

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab 1 atau pendahuluan, akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah. Pada latar belakang masalah tersebut akan dijabarkan mengenai gambaran besar mengenai Amerika Serikat, terkhusus industri perfilmannya yaitu Hollywood. Selanjutnya ada rumusan masalah, kerangka teori, hipotesa, tujuan penelitian, jangkauan penelitian, metode penilitan dan sistematika penulisan. Diatas adalah isi dari bab pendahuluan. Dimana didalam kerangka konseptual menggunakan satu konsep yaitu *multi-track diplomacy*. Didalam konsep *multi-track diplomacy* menjelaskan tentang pendekatan diplomasi melalui jalur-jalur yang ada.

A. Latar Belakang Masalah

Film adalah jenis komunikasi secara visual yang menggunakan gambar bergerak dan suara untuk menceritakan cerita-cerita atau menginformasikan sesuatu. Seluruh manusia di setiap bagian di dunia menonton film sebagai salah satu jenis hiburan dan sebagai sebuah cara untuk bersenang-senang. Untuk sebagian orang, film-film yang bergenre ringan dan menyenangkan berarti film yang bisa membuat tertawa, sedangkan untuk sebagian orang lain film dapat membuat mereka sedih, hingga merasa takut.

Dalam pembuatan film cerita diperlukan proses pemikiran dan proses teknis, yaitu berupa pencarian ide, gagasan atau cerita yang digarap, sedangkan proses teknis berupa keterampilan artistik untuk mewujudkan segala ide, gagasan atau cerita menjadi film yang siap ditonton.

Amerika Serikat merupakan negara adidaya dalam sektor perekonomian. Dalam upayanya dalam mempertahankan *image* tersebut, Amerika Serikat mencoba untuk melakukan sebuah diplomasi budaya. Diplomasi memiliki arti yaitu merupakan suatu kegiatan yang sering

dihubungkan dengan politik luar negeri suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain.¹ Dengan begitu, diplomasi budaya adalah suatu kegiatan kenegaraan suatu negara dalam menjalin hubungan dengan negara lain, dimana materi pesan yang hendak disampaikan melalui kebudayaan dari negara setempat.

Amerika Serikat sampai saat ini tetap menggunakan *soft power* dalam melakukan diplomasinya dikarenakan pada masa sekarang ini *hard power diplomacy* tidak menjamin berhasilnya kegiatan diplomasi walaupun tetap memiliki pengaruh yang besar.² Amerika Serikat melakukan kegiatan *soft diplomacy* melalui berbagai cara dan dalam hal ini Amerika Serikat menggunakan media film dalam mempertahankan citra dirinya sebagai negara Adidaya.

Sinema Amerika Serikat, yang biasanya diartikan dengan Hollywood, memiliki dampak yang sangat dalam di industri perfilman sejak awal abad ke 20. Gaya yang mendominasi dari Sinema Amerika adalah Sinema Hollywood klasik, yang didirikan dari 1917 hingga 1960 dan mengkriterikan kebanyakan film hingga sekarang. Sejak 1920-an, pendapatan kotor oleh industri film Amerika Serikat lebih tinggi dibandingkan negara-negara lain.

Film Hollywood merepresentasikan lebih dari setengah atau bahkan lebih dari dua per tiga *box-office* yang dicetak di pasar dunia. Film yang sukses di pasar Amerika juga mempunyai kecenderungan untuk sukses di pasar asing. Ini membuktikan bahwa selera global mulai muncul secara signifikan, meskipun fenomena menentang konsep penyebaran budaya melalui film Hollywood ini bermunculan di berbagai

¹ Alfian Dan Nazaruddin Sjamsuddin. *Profil Budaya Politik Indonesia*, (Jakarta: Grafiti. 1991), hal 280.

² Achmad Reza Putra. *Diplomasi Budaya Amerika Serikat Terhadap Indonesia Melalui Hollywood Movies*.

negara. Hollywood telah menjadi sukses karena kompetisi yang sudah tidak ditemui di negaranya maka ia keluar untuk menyebarkan dan memperluas pasar ke negara-negara lain di dunia. Faktor pendukungnya adalah memperluas jaringan distribusi dan dorongan dari pemerintah Amerika sendiri yang jeli melihat celah keuntungan ekonomi.

Penyebaran film *Hollywood* bukan semata menyebarkan hiburan atau jalan cerita saja. Ada penyebaran gagasan yang didasari dengan nilai-nilai budaya Amerika. Ini yang membuat negara-negara lain di dunia menjadi khawatir karena menimbulkan degradasi budaya nasional menjadi satu selera global yang berujung pada satu budaya global. Seiring dengan itu, globalisasi juga menantang Hollywood dalam perkembangan industri filmnya, yaitu tumbuhnya industri film nasional yang dapat mengancam tingkat permintaan film Hollywood di pasar asing. Globalisasi mendukung negara-negara Asia untuk dapat mengakses informasi tanpa batasan dan mengembangkan industri perfilman mereka sendiri.

Salah satu cara Amerika Serikat dalam mengembangkan ideologi dan perekonomiannya melalui film, dibutuhkan pasar yang tentunya menguntungkan bagi mereka. Salah satu cara Amerika Serikat dalam mengembangkan ideologi dan perekonomiannya melalui film, dibutuhkan pasar yang tentunya menguntungkan bagi mereka.

Dalam sejarah perfilman di dunia, Hollywood memiliki rekam jejak yang besar dalam penyebaran dan penayangannya. Menurut data tahunan *box office* milik AS, sejak tahun 1927 sampai dengan tahun 2007 presentase penyebaran film Hollywood bertahan diatas 50% di AS dan Canada³. Hollywood juga mendominasi 50% industri film di

³ Jonathan Derek Silver, *Hollywood's dominance of the movie industry: How did it arise and how has it been maintained?*, (Queensland University of Technology, Australia: 2007), hal. 190

Korea Selatan dan Jepang.⁴ Selain itu, Hollywood memiliki pemasukan dari salah satu pasar terbesar dalam industri film di dunia yaitu China. Hollywood berada di urutan pertama dalam industri film luar yang terdapat di China, yaitu sebanyak 70%.⁵ Artinya Hollywood mendapatkan keuntungan sebesar hampir setengah dari hasil penjualan film di negaranya sendiri. Dan secara keseluruhan, Hollywood mendominasi sebanyak 60% dalam industri film di seluruh dunia.⁶

China adalah tempat dari studio film terbesar di dunia, Hengdian World Studios, dan pada 2010, studio tersebut menjadi industri film terbesar ketiga menurut jumlah film fitur yang dibuat setiap tahunnya. Pada 2012, negara tersebut menjadi pasaran terbesar kedua di dunia menurut penerimaan *box office*. Pada 2014, keuntungan *box office* di China adalah ¥ 29.6 miliar (US\$4.82 miliar), dengan 55% diantaranya merupakan keuntungan pada film-film domestik. Negara tersebut diperkirakan menjadi pasar terbesar di dunia perfilman pada tahun 2018.⁷

Dalam perluasan jaringan film Hollywood ke luar negeri, terdapat asosiasi produser-produser film Hollywood yang bertugas untuk memastikan bahwa film buatan AS dapat diterima dan diputar di pasar-pasar tujuan. Hal ini penting untuk penyebaran film Hollywood agar mendapatkan keuntungan ekonomi dari hasil penjualan film tersebut.

⁴ *Ibid*

⁵ *Ibid*

⁶ Diana Crane, *Cultural globalization and the dominance of the American film industry: cultural policies, national film industries, and transnational film*, (University of Pennsylvania, Routledge: 2014), hal. 9

⁷ Phil Hoad, "Marvel rules, franchises dip, China thrives: 2013 global box office in review",

<http://www.theguardian.com/film/filmblog/2013/dec/31/2013-global-box-office-review> (diakses pada November 2018)

Sinema Tiongkok adalah salah satu dari tiga sinema berbahasa Tionghoa bersama dengan Sinema Hong Kong dan Sinema Taiwan. Sinema diperkenalkan di China pada 1896 dan film Tionghoa pertama, *The Battle of Dingjunshan*, dibuat pada 1905, oleh sebuah industri film yang berpusat di Shanghai pada dekade pertama.⁸ Film bersuara pertama, *Sing-Song Girl Red Peony*, yang menggunakan teknologi cakram bersuara, dibuat pada 1931. Tahun 1930an, yang dianggap sebagai "zaman keemasan" pertama dari sinema Tionghoa, dikatakan merupakan masa kebangkitan dari gerakan sinematik sayap kiri dan pertikaian antara Nasionalis dan Komunis dituangkan dalam film-film yang dibuat.⁹ Setelah invasi Jepang ke China dan pendudukan Shanghai, industri film di kota tersebut mengalami kemerosotan, dan para pembuat film berpindah ke Hong Kong, Chongqing dan tempat lainnya

Industri perfilman Cina tengah berjuang untuk memperluas daya tariknya ke dunia internasional. Bioskop di Cina telah mengalami pertumbuhan pesat, yakni lebih dari 30 persen per tahun terutama di kota-kota besar seperti Beijing dan Shanghai. Hal ini menarik perhatian industri film *Hollywood*. Dengan pasar kedua terbesar di dunia setelah Amerika, China kini sangat berpengaruh bagi pemasaran film *Hollywood* karena 17% dari pendapatan dari industri film *Hollywood* berasal dari China.

Akan tetapi, *Cinema of China* kini memiliki sejumlah persyaratan yang harus ditaati agar film-film yang berasal dari luar negara dapat masuk dan ditayangkan di China. Hal ini tentunya membuat pihak industri film luar untuk mencari

⁸ Rey Chow, *Primitive Passions: Visuality, Sexuality, Ethnography, and Contemporary Chinese Cinema*, (Columbia University Press: 1995)

⁹ Linda Yueh, "Dunia perfilman di Cina siap bangkit lagi", diakses dari https://www.bbc.com/indonesia/bisnis/2014/10/141031_bisnis_filmcina_gol denage pada tanggal 17 Januari 2019

cara agar tetap bisa diterima dan mendapatkan keuntungan di Negeri Tirai Bambu ini.

Awalnya, film impor yang diberi izin tayang di bioskop Tiongkok hanya berjumlah 20. Kemudian Partai Komunis China menyetujui dilonggarkannya kuota film asing yaitu bertambah sebanyak 34 film impor pertahun. Hal ini dikarenakan oleh Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) mendesak Tiongkok untuk lebih bisa membuka diri bagi film asing.¹⁰ Hal ini dikarenakan sejak Partai Komunis China berkuasa di Tiongkok, mereka membatasi masuknya film, DVD, buku hingga musik dari luar negeri.

Industri perfilman dalam negeri Tiongkok sendiri masuk dalam kategori terancam. Hal ini disebabkan oleh masuknya film asing yang masuk kedalam bioskop Tiongkok. Namun, dalam setahun terakhir ini, invasi yang dilakukan oleh Tiongkok kepada bisnis film Amerika Serikat mulai meluas. Dibelinya sebagian saham *Skydance Media* oleh perusahaan game *Tencent* membuat pendapatan ekonomi China dalam industri sinema semakin tinggi.

Dibalik semua faktor yang menjadikan China sebagai pasar kedua industri perfilman, pemerintah China membuat kebijakan untuk impor film asing yang sebagian besar datang dari Amerika Serikat yaitu industri film Hollywood. Penerapan kebijakan ini dimaksudkan untuk memproteksi masuknya investasi yang masuk ke dalam Negara tersebut. Hal ini dikarenakan AS mendapatkan keuntungan yang sangat banyak ketika film buatan Hollywood laris di masyarakatnya hal ini tentunya mengikis nilai moral negaranya. Kebijakan ini

¹⁰ Pieter P. Gero, "China Kian Terbuka untuk Film Asing", diakses dari <http://internasional.kompas.com/read/2012/11/11/22360354/China.Kian.Terbuca.untuk.Film.Asing>, pada tanggal 30 November 2018.

meliputi proses penyensoran, banyaknya kuota film asing yang dapat masuk untuk setiap tahunnya dan lain sebagainya.¹¹

Kebijakan pemerintah di China sampai saat ini seakan menjadi misteri bagi banyak investor hingga para pekerja asing. Peperangan di dunia maya seperti perang di *Twitter* bukanlah hal yang dianggap sebagai perang yang sebenarnya. China melarang masuknya *Facebook* di negaranya, dan kini membuat '*Facebook*' dengan versi miliknya sendiri. Bahkan, di beberapa bagian China yang perkembangan ekonominya masih lemah dan miskin, *website* Google dan Youtube tidak dapat diakses sama sekali.

Kebijakan proteksi yang sangat ketat ini juga dirasakan di dalam isi film, program-program tv dan situs internet yang berasal dari luar China. Sebagai contoh, film yang memiliki adegan cium adalah tabu, kemudian dilarang keras untuk memprotes pemerintahan China. Setelah era pemerintahan Mao Zedong berakhir (akhir 1970-an), film asing dapat masuk tetapi harus dibatasi kuantitasnya dan harus melalui sensor ketat yang dilakukan oleh *State Administration of Press, Publication, Radio, Film, and Television* (SAPPRFT).¹²

Diluar semua peraturan mengenai masuknya pengaruh asing, China dilihat sebagai wilayah yang menjadi tujuan utama dari investasi M&E (*Media & Entertainment*) karena meningkatkan jumlah potensi penonton yang dilihat dari China sebagai negara dengan populasi terbanyak di dunia. Maka dari itu, para investor dari negara barat, terutama Hollywood merasa kesusahan untuk bisa memasukkan film lebih daripada kuota yang telah ditentukan yaitu 20 film impor pertahun.

¹¹ Julia Charlton, "China's Film Industry", diakses dari <http://www.charltonslaw.com/legal/china/China-film-industry.pdf> pada tanggal 30 November 2018 hal. 4

¹² Amelia Day, Great Firewall of China, GLOCAL Media, 2012, hlm. 2

B. Batasan Dan Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis terfokus kepada strategi yang diambil oleh Amerika Serikat untuk Hollywood agar tetap dapat perijinan tayang dan mendapatkan keuntungan yang besar di China melalui penyelesaian sengketa dalam WTO walaupun diberlakukannya kebijakan-kebijakan proteksi oleh negara China. Dengan batasan tersebut, penelitian ini terarah maka penulis merumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini :

“Bagaimana strategi Amerika Serikat dalam meningkatkan kuota impor film di China?”

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi Amerika Serikat dalam berdiplomasi dengan China yang berperan sebagai pasar terbesar kedua dalam industri perfilman.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini yaitu memberikan sumbangan pemikiran pada masyarakat luas serta akademisi ilmu hubungan internasional, baik dosen maupun mahasiswa terkait dengan diplomasi yang dilakukan oleh Amerika Serikat terhadap kebijakan proteksionisme media massa yang diberlakukan oleh Pemerintahan China.

D. Kerangka Berpikir

Multi-Track Diplomacy

Multi Track Diplomacy merupakan sebuah kerangka kerja konseptual untuk melihat proses terciptanya perdamaian internasional sebagai suatu sistem kehidupan dan sebagai

cerminan dari berbagai aktivitas yang dilakukan untuk berkontribusi dalam proses *peacemaking* dan *peacebuilding* di ruang lingkup internasional.

Louise Diamond dan John McDonald mengatakan bahwa “*multi-track diplomacy*” merupakan konsep diplomasi yang menjelaskan tentang proses terjadinya perdamaian dunia dalam sistem internasional melalui gabungan dari diplomasi jalur pemerintah, *diplomacy* jalur kelompok, dan diplomasi jalur individu. Tujuan utama dari *Multi Track Diplomacy* adalah demi terwujudnya perdamaian dunia hingga *peacebuilding* yang terintegrasi satu sama lain, dengan menggunakan *soft power*. Penggunaan *soft power* dalam menciptakan perdamaian tercermin dari adanya pelaksanaan *soft diplomacy* yaitu menjalin hubungan kerjasama dengan negara lain yang befokus terhadap isu *low politics* dalam salah satu aspek ekonomi industri.

Multi Track Diplomacy yang terkait dengan perdamaian yaitu dengan mengambil pendekatan sistem untuk memahami dan mengerti sifat internasional *peacebuilding* secara terstruktur. Kegiatan struktur *peacebuilding* membuat struktur tingkat menengah, yang mana bertujuan untuk menciptakan struktur sistem perilaku dan tindakan lembaga untuk mendukung perwujudan atau pelaksanaan perdamaian. Hal tersebut dilakukan guna membangun ekonomi, militer dan infrastruktur masyarakat yang memberikan kekuatan dan realistis melalui sistem perdamaian.

Multi Track Diplomacy terdiri dari 5 jalur yang kini berkembang menjadi 9 jalur utama yang digunakan untuk memahami rumitnya sistem dari kegiatan perwujudan perdamaian, yakni antara lain:¹³

Track One: Government, Track Two: NonGovernment/Professional, Track Three: Business, Track Four: Private Citizen, Track Five: Research, Training, and Education, Track Six: Activism, Track

¹³ The Institute for Multi-Track Diplomacy, *Nine Tracks in the Multi-Track System*.

Seven: Religion, Track Eight: Funding, Track Nine: Communications and Media sehingga mudah untuk bisa memahami sistem kegiatan perdamaian yang kompleks.

1. *Track One: Government*. Jalur ini merupakan jalur pemerintah, atau perwujudan perdamaian melalui diplomasi. Hal ini berarti pembuatan kebijakan dan pembangunan perdamaian dilakukan secara resmi melalui aspek-aspek formal dari pemerintah.
2. *Track Two: NonGovernment/Professional*. Jalur kedua ini merupakan non-pemerintah atau pihak-pihak yang profesional, dimana aktor tersebut mampu mewujudkan perdamaian melalui penyelesaian masalah melalui beberapa cara. Hal ini memberikan kesempatan bagi para aktor profesional non-pemerintah untuk menganalisa, mencegah, menyelesaikan hingga mengakomodasi konflik internasional dengan cara komunikasi memberikan pemahaman, dan membangun hubungan baik dalam menghadapi masalah secara bersama-sama, oleh aktor-aktor yang bukan merupakan pihak resmi dari negara.¹⁴
3. *Track Three: Business*. Jalur ketiga dari *Multi Track Diplomacy* ini merupakan diplomasi yang ditempuh melalui kegiatan komersial.¹⁵ Bisnis dapat menjalankan peran aktual dan memiliki potensial untuk menciptakan perdamaian melalui aspek

¹⁴ John W. McDonald, “*The Multi Track System*”, dalam *Jurnal of Conflictology*, Arlington: The Insititute for Multi-Track Diplomacy, Vol. 3, Issue 2, pp. 67-68

¹⁵ *Ibid.*, hal. 67

ekonomi, persahabatan dan pemahaman internasional, saluran komunikasi informal, dan mendukung berbagai kegiatan *peacemaking*. Kerjasama ekonomi antarnegara mampu menghindarkan kedua negara tersebut dari konflik. Pergerakan kegiatan komersial memiliki pengaruh yang besar terhadap perekonomian negara sehingga bisa mempengaruhi arah kebijakan luar negeri suatu negara.

4. *Track Four: Private Citizen*. *Track* keempat dari sembilan *track* dalam *Multi Track Diplomacy* ini merupakan diplomasi yang dijalankan dengan keterlibatan personal warga negara.¹⁶ Setiap individu warga negara akan berkontribusi dan turut serta dalam kegiatan pembangunan dan perdamaian. Hal ini dapat dilakukan dengan *citizen diplomacy*, program pertukaran, adanya NGO dan berbagai kelompok kepentingan.
5. *Track Five: Research, Training, and Education*. Penelitian atau pelatihan dan edukasi ialah penelitian yang berhubungan dengan institusi pendidikan (sekolah dan universitas), *think tanks* (berbagai penelitian, analisis, dan program studi) dan pusat penelitian kelompok yang berkepentingan khusus. Pendidikan dianggap sebagai bentuk pertukaran pemikiran yang netral dengan tidak berpihak kepada salah satu sisi terhadap pengaruh politik dan bisa saling menguntungkan kedua belah pihak dengan

¹⁶ Ibid., hlm. 67

cara mempromosikan pemahaman bersama.¹⁷

6. *Track 6: Activism*. Jalur keenam ini adalah diplomasi yang ditempuh dengan melalui advokasi para aktivis. Dalam diplomasi ini, para aktivis mengusahakan diplomasi dan pencapaian perdamaian dalam berbagai isu seperti isus sosial, hak asasi manusia, keadilan ekonomi, dan kelompok-kelompok kepentingan yang berhubungan dengan kebijakan pemerintah yang spesifik.¹⁸ Meskipun diplomasi ini tergolong diplomasi yang fleksibel karena dapat melibatkan masyarakat maupun individu, *track* ini tidak memiliki legitimasi untuk mempengaruhi pemerintah seperti diplomasi *Track Two*.
7. *Track Seven: Religion*. Jalur ketujuh ini ialah diplomasi yang berbasis kepada komunitas agama. Komunitas spiritual dan religius dipandang sebagai pihak yang bertindak melalui keyakinan, didasarkan oleh moral, berorientasi damai, dan memiliki sifat melindungi.¹⁹
8. *Track Eight: Funding*. Jalur ini adalah diplomasi yang dibantu dengan pendanaan, baik berupa pemberian sumber daya maupun aktivitas filantropis. Berbagai komunitas maupun filantropis memberikan bantuan finansial bagi aktivitas-aktivitas

¹⁷ Karolina Kupinska, “*Contemporary Multi Track Diplomacy Across The Taiwan Strait, 2010, Tesis Magister*”, Taipei: Graduate School of International Affairs, Ming Chuan University, pp. 2-19.

¹⁸ John W. McDonald, op. cit hal. 67 - 68

¹⁹ *Ibid*

peacemaking yang dilaksanakan berbagai *track* lain.²⁰

9. *Track Nine: Communications and Media*. Jalur terakhir dari *Multi Track Diplomacy* ini adalah diplomasi yang dilakukan melalui persebaran informasi dan jalinan komunikasi.²¹ Dalam jalur ini, pendapat publik dibentuk dan disuarakan melalui media cetak dan media elektronik. Walau pun di satu sisi jalur ini dapat membantu mentransparasikan pemerintahan, tidak menutup kemungkinan untuk terjadi adanya media spin yang membelokkan fakta bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Di dalam jalur ini, semua individual berhak menyuarakan opininya melalui media cetak, film, tadio, sistem elektronik bahkan seni. Media tersebut dapat menjadi sarana edukasi, menganalisa suatu isu, hingga dapat mengubah keadaan ketika opini publik telah dibentuk.

Pada penelitian ini, Amerika menggunakan tiga jalur yang terdapat di dalam *Multi Track Diplomacy* yaitu Jalur Pertama: Pemerintah, Jalur Kedua: Non-Pemerintah, dan Jalur Ketiga: Bisnis.

- a. Jalur Pertama yaitu Pemerintah. Pemerintah disini adalah Amerika Serikat melalui keperintahannya melakukan suatu hubungan kerjasama internasional untuk dapat menjalankan tujuan dari kepentingan nasional negaranya. Pemerintah Amerika Serikat melalui perwakilan negaranya menangani kasus-kasus yang berhubungan dengan organisasi

²⁰ *Ibid*

²¹ *Ibid*

internasional yang bersangkutan. Negara sebagai aktor yang aktif dalam dunia internasional biasanya ikut serta dalam organisasi internasional, dimana secara tidak langsung memiliki komitmen dalam organisasi internasional tersebut dan juga komitmen dengan negara anggota. Organisasi Internasional merupakan contoh yang tepat untuk menjalankan tujuan dari jalur ini, dimana dalam kasus ini organisasi internasional yang dimaksud adalah World Trade Organization. Selaku Organisasi Internasional yang mengatur lancarnya perdagangan bebas di dunia dan memiliki sistem penyelesaian konflik, WTO memiliki *power* untuk mempengaruhi negara anggotanya sekaligus menjadi wadah serta menyelesaikan konflik ketika negara anggotanya sedang dalam sengketa dengan negara anggota yang lain.

- b. Jalur Kedua yaitu Non-Pemerintah. Jalur kedua ini melibatkan aktor non-pemerintah atau pihak-pihak yang profesional untuk mampu mewujudkan perdamaian melalui penyelesaian masalah melalui beberapa cara. Perfilman AS melibatkan produser-produser film Hollywood yang secara implisit membantu AS dalam pemasaran film. Para produser ini tergabung dalam *Motion Picture Producers and Distributors Assosiation* (MPPDA) yang bertugas untuk mengendalikan, meningkatkan, dan memaksimalkan keuntungan pasar di luar negeri. MPPDA dalam pemasaran perfilman di China juga menggunakan strategi dengan cara merekrut aktor-aktor besar yang berasal dari China dan juga latar

setting di China dalam proses perfilman Hollywood.

- c. Jalur Ketiga: Bisnis sebagai strategi Amerika Serikat untuk melakukan kerjasama dalam bentuk perdagangan yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan ekonomi negara, juga untuk menjaga keharmonisan hubungan bilateral maupun internasional. Salah satu fokus Amerika dalam bisnisnya adalah kerjasama dengan negara China dalam sektor perdagangan khususnya dalam dunia perfilman.

E. Hipotesis

Dari rumusan masalah dan kerangka berfikir yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis dapat menarik hipotesa bahwa strategi Amerika Serikat dalam meningkatkan jumlah impor film Hollywood ke China adalah dengan menggunakan Jalur Pemerintah, Jalur Non-Pemerintah dan Jalur Bisnis.

F. Metodologi Penelitian

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat Deduktif-Analitik, yaitu penelitian yang menggunakan pola penggambaran keadaan fakta empiris disertai argumen yang relevan secara deskriptif. Kemudian, hasil uraian tersebut dilanjutkan dengan analisis untuk menarik kesimpulan yang bersifat analitik, yaitu mengenai strategi industri film Amerika Serikat mengenai kebijakan proteksionisme China.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah kajian pustaka atau library research, dimana data-data diperoleh dari berbagai tulisan-tulisan dan sumber baik berupa buku, jurnal, artikel, website, video dan berbagai data relevan lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah analisis secara kualitatif namun tidak mengabaikan data-data kuantitatif, dimana data kuantitatif digunakan sebagai pelengkap atau pendukung analisis kualitatif. Untuk menganalisis permasalahan yang ada penulis akan menghubungkan fakta-fakta yang ada dengan fakta-fakta relevan lainnya sehingga akan menghasilkan argument yang tepat.

4. Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deduktif, dimana penulis menggambarkan fakta-fakta secara umum ke hal-hal yang khusus untuk menghasilkan suatu kesimpulan.