

**DAMPAK
PANDEMI COVID 19
TERHADAP SENIMAN DAN
PELAKU INDUSTRI KREATIF**



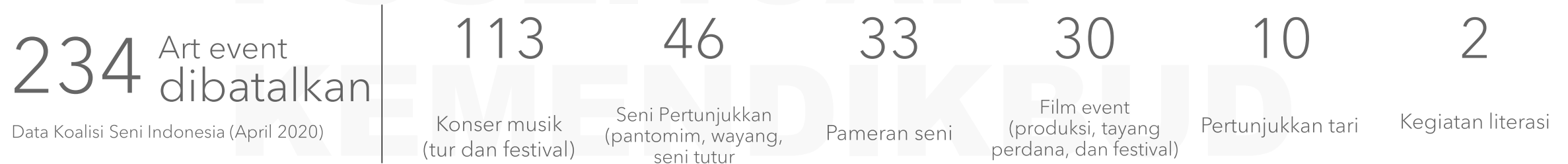
PUSAT PENELITIAN KEBIJAKAN
BALITBANG DAN PERBUKUAN
KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

PUSLITJAN
KEMENDIKBUD



Latar Belakang

Pandemi covid-19 dan penerapan PSBB sejak 16 Maret 2020 sampai zona tertentu dinyatakan aman-update PSBB tahap II (DKI Jakarta)



Urgensi

Tindakan segera

Solusi
jangka menengah

Perspektif jangka
panjang

Program dan Kebijakan yang telah
disusun

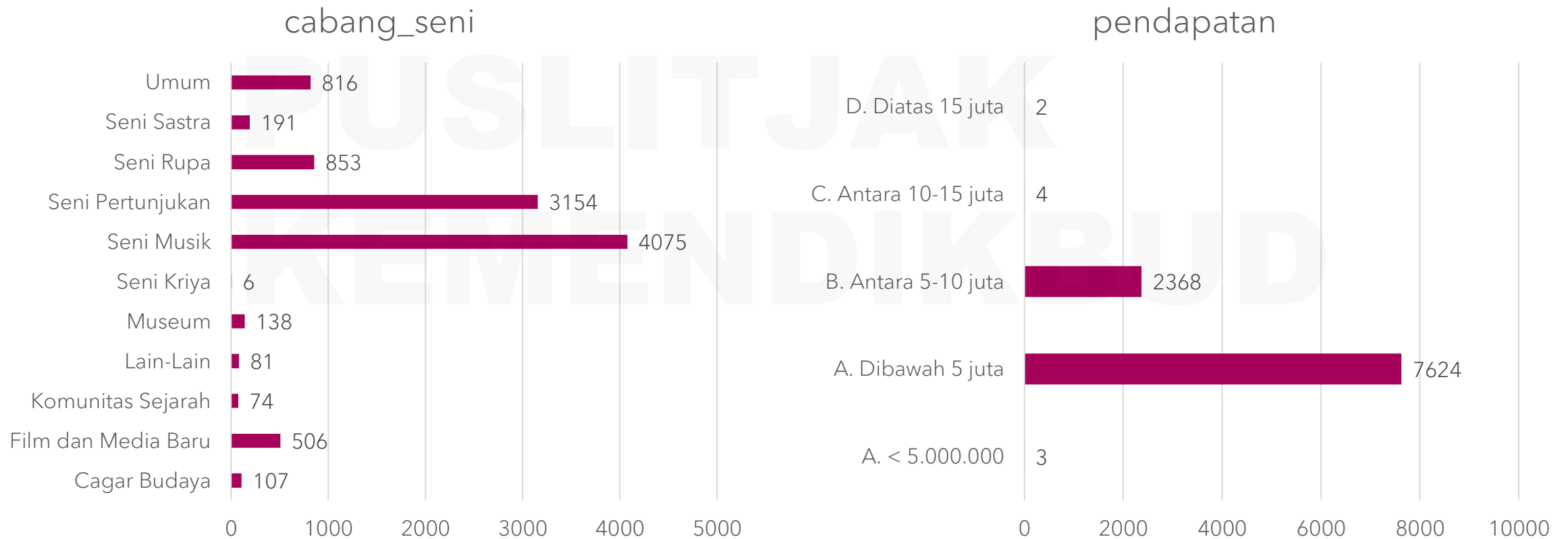
1. Dukungan dana tunai
2. Program pemulihan
3. Migrasi ke digital *platform*

Surat Edaran

1. Protokol Kesehatan kunjungan galeri, museum, dan cagar budaya lainnya
2. Protokol Kesehatan penyelenggaraan seni pertunjukkan

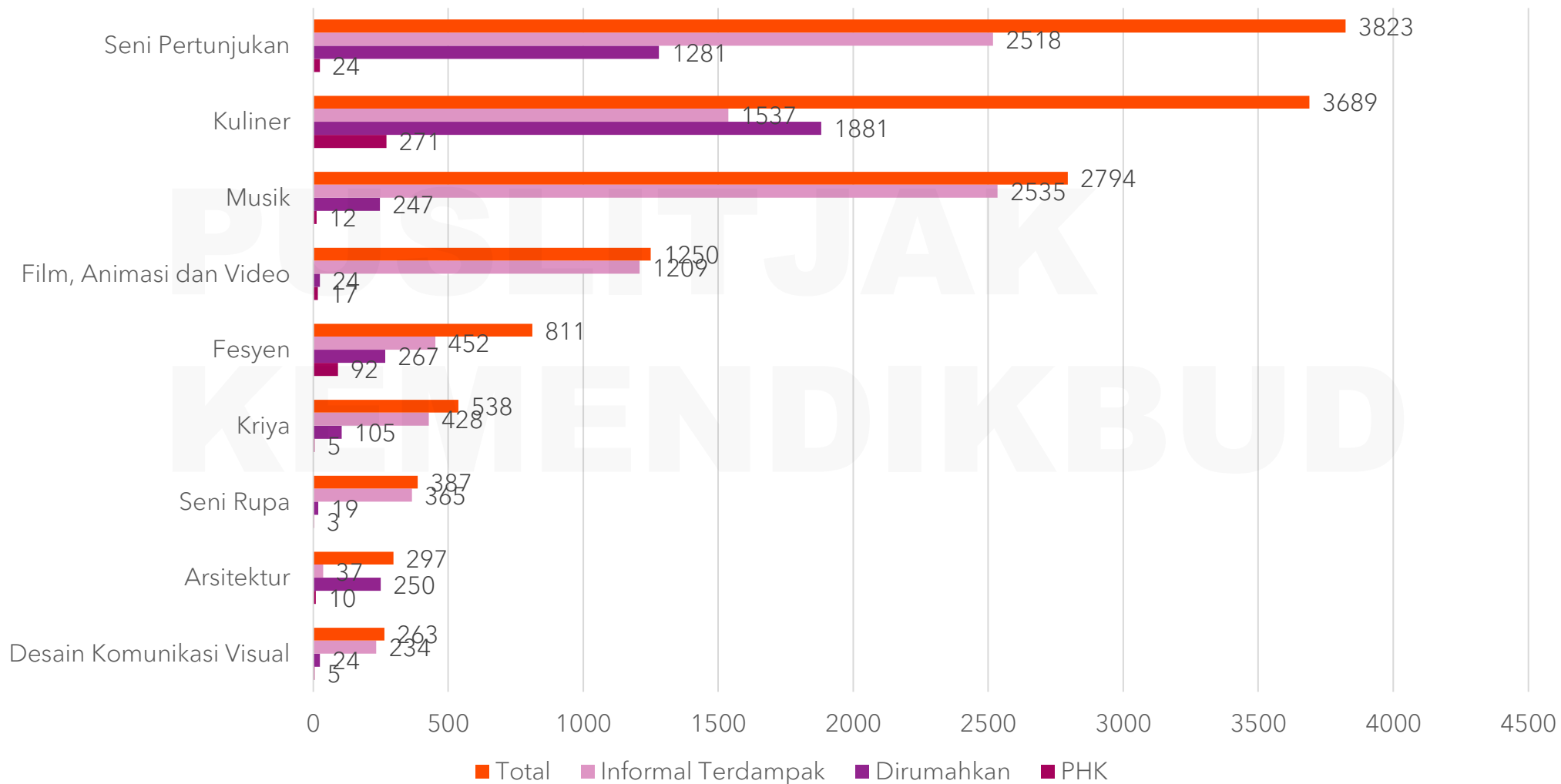
DATA SDM KEBUDAYAAN

Data penerima APB tahap 1 berjumlah 10.001, dengan komposisi gender setara (total pendaftar sekitar 73.000)

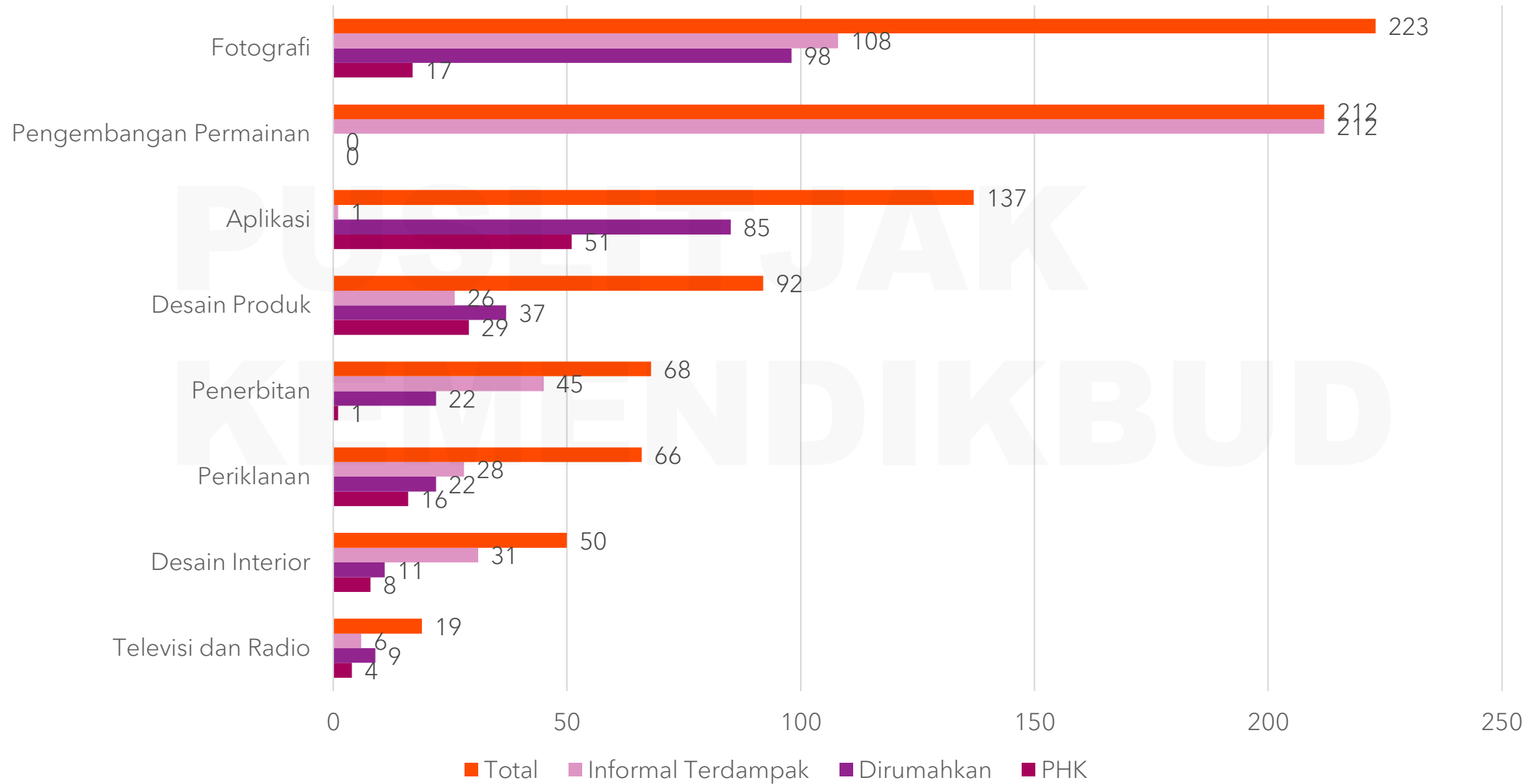


DATA KEMENPAREKRAF

TOTAL : 14.720 tenaga kerja (per Juni 2020)



DATA KEMENPAREKRAF (LANJUTAN)



Tujuan

1. Mengetahui dampak pandemi COVID-19 terhadap kondisi sosial ekonomi seniman dan pelaku industri kreatif
2. Memahami praktik baik adaptasi seniman dan pelaku industri kreatif di masa pandemi COVID-19

Metode Penelitian



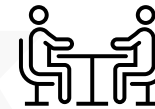
Studi
literatur



Analisis media
pemberitaan



FGD

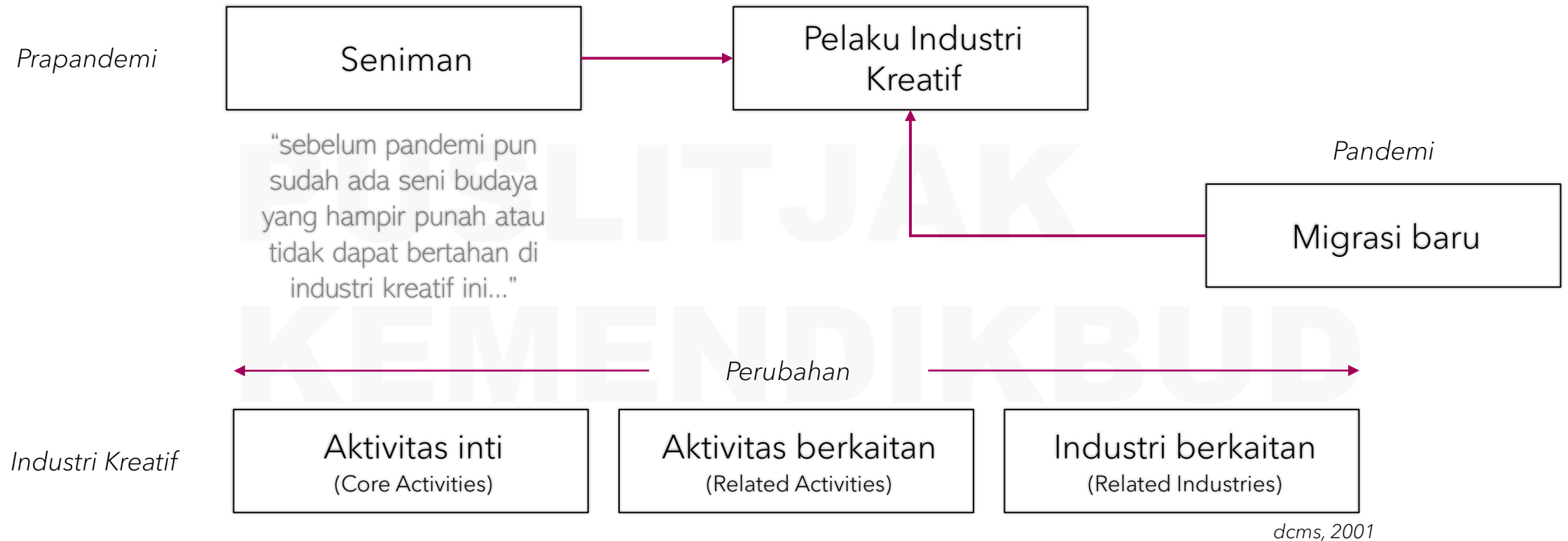


Wawancara mendalam
dengan pelaku seni
dan Industri kreatif



Verifikasi
dengan
stakeholder

Dampak Pandemi



Dalam Industri dikenal dengan 3 tahap Industri
Development → Emerging → ScaleUp
Dev. Talent → Dev. Bisnis → Dev. Industri

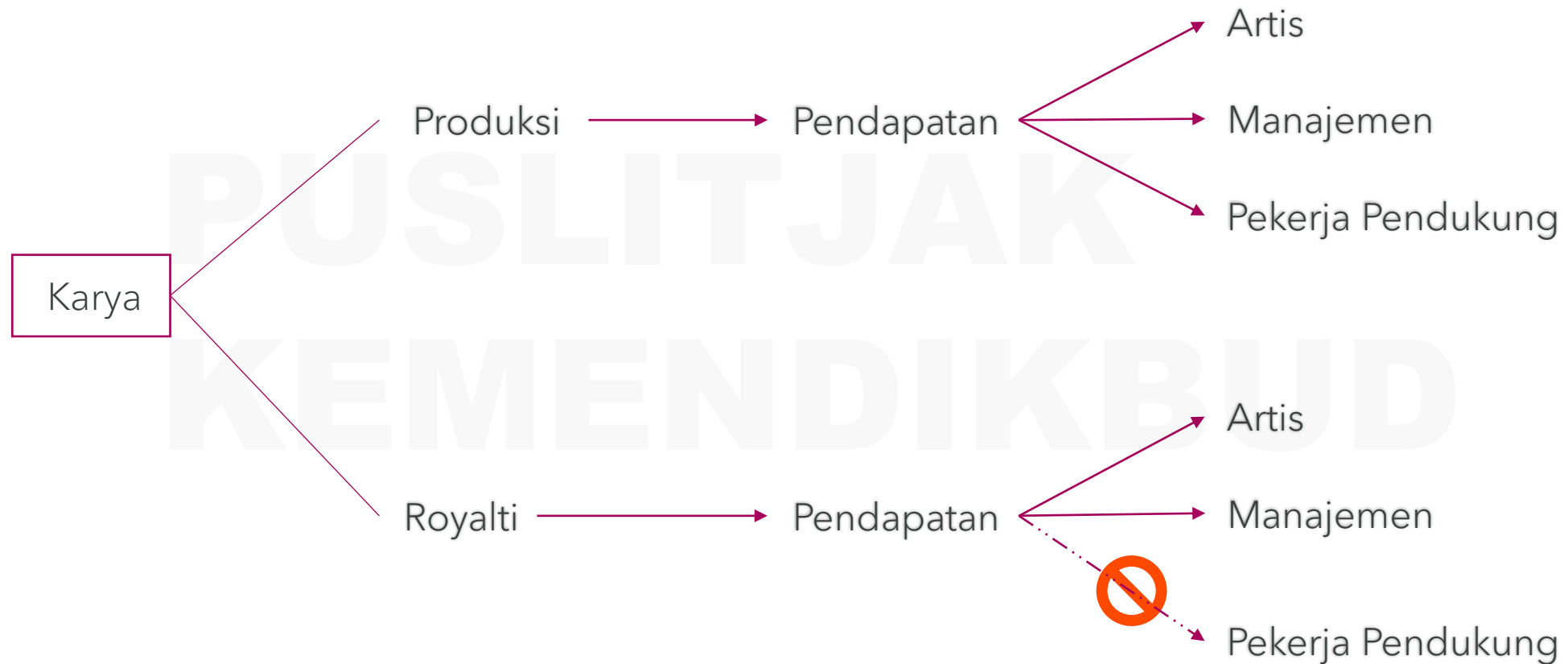
(sample: Seni Pertunjukan)

| Core Activities | Related Activities | Related Industries |
|-------------------------------------|---|--|
| Penari, Sutradara, produser, actor. | Desain kostum, tata panggung, tata suara, pencahayaan, pembuatan publikasi. | Musik, Fashion, Seni Rupa, Fotografi, Periklanan, Kriya, Desain Produk, TV dan Radio, DKV, Desain Interior |
| | | Industri Keuangan, Kuliner, Transportasi. |

- ♦ Yang paling terdampak adalah pelaku pendukung industri kreatif.
- ♦ penting untuk mengemukakan peran mereka dalam medan seni dan industri kreatif

RELASI

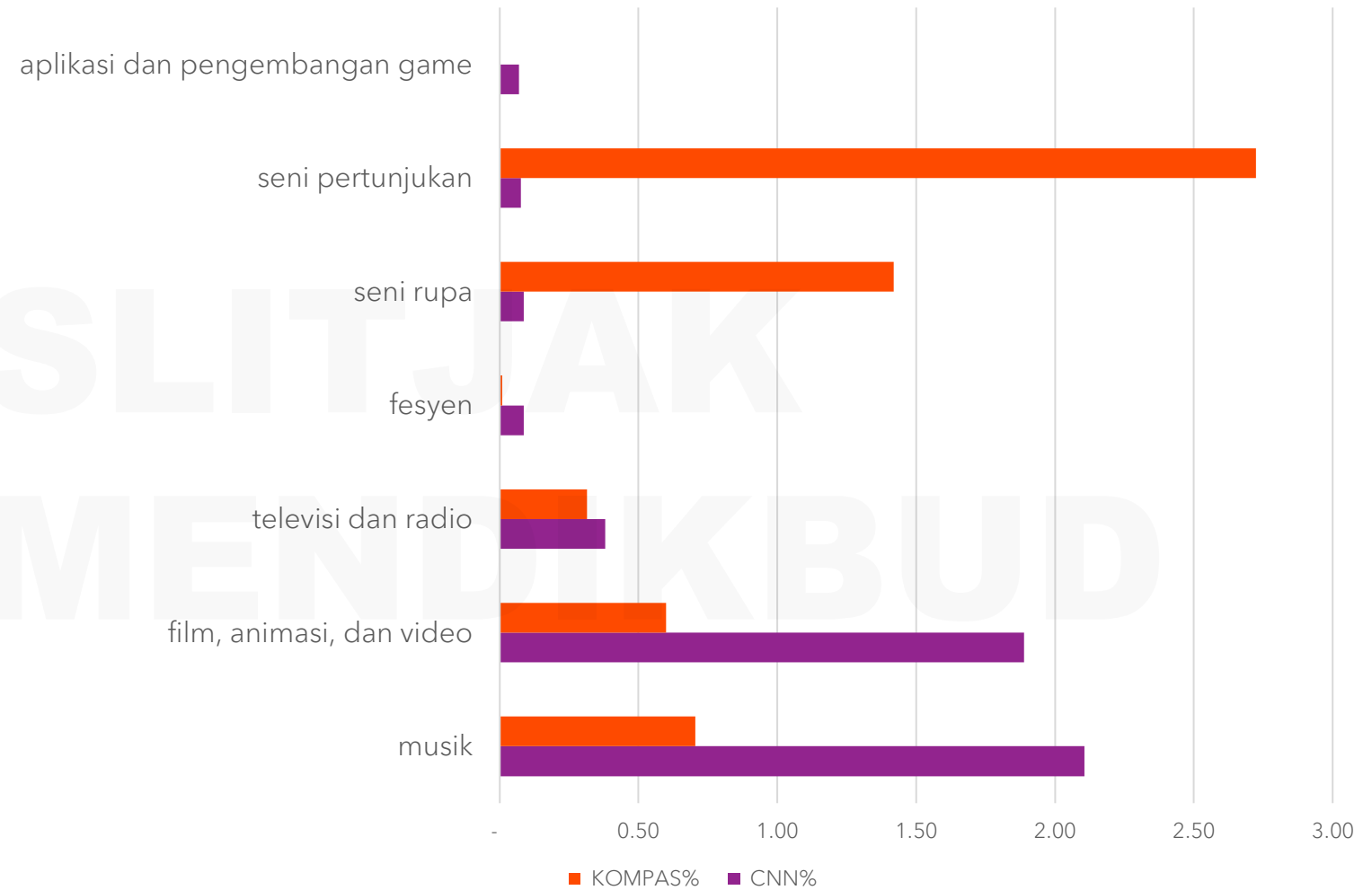
Seniman dan Pelaku Industri Kreatif dengan Pekerja Pendukung



ANALISIS ISI MEDIA

Intensitas Berita (CNN dan KOMPAS)

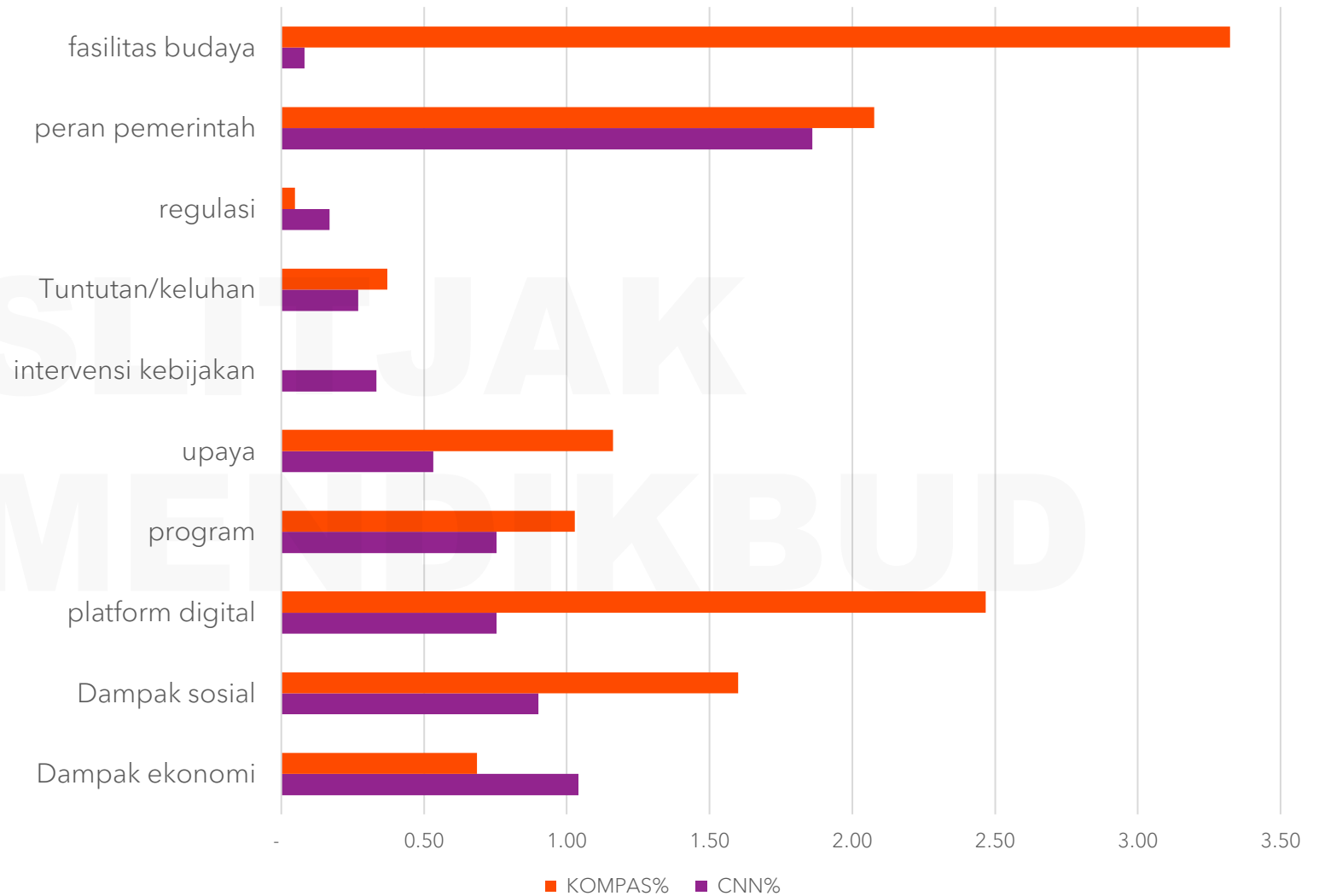
CNN 171 Berita
KOMPAS 105 Berita



ANALISIS ISI MEDIA

Intensitas Berita (CNN dan KOMPAS)

CNN 171 Berita
KOMPAS 105 Berita



Adaptasi selama Pandemi

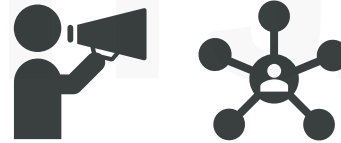
Solusi yang secara umum sering disebut dalam media pemberitaan

1 *Shifting to digital*



1. Kompetensi yang dibutuhkan
2. Konservasi/preservasi yang lebih baik
3. Efisiensi rantai proses, produsen → konsumen

2 *Creative hub.*



1. Kolaborasi
2. Berbagi pakai
3. Pendanaan bersama

3 **Reinventing the trend**

Melakukan penguatan ikatan dengan konsumen dan melakukan analisis tren untuk lini utama produk



1. Penggalan kembali konsep bisnis
2. Promosi untuk menguatkan ikatan dengan konsumen
3. Analisis kembali lini produk

SHIFTING TO DIGITAL

Membuka peluang dan mengembangkan kegiatan seni-budaya ke platform digital

Normal:

- Penggunaan *platform* digital setiap tahunnya mengalami peningkatan.
- Monetisasi karya melalui *platform* digital sudah menjadi tren.
- Transaksi digital sudah semakin akrab dengan keseharian kita. Terutama di kota-kota besar.
- Seniman dan pelaku industri kreatif tidak ada keharusan menggunakan *platform* digital

Pandemi:

- Seniman dan Pelaku Industri semakin banyak mengandalkan platform digital dalam berkarya.
- Digitalisasi karya digunakan untuk menyiarkan karya secara lebih luas dan usaha monetisasi
- Pemerintah dalam hal ini Kemendikbud banyak memfasilitasi kegiatan budaya secara digital. Seperti konser virtual, digitalisasi lagu daerah, drama podcast, dsb.
- Terjadi migrasi profesi, pekerjaan yang dapat dilakukan secara remote meningkat
- Masih banyak seniman dan pelaku industri kreatif yang tidak fasih menggunakan *platform* digital

Praktik Baik:

- Tumbuh platform apresiasi kreator (karyakarsa, SociaBuzz, trakteer.id, dsb)
- Pendokumentasian karya yang lebih baik.
- Produk memiliki daya jangkauan yang lebih luas dan memiliki ikatan yang lebih intim karena masuk dalam ruang privasi (HP, PC, dan TV) konsumen.

CREATIVE HUB

Membentuk Creative Hub guna memudahkan dalam berkolaborasi, pendataan, dan perizinan

Normal:

- Sudah tumbuh kesadaran untuk membangun jejaring dalam medan kreatif
- Keterhubungan antarkomunitas belum terjalin baik

Pandemi:

- Creative hub bukan menjadi solusi yang secara langsung dapat terlihat hasilnya. Disini *Creative Hub* menjadi wadah bagi pengembangan konsep, penguatan jejaring, dan membangun kolaborasi.
- Untuk pendataan pun, ke depannya akan lebih mudah manakala setiap seniman dan pelaku industri kreatif memiliki asosiasi atau komunitas yang saling terkoneksi. Sehingga memudahkan pendataan dan menjadi wadah penyaluran aspirasi kepada pemerintah.

Praktik Baik:

- Creative hub banyak tumbuh di berbagai kota
- Sering kali disematkan dalam coffee shop atau kuliner lainnya
- BCH (*Bandung Creative Hub*)

REINVENTING THE TREND

Menemu kenali potensi dan peluang | mengubah strategi promosi dan lini produk.

Normal:

- Menjalankan bisnis seperti biasa
- Bisnis mengikuti industri yang sedang tren

Pandemi:

- Perlu melakukan analisis produk kembali
- Alih profesi atau mengubah jajaran/lini produk
- Memetakan kembali kluster industri yang dapat saling menguatkan posisi karya/produk.

Praktik Baik:

- Alih lini produk dari penjahit biasa menjadi pembuat masker dan APD
- *Refocusing* Fesyen hanya pada produk tubuh bagian atas
- Peluang kerja atau alih profesi menjadi remote worker

SIMPULAN

- Pandemi ini menjadi suatu titik tolak baru dan peluang bagi insan kreatif yang cepat dalam beradaptasi, Daya adaptasi tersebut sangat bergantung dari kondisi dan modal yang dimiliki, sehingga tampak sebagian seniman dan pelaku kreatif dapat bertahan bahkan berkembang, sedangkan lainnya menurun.
- Pandemi juga memberikan ruang dan waktu bagi seniman, pelaku budaya, dan industri kreatif untuk melakukan introspeksi dan pembenahan praktik kreatif selama ini. Keberadaan *creative hub* dan upaya menemukenali kembali tren menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam melakukan adaptasi di masa pandemi.
- Berangkat dari simpulan di atas, pemerintah dan pemerintah daerah perlu: (a) pembinaan kapasitas seniman dan pelaku kreatif untuk dapat memanfaatkan potensi ruang digital; (b) mengupayakan ruang kolaborasi, serta fasilitasi HAKI dan perizinan usaha kreatif melalui adanya *creative hub*.

TERIMA KASIH

Lanjutan

Shifting to digital

Implikasi:

- Fasilitasi pelatihan
 - Introduction software (179k)
 - Content Marketing for Social Media (195k)
 - Introduction to Community Management (163k)
 - Launching your First Online Business (163k)
 - Business Models for Creators and Creatives (245k)
 - dsb
- Infrastruktur
 - Hardware
 - Software
 - Jaringan

Creative hub.

Implikasi:

- Manajemen
- Infrastruktur (Gedung, alat, dsb)
- Program goals
- Kolaborasi (*hybrid work*)
- RnD

Standarisasi

Kategorisasi

Lanjutan



Melakukan pendalaman pada praktik alih digital pada sub sektor seni rupa

Risalah kebijakan dan poster hasil penelitian

Risalah Kebijakan TIGA STRATEGI ADAPTASI

Seniman dan Pelaku Industri Kreatif
di Masa Pandemi COVID-19

SHIFTING TO DIGITAL

Memindahkan aktivitas kreatif ke dalam platform digital dan daring membuat setiap aktivitas kreatif dapat diakses secara lebih luas. *Rekomendasi: Pelatihan digital monetisasi, pemasaran, pengurusan HAKI, dan produksi konten.*

CREATIVE HUB

Berjejaring, membangun relasi dalam wadah kreatif memungkinkan terjadinya kolaborasi yang membuka potensi persebaran pengetahuan. *Rekomendasi: Fasilitator & inisiator Taman Budaya (UPTD) dan pelatihan manajerial.*

REINVENTING ★★★THE TREND★★★

Memikirkan dan menyusun ulang strategi yang dapat dilakukan demi perkembangan karyanya dengan cara:

- Pemanfaatan ruang digital
- Mendefinisikan ulang produk dan konsumen
- Mengubah strategi promosi dan lini produk
- Alih profesi atau Mengubah lini produk

Rekomendasi: Pelatihan trend forecasting dan model bisnis oleh para ahli dan akademisi kepada pelaku industri kreatif.



Risalah Kebijakan ini merupakan hasil dari penelitian/ kajian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Kebijakan pada tahun 2020

