

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Premis Masalah

Transformasi industri yang terjadi pada abad ke-17 hingga 18 menjadi pemicu munculnya istilah digitalisasi. Adapun mulai dari kemunculannya hingga saat ini, fenomena revolusi industri terjadi melalui empat fase. Dimulai dari fase pertama hadirnya mesin uap, fase kedua hadirnya alat listrik, fase ketiga kehadiran teknologi informasi dan efisiensi kegiatan produksi menggunakan alat elektronik serta fase keempat kehadiran teknologi digital atau biasa disebut dengan digitalisasi (Harahap, 2019). Digitalisasi memberi perubahan terhadap budaya kerja dan menghadirkan kelas baru yakni kelas ‘pekerja digital’ (Darmawan, Aziz, dan Aini, 2019), sejalan dengan itu muncul profesi-profesi independen seperti *programmer*, *content creator*, *graphic designer* dan *illustrator* (Ariwan, 2019).

Dewasa ini, digitalisasi menjadi elemen penting dalam perekonomian, terutama pada kegiatan bisnis (Kraus et al., 2022). Digitalisasi berhasil menciptakan sebuah peluang baru dalam kegiatan kewirausahaan, juga menjadi stimulasi bagi pemangku kepentingan untuk bagaimana bersikap di tingkat regional dan nasional yang lebih luas (Nambisan et al., 2019; Zhang et al., 2023). Digitalisasi yang juga terjadi di Indonesia, turut berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, khususnya melalui sektor industri kreatif dan ekonomi kreatif.

Pada karya tulisnya dengan judul “*The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*” yang terbit di era 2001, John Howkins memperkenalkan konsep ekonomi kreatif. Menurutnya, ekonomi kreatif yakni upaya menambah nilai jual menggunakan ide dan gagasan sebagai komponen utamanya. Sementara itu, ekonomi kreatif mulai berkembang di Indonesia pada 2006 saat Susilo Bambang Yudhoyono (Presiden RI saat itu) mengeluarkan instruksi presiden mengenai pengoptimalan sektor ekonomi kreatif di Indonesia (Inpres No. 6 Tahun 2009). Kemudian berdasarkan Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015, ditetapkan otoritas regulasi ekonomi kreatif Indonesia yakni Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Ekonomi kreatif merujuk definisi Bekraf, yakni aktivitas ekonomi yang berdasarkan kepada kreativitas dan inovasi, dimana kreativitas serta inovasi dinilai dapat meningkatkan keunggulan bersaing produk Indonesia pada pasar domestik maupun pasar internasional.

Seperti yang diketahui bahwa pada tahun 2020 telah terjadi bencana pandemi COVID-19 yang menghantam perekonomian baik global maupun nasional, tak terkecuali sektor ekonomi kreatif turut mengalami kemerosotan dalam kontribusinya terhadap produk domestik bruto nasional. Meskipun begitu, pada tahun 2021 sektor ekonomi kreatif mulai bangkit kembali. Berdasarkan data dari laporan Kemenparekraf, kontribusi ekonomi kreatif di tahun 2021 terhadap pendapatan domestik bruto nasional mencapai 1,134 triliun rupiah Indonesia dan mengadopsi sumber daya manusia sebanyak 21,90 juta orang yang mana jumlah ini (48,3 persen) lebih tinggi

dibandingkan jumlah pelaku usaha seluruh sektor nasional (38,6 persen) (Deputi Bidang Kajian Strategis Kemenparekraf, 2022).

Tabel 1.1
Perkembangan Kontribusi Ekraf Terhadap PDB Nasional, 2019-2021
(dalam triliun rupiah)

| 2019 | 2020 | 2021 |
|------------|------------|------------|
| Rp 1.153,4 | Rp 1.134,9 | Rp 1.191,0 |

Sumber: (Deputi Bidang Kajian Strategis Kemenparekraf, 2022)

Tabel 1.2
Perkembangan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif,
2019-2021 (dalam juta orang)

| 2019 | 2020 | 2021 |
|-------|-------|-------|
| 19,49 | 19,39 | 21,90 |

Sumber: (Kemenparekraf/Baparekraf, 2022)

Kegiatan ekonomi kreatif di Indonesia terbagi ke dalam 17 kelompok, yakni: pengembang perangkat lunak permainan, kerajinan, tata ruang, musik, seni rupa, desain produk, fashion, kuliner, film animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual (DKV), televisi dan radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, dan aplikasi (Kemenparekraf, 2024). Dari seluruh sub-sektor, desain komunikasi visual (DKV) merupakan sub-sektor dengan jumlah tenaga kerja paling sedikit, yakni berjumlah 33,05 ribu orang di tahun 2021 (Kemenparekraf & Baparekraf, 2022). Sedangkan kontribusi sub-sektor DKV terhadap PDB ekonomi kreatif tahun 2021 yakni 0,1 persen atau setara dengan Rp 0,9 triliun.

Meskipun begitu, sub-sektor desain yang mencakup bidang DKV juga merupakan salah satu dari tiga subsektor yang mengalami pemulihan tercepat di tahun 2021, pertumbuhannya mencapai 16 persen, akibat dorongan inovasi

desain dalam membantu inisiatif pemasaran (Deputi Bidang Kajian Strategis Kemenparekraf, n.d.). Mulai dari sektor pemerintahan hingga usaha kecil menengah, sewajarnya membutuhkan media untuk menyampaikan gagasan kepada publik. Dalam hal ini, sub-sektor DKV lah yang mengaktualisasikannya.

Tabel 1.3
Perkembangan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Sub-sektor DKV
2019-2021 (dalam ribu orang)

| 2019 | 2020 | 2021 |
|-------|-------|-------|
| 30,05 | 28,48 | 33,05 |

Sumber: (ADPI, ADGI, APDKVI, HDII dan HDMI, 2021)

Bahkan secara tidak langsung, sub-sektor dkv ini turut serta dalam mendorong kemajuan sub-sektor yang lain; kuliner, fashion, kerajinan, siaran televisi dan radio, penerbitan, arsitektur, desain produk, musik, iklan dan aplikasi yakni melalui beberapa *output*-nya seperti *branding kit* berupa; logo, brosur, katalog, ilustrasi untuk kemasan. Itu menjadi alasan mengapa sub-sektor DKV dapat mengalami peningkatan upah terbesar (ketiga di antara semua sub-sektor) paska pandemi COVID-19 di tahun 2021 yakni mencapai 14,8% atau dengan rata-rata senilai Rp 3,3 juta.

Kemudian pada 2021, DKI Jakarta merupakan wilayah dengan sebaran tenaga kerja ekonomi kreatif sub-sektor dkv tertinggi di Indonesia, yakni dengan jumlah tingkat sebesar 34,6 persen atau setara dengan 11.435 orang yang kemudian disusul oleh wilayah Jawa Barat dan Jawa Timur dengan masing-masing tingkatannya yakni sebesar 20,2 persen dan 16,3 persen (ADPI et al., 2021). Adapun kontribusi sub-sektor DKV di wilayah DKI

Jakarta terhadap PDRB ekonomi kreatif sub-sektor DKV menurut harga berlaku 2018 yakni Rp 199,26 miliar (Airlangga et al., 2019).

Di sisi lain, perkembangan sub-sektor dkv yang terlihat positif tidak lepas dari perkembangan teknologi termasuk fenomena transformasi digital besar-besaran yang saat ini tengah berlangsung. Pemanfaatan teknologi secara baik dan positif dapat membantu pelaku usaha ekonomi kreatif khususnya sub-sektor DKV bidang ilustrasi, yakni ilustrator untuk lebih optimal dalam mencapai keunggulan bersaing. Namun secara bersamaan juga menjadi tantangan bagi ilustrator untuk terus meningkatkan kreativitas dan kemampuan berinovasi pada jenis produk dan pelayanan yang ditawarkan untuk bisa mencapai keunggulan bersaing atau setidaknya mampu bertahan di industri ini. Kreativitas dan inovasi perlu dimiliki dan dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif agar mereka mampu bertumbuh dan bersaing (Sutapa, 2012). Dan bertahan di pasar tersebut (Muhammad Dzulkifli, 2022).

Perkembangan ekonomi kreatif tidak terpisahkan dari kemajuan teknologi. Pemanfaatan teknologi secara baik dan positif dapat membantu pelaku usaha ekonomi kreatif, khususnya sub-sektor Desain Komunikasi Visual (DKV) bidang ilustrasi, yakni ilustrator, untuk lebih optimal dalam mencapai keunggulan bersaing. Namun, secara bersamaan, hal ini juga menjadi tantangan bagi ilustrator untuk terus meningkatkan kreativitas dan kemampuan berinovasi pada jenis produk dan pelayanan yang ditawarkan, agar mereka bisa mencapai keunggulan bersaing atau setidaknya mampu bertahan di industri ini.

Belakangan ini, ramai perdebatan pro dan kontra penggunaan teknologi AI dalam konteks ilustrasi. Pihak yang menyatakan pro mengatakan bahwa teknologi AI dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai tools yang dapat mempermudah pekerjaan seorang ilustrator. Sedangkan pihak yang menyatakan kontra mengatakan bahwa jika ini terus dibiarkan maka teknologi AI dapat mengambil alih profesi ilustrator sebagai *authority*, juga penyalahgunaan AI yang mengarah ke ranah komersial dikhawatirkan dapat menimbulkan kasus plagiarisme. Penggunaan AI di sub-sektor dkv memang legal, terlebih lagi gambar-gambar yang hasil generate AI merupakan *public domain*. Akan tetapi, untuk saat ini sepertinya kurang bertanggung jawab, ini sama seperti meresepkan obat yang uji cobanya belum lengkap dan aturan edarnya belum jelas (Ilustrasee, 2023).

Kemudian, belum selesai dari problematika teknologi AI permasalahan lainnya mengenai aturan lomba-lomba yang secara tidak langsung mengarah kepada eksploitasi karya juga menjadi salah satu bukti bahwa kondisi sub-sektor DKV di Indonesia saat ini masih belum mendapatkan posisi layak dan apresiasi yang wajar (Kemenparekraf, 2021). Dari kemajuan sub-sektor DKV yang telah ditunjukkan melalui perkembangannya selama tiga tahun terakhir ditambah tantangan dari permasalahan yang ada, tentunya sub-sektor DKV sangat membutuhkan dukungan dari berbagai pihak. Pendekatan *quadruple helix* yang dikenalkan oleh Caraynis dan Campbell pada tahun 2009 menekankan bahwa kerjasama keempat komponen yakni akademisi,

pebisnis, komunitas dan pemerintah merupakan pilar utama terbangunnya industri kreatif yang kuat.

Quadruple helix sebagai pengembangan konsep sebelumnya yakni *triple helix*, menghubungkan *civil society* dengan inovasi dan pengetahuan (Oscar, 2010). Studi literatur sebelumnya oleh Sutapa, 2014 menyatakan bahwa konsep *quadruple helix* mampu mendorong keunggulan bersaing industri kreatif (pada sub-sektor fesyen). Selain itu kreativitas dan inovasi pekerja di sub-sektor DKV sangat diperlukan agar mampu bersaing (Sutapa 2014). Berdasarkan tinjauan masalah tersebut, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Peningkatan Kreativitas dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Konsep *Quadruple Helix* Pada Usaha Ekonomi Kreatif Sub-sektor DKV di Jakarta”. (Soraya, 2014)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *quadruple helix* dalam meningkatkan kreativitas dan kapabilitas inovasi pelaku usaha ekonomi kreatif sub-sektor DKV (ilustrator) di Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh kreativitas dan kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing usaha ekonomi kreatif sub-sektor DKV (ilustrator) di Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisa seberapa besar pengaruh *quadruple helix* terhadap peningkatan kreativitas dan kapabilitas inovasi pelaku usaha ekonomi kreatif subsektor DKV (ilustrator) di Jakarta.
2. Menguji dan menganalisa seberapa besar pengaruh kreativitas dan kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing usaha ekonomi kreatif subsektor DKV (ilustrator) di Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pembaca serta dapat sedikit membantu menyelesaikan soal persaingan bagi pelaku industri kreatif sub-sektor desain komunikasi visual.