spt dana abadi dll), komersialisasi, apresiasi terhadap desain dan R&D dll.

CONTOH *'QUICK WIN'*

- Peningkatan penghargaan terhadap insan kreatif: mengadakan Sayembara desain arsitektur, desain produk, film animasi
- Revitalisasi ruang publik
- Mendukung pengembangan kota kreatif, misal: mendukung Bandung Creative City, Jakarta Kota Tua, Bali Creative Forum, Jember Fashion Festival, Solo Batik Festival,dsb
- Membentuk pusat kebudayaan Indonesia di luar negeri
- Acara /kegiatan yang sudah ada (mohon dukungan)
    - Pameran industri kreatif
    - Pembuatan Portal Industri Kreatif
- World Music Festival (Tentative→ Bulan Maret 2009 dikaitkan dengan Java Jazz Festival)

SELESAI