

BAB IV

KEBIJAKAN PEMBATAAN CHINA DALAM MEMBATASI FILM HOLLYWOOD

Tidak dapat dipungkiri bahwa Hollywood adalah pihak yang merangsang perumbuhan industri perfilman dan penonton di China hingga menjadi yang terbesar tepat dibawah Amerika Utara. Hubungan antara China dan Hollywood memang tidak terlihat sebagaimana yang tampak dan diberitakan. Hubungan diantara mereka justru lebih baik dari apa yang ditampilkan dimedia. Film-film *blockbuster* Hollywood saat ini banyak justru banyak diproduksi melalui China itu sendiri.

China sebagai sebuah negara yang masih tahap pengembangan di sektor produk budaya yakni perfilman memang secara tidak langsung membutuhkan Hollywood sebagai pihak yang China dicontoh. Perfilman China dapat besar sampai sekarang juga merupakan dampak dari Hollywoodnisasi yang terjadi di berbagai negara. Baik dari teknis dan cara kerja menggunkan gaya Hollywood. Dalam mengenali selera pasar dalam negerinya China juga berkaca pada film-film Hollywood yang laris di pasarnya sendiri. Film-film seperti *The Wandering Earth* juga banyak mendapatkan referensi dari film-film *sci-fi* produksi Hollywood.

Di samping itu Amerika Serikat dan Hollywood melihat China sebagai pasar yang menjanjikan. Dengan populasi yang besar artinya pasar tersebut sangat potensial buat mereka. Terbukti film-film *blockbuster* mereka sukses di China. Sebut saja warabala *Marvel Cinematic Univers*. Namun dibalik itu, masuknya Hollywood kepasar China juga disebabkan dengan mandeknya pasar Amerika Serikat. Biaya produksi sebuah Film Hollywood terus tumbuh. Rata-rata saat ini sekitar 200 juta USD, dengan tambahan 50 atau 100 juta USD untuk

pemasaran, yang merupakan peningkatan signifikan dibandingkan dengan angka pada tahun 1996 ketika biaya rata-rata adalahhanya 60 juta USD (Aranburu, 2017). Hal ini juga memaksa Hollywood untuk melihat pasar luar negeri hanya untuk mendapatkan untung lebih besar. pada 2014, 6 terbesarStudio-studio Hollywood mendapat 70 persen pendapatan mereka dari pasar di luar Amerika Utara (O'Connor & Armstrong, 2015). Untuk itu Hollywood mulai menyesuaikan film-film mereka dengan orang-orang China supaya dapat dinikmati.

Dengan pertumbuhan ekonomi pasar yang sangat besar dibidang film, China melihat hal ini sebagai sebuah peluang sekaligus ancaman bagi negaranya. Menjadi pemain utama dalam perkembangan insdustri perfilman sekaligus menangkis imperialisme dari Hollywood baik budaya maupun pasar serta kepentingan nasionalnya yang lebih luas. Untuk itu bab IV akan menganalisis kebijakan- kebijakan proteksi China dengan menggunakan konsep Kepentingan Nasional dan Proteksionisme.

A. Kebijakan Film Pembatasan China

Film adalah bentuk hiburan yang disukai hampir semua orang. Film merupakan sebuah media yang dapat mempengaruhi serta bahkan mengubah/menggiring sudut pandang dan opini orang banyak. Hal tersebut yang membuat film sebagai sebuah produk yang unik. Film dengan baik menyampaikan pesan kepada penonton untuk dapat menerima dan menangkap pesan yang disampaikan oleh film untuk membentuk perspektif baru dan gambar yang ingin disampaikan. Beberapa orang mungkin tidak menyadarinya, tetapi film adalah cara yang paling efektif daripada produk budya lainnya seperti musik untuk menghubungkan ide-ide dan membentuk pola pikir seseorang. Film juga membuat kita mengenal suatu bangsa; ini karena film tersebut akan berbagi aspek kehidupan yang terjadi di suatu negara, kisah-kisah

realitas, tren di suatu negara dengan gaya hidup yang diadopsi oleh bangsa. Namun film tidak hanya dipandang sebagai produk budaya semata. Perfilman saat ini sudah berkembang sebagai komoditas perdagangan yang tidak dapat dipandang mudah. Naiknya biaya produksi dari tahun ketahun serta besarnya pendapatan sebuah film menjadi bukti bahwa komoditas ini sangat penting. Membuat komoditas film juga merupakan sebuah produk dengan pertumbuhan paling pesat. Sebagai bukti Industri film Amerika menghasilkan pendapatan \$ 43,4 miliar pada tahun dimana *Avengers: Infinity War* tayang. Pada tahun yang sama *box office* China mencapai rekor US \$ 8,6 miliar, meningkat US \$ 2 miliar dari tahun 2016. Lebih dari 1,45 miliar penonton bioskop China mengunjungi bioskop di 2017 (Song, 2018).

Saat ini, banyak negara menggunakan film sebagai instrumen untuk mencapai kepentingan nasional mereka termasuk Amerika Serikat dan China. Amerika sebagai sebuah negara dengan Industri perfilman terbaik tentu akan selalu memperluas pasar mereka, sedangkan China sebagai sebuah nagara dengan kekuatan baru ingin menguasai pasar domestik dan mendapatkan keuntungan dari pasarnya yang potensial serta menjaga ideologi mereka. Industri film di China berada di bawah pengawasan beberapa lembaga pemerintah, Kementerian Administrasi Negara Radio, Film dan Televisi (SARFT), Kementerian Kebudayaan, Administrasi Pers dan Publikasi Negara, dan Kementerian Perdagangan. Masing-masing lembaga pemerintah ini mengeluarkan peraturan dan kebijakan terkait dengan aspek spesifik industri yang berada di bawah pengawasannya, dengan SARFT sebagai regulator utama dan pembuat kebijakan. Pemerintah memainkan peran sentral dalam hal masuknya pasar dan memutuskan siapa yang berhak memiliki dan mengoperasikan bisnis film. Artinya siapa pun yang ingin menjalankan bisnis dalam produksi, distribusi, pameran, impor, dan ekspor film perlu mendapatkan izin dari pemerintah. Hal ini berlaku untuk entitas milik negara, investor swasta dalam negeri, dan investor asing.

Khususnya, untuk investor asing, di bidang produksi film, entitas atau individu asing tidak diperbolehkan memproduksi film secara mandiri di China, produksi bersama dengan produsen dalam negeri diperbolehkan, tetapi produksi bersama tersebut harus mendapatkan izin khusus dari pemerintah (Lin, 2007). Sedangkan Di bidang distribusi film, entitas asing tidak diperbolehkan dalam distribusi film domestik. Termasuk juga dengan pemeran film diizinkan berkerjasama dengan mitra domestik. Mengenai impor film, hanya organisasi yang ditunjuk oleh pemerintah yang diizinkan untuk mengimpor film, tidak ada entitas dan individu lain yang diizinkan mengimpor film. Perlu ditekankan bahwa meskipun investor asing diizinkan memasuki bisnis produksi dan pameran film, investor asing harus mencari mitra domestik dan tidak diperbolehkan memegang saham mayoritas di perusahaan patungan atau tidak lebih dari 49 persen. Dalam mengurangi dan mencegah dominasi Hollywood di China, otoritas China yakni SARFT menguluarkan kebijakan proteksionis. Beberapa diantaranya:

1. Kuota Impor

Kuota impor adalah pembatasan jumlah barang; dalam konteks ini, jumlah film yang dapat diimpor dari luar negeri setiap tahun. Pada kenyataannya, banyak negara tidak memiliki persyaratan kuota eksplisit. Penerapan sistem kuota impor film di China bukan menjadi hal yang baru terjadi. Ada 2 bagian kuota di China, yaitu:

1) *Revenue Sharing*

Pembagian pendapatan diperkenalkan ke pasar film pada tahun 1994. Pada masa itu, jumlah impor yang masuk berjumlah 10 film pertahunnya. Kemudian meningkat menjadi 20 film per tahun pada tahun 2002, dan pada tahun 2012 kembali ditingkatkan lagi menjadi 34 film per tahun dengan ketentuan bahwa setidaknya 14 film dalam format 3D atau IMAX (Grimm, 2015).

Perjanjian tersebut memungkinkan studio film internasional untuk memiliki film mereka ditampilkan di bioskop-bioskop China dalam pertukaran persentase besar dari pendapatan. Secara historis, film-film yang dapat disetujui dalam proses ini oleh SAPPRFT hampir sepenuhnya berasal dari enam studio besar AS: Walt Disney, Warner Bros, Paramount, Fox, Sony, dan Universal.

Di bawah sistem ini, distributor film dan pembuat film akan menegosiasikan berapa persentase dari penerimaan *box office* yang masing-masing akan terima, juga memastikan bahwa studio Hollywood menerima sekitar 15% dari pendapatan *box office*. Artinya bahwa sebagian besar pendapatan yang dihasilkan oleh film asing tetap masuk ke China dengan distributor. Namun pada tahun 2012, ada kesepakatan di antara keduanya, China dan AS yang meningkatkan persentase pendapatan hingga 25 persen. Persentase pendapatan terlihat memang tidak adil, namun kesepakatan tersebut tetap menghasilkan pendapatan yang banyak. Salah satu contoh terkait adalah Warcraft: The Beginning (2016) yang dianggap gagal di Amerika Serikat. Namun, itu masih disebut-sebut sebagai salah satu film paling sukses tahun ini secara komersial karena menghasilkan lebih dari \$ 213 juta di China saja.

2) *Flat Fee/buy out*

Impor lainnya disebut "rilis biaya tetap", biasanya disediakan untuk judul independen dan lebih kecil. Ini biasanya dibatasi antara 20 hingga 40 setiap tahun. alternatif untuk menghindari kuota impor, karena mereka mengumpulkan persentase lebih tinggi dari penerimaan *box office* (38 persen). Flat Fee seperti namanya, perusahaan yang memiliki lisensi yang disetujui dapat membeli film non-China dan merilisnya sebagai film mereka di China. Untuk film yang tidak dipilih sebagai impor, perusahaan distribusi

China dapat menegosiasikan harga tetap dengan produser film untuk hak-hak lokal, setelah pembayaran yang diperoleh distributor China untuk menjaga semua pendapatan bioskop China. *Resident Evil: The Final Chapter* merupakan pembelian terbesar. *Resident Evil: The Final Chapter*, yang meraup \$ 92 juta pada akhir pekan pembukaannya dan diizinkan untuk berbagi dalam pendapatan China setelah melewati angka 500 juta RMB, adalah kesuksesan besar pertama yang menggunakan model ini (Papish, 2017). Distributor yang didukung negara China Film Group atau Huaxia Film Distribution sebagai yang berhak menyebarkannya. Ada 59 film asing yang diimpor dengan model flat-fee pada 2016 dan 49 pada 2017.

3) Produksi bersama dan Produksi ulang

Selain itu, ada beberapa cara yang biasanya dilakukan film asing untuk menghindari kuota film dan pembatasan FDI pada industri film China yang disebutkan di atas. Ini termasuk:

- a) Produksi bersama, yang telah menjadi poros pertumbuhan beberapa tahun terakhir.
- b) Impor untuk TV, terutama saluran film CCTV CCTV-6.
- c) Impor untuk video online, saat ini jumlahnya tidak terbatas

Banyak perusahaan telah terlibat dalam produksi bersama sejak kesuksesan film *Crouching Tiger, Hidden Dragon*. Film-film yang diproduksi bersama oleh pihak luar termasuk Hollywood juga merupakan bagian *flat fee/buy out*. Pada tahun 2004, Warner Brothers Pictures, Grup Film China, dan Grup Hengdian (HG) membentuk perusahaan hiburan film antara China dan pihak luar pertama di China Daratan. Bentuk kolaborasi ini memungkinkan perusahaan produksi AS dan China untuk membuat

film bersama, yang secara teknis menggeser peraturan impor masa lalu dan menjadikan film tersebut sebagai non-asing. Namun, produksi bersama memiliki serangkaian peraturan yang baru. Sebuah film yang diproduksi bersama membutuhkan sepertiga anggota pemeran untuk menjadi aktor China. Jika tidak, film dapat diajukan sebagai produksi bantuan tetapi harus menggunakan fasilitas produksi, peralatan, staf, dan lokasi pemotretan China. Selain itu, mereka harus melalui aturan sensor yang sama. Disisi lainnya Pasar lain untuk film, televisi, juga merupakan area terbatas bagi investor asing. Untuk siaran dan televisi kabel, tidak ada entitas asing yang diizinkan untuk memiliki dan mengoperasikan saluran televisi atau sistem kabel di China. Penyiar domestik perlu mendapatkan izin untuk mengimpor dan menyiarkan film asing dan program televisi. Selain itu, China memiliki persyaratan konten domestik khusus untuk televisi. Stasiun atau saluran kabel tidak dapat menjadwalkan lebih dari 25 persen dari waktu tayang untuk film asing dan acara televisi; dan tidak ada pemrograman asing diizinkan selama jam primetime (Lin, 2007).

Beberapa produser Hollywood sebelumnya telah mengambil kesempatan dan bereksperimen dengan beberapa film (yaitu: *The Forbidden Kingdom* dan *The Karate Kid*) tetapi gagal menghasilkan keuntungan besar. pada tahun 2014, *Paramount* menghidupkan kembali praktik mati ini dan menjalin kerjasama dengan *Jiaflix Enterprise on Transformers: Age of Extinction*. SARFT menyetujui dan film ini menghasilkan tambang emas dengan total \$ 1,1 miliar di seluruh dunia, dengan hampir seperempat pendapatannya di China dengan \$ 320 juta - lebih banyak dari AS (Co-Productions China & Hollywood).

4) Produksi Ulang

Sama halnya dengan Produksi bersama untuk menghindari kuota film tahunan salah satu caranya adalah dengan kompromi dan menemukan perusahaan di China bersedia untuk memproduksi film kembali. Menurut undang-undang China, produksi ulang harus mencakup dua atau lebih pihak investor, salah satu diantaranya harus dari perusahaan China. Saat ini, produksi ulang diatur melalui *China Film Coproduction* dan mengambil hingga 43 persen dari penjualan tiket (Aranburu, 2017). Perusahaan ini milik negara, dan suka perusahaan produksi film lainnya, diawasi oleh SAPRFT. Produksi telah semakin umum, misalnya, dari 2002 hingga 2012 total 37 film diproduksi melalui produksi ulang, sedangkan pada 2013 saja 5 film dibuat dengan cara ini (O'Connor & Armstrong, 2015). Namun, agar dapat diterima sebagai produksi ulang, film harus mengikuti batas minimum tertentu persyaratan dan pedoman. Film ini harus memiliki setidaknya satu adegan pengambilan gambar di China, satu Aktor China, memiliki minimal sepertiga investasi dari perusahaan China dan menggambarkan "sisi baik China". Contoh paling terkenal adalah *Avatar*. melalui usaha patungan oleh Cameron Pace Group dan Tianjin NorthFilm Group China dan *Tianjin Holding Group Hi-Tech*, yang akan mengurus efek 3D film dan akan memberikan film James Cameron akses yang lebih besar ke China dalam film mendatangnya.

2. Sensor

China diasumsikan mengikuti jejak bekas Uni Soviet, dalam hal itu mengoperasikan sistem sensor ketat dalam pemerintahan produksi budayanya secara umum dan khususnya pada film. Sensor dalam industri perfilman China telah ada sejak 1950-an, semua film harus disetujui oleh yang sesuai otoritas sebelum mereka dapat

ditunjukkan kepada audiens. Jenis film apa yang akan dilarang adalah film yang dianggap anti-komunis, anti-Soviet, dan anti-HAM. Serta film yang dianggap menyebarkan imperialisme (termasuk rasisme) dan feodalisme; dan film-film yang dimiliki konten porno atau film apa pun yang dianggap melanggar salah satu dari hukum atau kebijakan negara. Beberapa hal kebijakan terkait konten dan sensor film di China antara lain:

- 1) melanggar prinsip-prinsip dasar Konstitusi;
- 2) mengancam persatuan, kedaulatan dan integritas teritorial negara;
- 3) membocorkan rahasia negara, mengancam keamanan nasional, merusak reputasi dan kepentingan negara;
- 3) menghasut kebencian dan diskriminasi nasional, merusak kerukunan di antara kelompok etnis, atau merusak kebiasaan dan praktik etnis;
- 4) melanggar kebijakan negara tentang agama, dan menyebarkan agama atau kepercayaan takhayul;
- 5) mengganggu tatanan sosial atau stabilitas sosial;
- 6) menyebarkan kecabulan, perjudian, kekerasan, atau melakukan kegiatan kriminal;
- 7) penghinaan atau mencemarkan nama baik orang lain, atau melanggar hak dan kepentingan orang lain yang sah;
- 8) merusak moralitas sosial, atau memfitnah superioritas budaya nasional;
- 9) lainnya konten dilarang oleh hukum dan peraturan negara (Grimm, 2015).

Masuk pada era 90-an Rezim masih menganggap film sebagai alat ideologis yang berguna untuk mendidik massa. Untuk mempertahankan legitimasinya, *Communist Party of China*(CPC) dibuat formula yang bagus sebagai upaya untuk mencapai keseimbangan antara memfasilitasi pengembangan industri film dan pengemasan ulang

aparatus propagandanya sendiri. Tepatnya Pada 1996, China dalam peraturan administrasi film menetapkan bahwa China harus mengadopsi sistem sensor, film tidak boleh diproduksi, didistribusikan, dipamerkan, diimpor atau diekspor tanpa pemeriksaan dan persetujuan oleh Lembaga Administrasi Film China termasuk juga Lisensi film.

Setelah bergabungnya China di WTO perlahan serangkaian aturan tersebut mulai melunak di beberapa hal walaupun masih dalam kontrol pemerintah. Namun CPC terus menggunakan sensor dan sistem lisensi untuk memaksakan regulasi komprehensif tentang industri film, melalui Administrasi Negara Radio, Film dan Televisi (SARFT) yang sudah berubah menjadi *State Administration of Press, Publishing, Radio, Film and Television* atau Administrasi Negara Pers, Penerbitan, Radio, Film dan Televisi (SAPPRFT). Tujuannya untuk memastikan bahwa 'film dibuat dan didistribusikan dengan benar secara politis (Rosen 2002: 96)(2). Sementara itu, sistem perizinan intervensi negara dalam produksi, distribusi, dan pameran film. Selain itu lembaga ini mempunyai hak untuk melarang produksi apa pun yang tidak memiliki persetujuan sebelumnya, dan setiap satu film harus melewati sensor sebelum memperoleh distribusi lisensi. Sensor sendiri juga mempersulit masuknya film Hollywood sehingga dapat menekan ekspansi Hollywood ke pasar domestik China.

Di negara lain, film harus ditinjau dan disetujui oleh sensor pemerintah sebelum dapat diimpor begitu juga China. Secara resmi, sistem sensor dirancang untuk mempromosikan moralitas Konfusian, stabilitas politik, pasar domestik dan harmoni sosial. Film harus diserahkan ke Administrasi Negara Pers, Publikasi, Radio, Film dan Televisi (SARFT) untuk sensor sebelum dibersihkan untuk

impor ke China. Untuk melakukan proses itu adal tiga langkah yang harus dilakukan, yakni :

- 1) Pembuat film menyerahkan skenario film mereka atau selesai film ke Dewan Sensor untuk ditinjau. Dewan memiliki waktu 30 hari untuk menawarkan tanggapan;
- 2) SARFT kemudian komentar dan saran, untuk mengubah film agar memenuhi persyaratan sensor. Para pembuat film diberi kesempatan untuk melakukan modifikasi untuk memenuhi setiap perubahan yang diminta;
- 3) Naskah atau film dikirim kembali ke SARFT untuk ditinjau dari perubahan dan keputusan persetujuan (Shira, 2015).

B. Faktor-Faktor Keluarnya Kebijakan Pembatasan Film

1. Imperialisme Budaya

Globalisasi menjadikan teknologi telekomunikasi, difusi produk media telah melampaui batas negara. Hal seperti musik, berita, film dan saluran siaran, gambar, pikiran, dan suara dari budaya yang berbeda saling mengalir di antara jaringan besar orang di dunia. Globalisasi mengacu pada komunikasi dan penggabungan budaya dari berbagai bidang dan dapat diperoleh secara global. Globalisasi media bisa saja diartikan sebagai imperialisme budaya yang karenanya membentuk homogenisasi dan standardisasi budaya global. Budaya tradisional masing-masing negara memiliki kemungkinan disatukan ke dalam sistem budaya komersial global bersama.

Film adalah salah satu seni paling populer dan salah satunya Senjata propaganda dan pendidikan paling efektif dari negara, dalam film secara tidak langsung negara meletakkan karya ideologis politik dan pertanyaan tentang berpikir kreatif di posisi terdepan, memperkuat kepemimpinan negara atas bioskop (Deh-Ta, 1960). Film sebagai sebuah produk budaya merupakan cerminan dari negara yang memproduksi film itu

sendiri. Tidak heran, hal-hal sederhana seperti kebiasaan masyarakatnya tidak ketinggalan di setiap film yang dibuat. Film dengan *genre* coming of age misalnya sangat menampilkan sisi kesaharian remaja yang sangat dekat dengan seks atau alkohol maupun ganja. Bahkan film yang bertemakan pertemanan seperti *Breakfast Club* atau *American Pie*, tidak luput dari unsur kebarat-baratannya. Dengan kata lain dalam film-filmnya, nilai-nilai budaya Amerika dan cara Amerika kehidupan sangat dipromosikan oleh film-film Hollywood. Mereka berpendapat bahwa hampir semua orang film Amerika berusaha untuk menyebarkan semangat Amerika dan impian Amerika. Film-film Amerika, secara kolektif, melayani kepentingan negara Amerika. Hampir sulit menemukan film Amerika yang tidak memuliakan orang Amerika dan menyebarkan Nilai-nilai Amerika dan cara hidup orang Amerika.

Penggambaran dalam film-film Hollywood tentang Amerika Serikat sebagai sebuah surga di bumi, di mana kebebasan, kesetaraan, persaudaraan tercapai, dan keadilan dilayani oleh para pahlawan-pahlawan super. Tujuan dan cita-cita para pahlawan diperlihatkan untuk selalu benar dan tampil mewakili keinginan tidak hanya orang-orang Amerika tetapi juga orang-orang dari semua bangsa. Mekanisme kunci dari ideologi Hollywood adalah 'Supremasi Amerika'. Dengan membanggakan keistimewaan Amerika, film-film Hollywood selalu menggambarkan orang Amerika sebagai polisi dunia dan penyelamat dunia, dan selalu melebih-lebihkan Kemuliaan dan impian gaya Amerika (Su, 2011). Sangat jelas, bagi pemerintah cara hidup Amerika dan impian Amerika adalah ilusi ideologis yang membodohi orang-orang China, membahayakan budaya China tradisi, dan menghancurkan rumah spiritual rakyat China. kekhawatiran itu, melalui aliran budaya seperti itu, orang-orang China akan kehilangan kedua kolektif mereka identitas nasional dan pengarahannya mereka dalam lingkungan global.

Kebijakan terkait sensor yang ketat merupakan salah satu langkah untuk menagkal pengaruh yang ada difilm-film Hollywood. Mulai dari unsur ideologi, kebiasaan seperti seks dan homoseksual jelas sulit mendapatkan izin. Kebijakan ini juga memaksa Hollywood melakukan pengambilan gambar ulang dan mencocokkannya dengan pasar China sehingga penyebaran tersebut dapat diminimalisir. Kebijakan tersebut sejalan dengan upaya UNESCO dalam melestarikan budaya. Pendekatan untuk membangun penghalang melawan invasi budaya Amerika telah dibuat oleh Perancis dan Kanada, untuk melindungi industri film asli. Perancis dan Kanada percaya bahwa melalui film, TV, musik, dan bentuk-bentuk lain — penting bagi identitas nasional dan karenanya harus diperlakukan secara terpisah dari barang lain dalam negosiasi perdagangan internasional. Pada Oktober 2005 UNESCO mengeluarkan sebuah perjanjian atau konvensi tentang keanekaragaman budaya. Sebuah Penerapan Konvensi tentang Perlindungan dan Promosi Keanekaragaman Ekspresi Budaya. Konvensi Keanekaragaman Budaya berfungsi sebagai lebih eksplisit manifestasi dari keinginan UNESCO untuk memastikan kelangsungan tradisi budaya dengan menyediakan sarana bagi pemerintah untuk menyediakan dana dan jenis lain dari dukungan untuk industri film asli internasional (Brooks, 2006). Upaya-upaya tersebut dapat berfungsi untuk melindungi masyarakat industri budaya dari erosi karena impor budaya yang berlebihan produk seperti film dan program televisi dari ekonomi dominan sumber, terutama di antaranya adalah AS. UNESCO telah melakukan serangkaian upaya terpuji untuk melindungi, melestarikan, dan mempromosikan tradisi budaya yang dapat digolongkan sebagai budaya tidak berwujud warisan serta ekspresi terus identitas budaya melalui cerita rakyat dalam bentuk media artistik seperti film dan televisi.

3. Pasar dan Film lokal

Selain imperialisme budaya, justru yang paling disorot dari kepentingan China dalam mengeluarkan kebijakan

proteksionisnya adalah aspek ekonomi itu sendiri. China memiliki pasar film dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Lima tahun lalu, China berada di peringkat ke 8 ditabel liga pasar film global. Pada 2012, China menyusul Jepang dan menjadi pasar film terbesar kedua di dunia. Menurut Variety, "Dari 2007-12, *box office* China telah berkembang pesat tingkat pertumbuhan tahunan 47%, menjadi \$ 2,7 miliar. Pada 2014, 618 film diproduksi, mengalami penurunan produksi. Kurang lebih dari setengahnya berhasil masuk ke bioskop. Meskipun memproduksi 20 film lebih sedikit dibandingkan tahun 2013, Penerimaan *box office* China mencapai USD 4,82 miliar (RMB 29,6 miliar) pada tahun 2014, mencerminkan suatu pertumbuhan mencengangkan sebesar 36,5%, dan menjadikan China 2 dunia pasar film terbesar setelah AS (CharltonsLaw, 2015). Produksi lokal menyumbang 55% (USD2,64 miliar) dari pangsa pasar. Gabungan film China bruto di luar negeri mencapai USD 305 juta (RMB 1,87 miliar), naik 32% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Meskipun tidak ada angka resmi tentang paska distribusi pendapatan, yang biasanya merupakan kelipatan dari pendapatan *box office*, analis pasar memperkirakan pendapatan ini berjumlah total lebih dari USD 16 miliar secara agregat (CharltonsLaw, 2015).

Selain alasan budaya, argumen lain juga digunakan oleh berbagai negara bangsa untuk membenarkan kebijakan pembatasan mereka mengenai impor film asing dan program televisi. Misalnya, keinginan untuk melindungi dari bahaya terhadap kesejahteraan sosial terlihat dalam peraturan yang dimaksudkan untuk mengontrol penggambaran kekerasan, jenis kelamin, atau pesan diskriminatif. Kebijakan restriktif juga dapat diadopsi dalam upaya untuk melindungi terhadap praktik perdagangan "tidak adil" seperti dumping; atau untuk melindungi industri budaya domestik yang baru tumbuh. Di banyak negara, ada juga mekanisme dukungan untuk mendukung industri film dalam negeri. Dukungan seperti itu biasanya datang dalam bentuk konsesi pajak dan subsidi

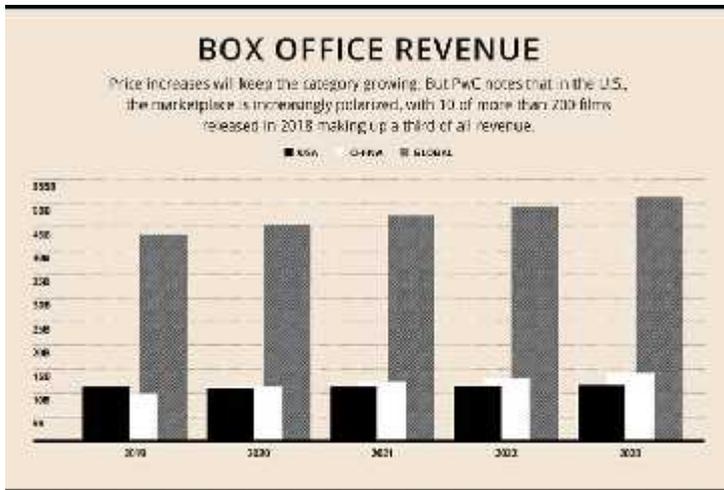
pemerintah untuk produksi film dalam negeri, atau pendanaan perusahaan penyiaran publik atau perusahaan film pemerintah. Sebagai pengeksport terbesar film dan program televisi, Amerika Serikat jarang secara serius menentang pendekatan dukungan semacam itu; ia malah menolak keras untuk beberapa praktik proteksionis yang dilakukan di banyak negara yang sangat membatasi akses Amerika Serikat ke pasar lokal. Ada beberapa bentuk praktik proteksionis yang dianggap oleh AS sebagai hambatan perdagangan dan telah berjuang, melalui negosiasi perdagangan bilateral dan internasional, untuk penghapusan atau relaksasi mereka. Kebijakan proteksionis yang sering dikutip adalah kuota impor, persyaratan konten domestik, dan batasan kepemilikan asing. Mayoritas pembuat film China dan sayap kiri Para intelektual sangat menentang impor sinema Hollywood, dan menganjurkan perlindungan industri film pribumi. Mereka percaya aliran masuk Film-film Hollywood adalah bencana bagi industri film nasional China yang akan terjun industri asli menjadi posisi yang sangat tidak menguntungkan. Karena itu, negara harus mengambil tanggung jawab untuk melindungi industri film nasional. Kebijakan terkait Kuota impor juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa film lokal akan terus dipamerkan. Dengan potensi yang dimiliki China dalam menjual filmnya didalam negeri, China menginginkan pendapatan yang dihasilkan tidak hanya dinikmati oleh Hollywood. Kebijakan proteksi tersebut memungkinkan sineas lokal untuk lebih leluasa dalam membuat karya tanpa harus takut kehilangan penonton.

Kebijakan sensor juga mempersulit masuknya film-film asing tersebut, dimana mereka harus melewati banyak tahap untuk pada akhirnya dapat memamerkan film mereka di bioskop domestik China. pembatasan dan pelarangan produksi dan distribusi merupakan jenis tindakan yang bertujuan melindungi Industri lokal. Walaupun investasi tidak dilarang namun investor harus menemukan mitra dagang dan tidak diizinkan memiliki saham mayoritas. Sebagai tambahan investor asing tidak diperbolehkan memiliki dan

mengoperasikan unit distribusi dan mendistribusikan film mereka sendiri di China.

4. Menggeser Posisi Hollywood

Setelah masa-masa di mana Perfilman China sudah tidak lagi lekat dengan propaganda dan sebagainya berbau idologis, China tumbuh menjadi pasar terbesar kedua tepat dibawah Amerika Utara. Masuknya film Hollywood diiringi kerja bersama membuat China sedikit banyak belajar tentang bagaimana membuat film *Blockbusternya*. Berkembangnya *genre* baru diperfilman China seperti *sci-fi* merupakan bukti China telah belajar banyak. Meskipun seberapa besar pendapatan *box office* China berasal dari film-film Amerika Serikat, film-film China juga hampir sama menguntungkannya dengan rekan Barat mereka di pasar domestik. Melihat keberhasilan *blockbuster* China dalam bentuk *Crouching Tiger, Hidden Dragon* karya Ang Lee menjadi film bahasa asing tersukses di Amerika Serikat, bukan tidak mungkin film lainnya mendapatkan hal serupa. Pada Februari 2015, penjualan *box office* di China (\$ 650 juta) melampaui penjualan *box office* di Amerika Serikat (\$ 640 juta) untuk yang pertama kali dan pertumbuhannya pasar China dapat dilihat dari pendapatan berbanding terbalik dengan penerimaan *box office* AS tetap stagnan, anggaran untuk film-film Amerika telah tumbuh secara substansial: biaya produksi rata-rata film Hollywood di tahun 2013 adalah sekitar \$ 200 juta, dengan tambahan \$ 50 juta hingga \$ 100 juta digunakan untuk pemasaran (O'Connor & Armstrong, 2015).



Grafik Batang 4.4 Pendapatan Box Office

Sumber: <https://www.hollywoodreporter.com/news/china-film-market-eclipse-us-next-year-study-1215348>

Analisis yang dibuat oleh *PricewaterhouseCoopers* (PwC) memperkirakan dominasi China perlahan akan dimulai dari tahun 2020. Menurut PwC Pada 2019, *box office* Amerika Serikat mungkin berakhir pada \$ 12,11 miliar dibandingkan dengan \$ 11,05 miliar di China. Pada tahun 2020, penjualan China yang tumbuh cepat di *box office* akan melebihi dari AS, \$ 12,28 miliar menjadi \$ 11,93 miliar - dan dapat diperkirakan China akan mendominasi untuk masa mendatang (Bond, 2019). Dengan jumlah penduduk 1,4 miliar dibandingkan dengan 328,9 juta di AS, telah menjual lebih banyak tiket film daripada negara lain sejak 2015, tetapi 2020 menandai perubahan laut yang lebih signifikan. Kepentingan ini yang coba dijaga oleh China untuk keberlangsungan Industri mereka serta menguasai layar dunia.