
Kebijakan Pemerintah China Dalam Upaya Membatasi Masuknya Film Hollywood

Budhi Eko Nugroho

International Relation Department
Faculty of Social and Political
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Budhi.eko.2015@fisipol.umy.ac.id

Submitted: 9 Oktober 2019; accepted:

Abstrak

China adalah negara yang memiliki populasi terbesar di dunia. China juga menjadi salah satu negara yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi tertinggi. Pertumbuhan ekonomi di Tiongkok sejalan dengan meningkatnya kelas menengah di Tiongkok. Di antara semua industri yang ada di China, industri film adalah salah satu yang memiliki perkembangan paling cepat. Dalam hal film, secara umum diketahui bahwa Hollywood adalah yang paling maju. Hampir tidak ada industri film lain yang bisa menyaingi dominasi Hollywood. China sebagai negara memiliki kebijakan sendiri yang membatasi akses film asing, khususnya Hollywood. Kebijakan itu dalam bentuk kuota film dan metode sensor ketat. Kebijakan itu didasarkan pada kepentingan ekonomi China dan juga cara Cina melakukan proteksionisme terhadap Hollywood. Kebijakan ini dirumuskan untuk melindungi pasar dan industri di Tiongkok dari imperialisme budaya asing. Tesis di bawah sarjana ini, berfokus pada alasan ekonomi China dalam membatasi akses masuk film-film Hollywood dan budaya asing.

Katakunci : Kebijakan, China, Film, Hollywood

Abstract

China is a country which has the biggest population in the world. China also become one of the countries that has the highest economy growth rate. The economy growth in China is aligned with the increasing of middle level class in China. Among all industries that exist in China, the movie industry is the one which has the most rapid development. In terms of movie it is generally known that Hollywood is the most advanced. Almost there are no any other movie industries that can compete Hollywood dominance. China as a country has its own policy that limiting the access of foreign movies, specifically Hollywood. That policy is in the form quota of the movies and strict censoring method. That policy is based on the China's economy interest as well as the way China conduct it protectionism towards Hollywood . This policy is formulated to protect the market and industry in China from foreign culture imperialism. This under graduate thesis, focused on the China's economy reason in limiting the entrance access of Hollywood movies and foreign culture.

Keywords: Policy, China, Film, Hollywood

PENDAHULUAN

Politik dan media saat ini merupakan hal yang sudah tidak dapat dipisahkan lagi. Media sendiri sudah menjadi instrumen politik di sebuah negara. Film merupakan salah satu diantaranya. Keunikan dari film adalah media ini dapat menyampaikan pesan dan ide dengan sangat baik ketimbang produk budaya lainnya. Salah satu penggunaan film yang paling menarik secara filosofis adalah sebagai kendaraan untuk propaganda (Jason, 2013).

Pertumbuhan ekonomi China selama tiga dekade terakhir hingga tahun 2010 mencapai rata-rata 10%, walau kemudian pertumbuhan itu melambat (BBC, 2015). Pertumbuhan ekonomi yang pesat tersebut dalam beberapa tahun terakhir menjadikan China sebagai salah satu negara dengan GDP terbesar di dunia pada tahun 2014 \$10,482,372.11 dan meningkat pada tahun 2017 sebesar \$12,237,700.48 (World bank, 2018).

Pertumbuhan ekonominya juga mempengaruhi pertumbuhan industri perfilman di China. China adalah salah satu negara dengan perkembangan Industri perfilman terpesat di dunia. Zaman keemasan yang ketika terjadi pada tahun 1980-an, di sinilah film-film dari semua jenis mulai dibuat: film drama, film satir, film fiksi ilmiah dan bahkan film kung-fu yang tidak biasa dalam sejarah film China seperti yang terlihat (Aranburu, 2017). Kemudian disempurnakan pada tahun-tahun berikutnya. Pasar perfilman China telah berkembang pesat dan sekarang menjadi salah satu yang terbesar dibawah Amerika Serikat (O'Connor & Armstrong, 2015). Terhitung penjualan tiket China terus mengalami peningkatan dengan kecepatan yang pesat, pada 2013 tumbuh dari \$ 3,6 miliar mengalami lonjakan sebesar 27 persen dari \$ 2,8 miliar pada 2012 kemudian naik lagi 36 persen pada tahun 2014 menjadi \$ 4,8 miliar (O'Connor & Armstrong, 2015). *Box office* di China menjadi pasar film terbesar kedua di dunia dan kembali tumbuh 48,7 persen pada tahun 2015, mencapai rekor \$ 6,78 miliar (Brzeski, 2015). Angka tersebut terus bertambah setiap tahunnya hingga 2018.

Namun jika berbicara tentang Industri perfilman, sulit rasanya untuk tidak melihat Hollywood sebagai pemuncak industri ini. dimana Hollywood merupakan standar tertinggi sebuah film maupun industrinya. Dominasi Hollywood terjadi dimana-mana. Tercatat film seperti *Ice Age: Continental Drift*, film Franchise animasi Century Fox ini telah membuat \$ 157 juta di Amerika Utara dan \$ 677 juta di luar negeri sedangkan *Harry Potter and the Deathly Hallows* menghasilkan \$ 381 juta di dalam negeri, dan \$ 947 juta untuk pasar luar negerinya (Galloway, 2012).

Film yang merupakan produk budaya sekaligus komoditas pada dasarnya, dianggap oleh banyak orang sebagai jenis barang khusus. Secara global, banyak negara mengadopsi kebijakan budaya proteksionis atau restriktif terhadap produk budaya asing. (Lin, 2007). China sebagai negara juga memiliki dan menggunakan kebijakan proteksi terhadap barang yang masuk ke China terutama produk seperti film. China sendiri diantaranya memiliki 2 kebijakan perdagangan terkait perfilman. Pertama adalah Kuota Impor. China membatasi film-film asing masuk ke pasar domestiknya, dengan hanya memberikan jumlah kota 34 film

pertahunnya dengan sistem bagi hasil. Selain itu aturan lain yakni film yang diperbolehkan masuk jika film tersebut lisensinya telah dibeli oleh distributor China dan tidak ada pembagian hasil. Kedua adalah kuota sensor. China sendiri memberlakukan sistem sensor terhadap film asing terutama Hollywood. Sensor tersebut dapat berupa pemotongan adegan dan lainnya. Hal ini dilakukan untuk membatasi masuknya film asing terutama film-film Hollywood ke pasar China.

Dari penjelasan latar belakang permasalahan diatas tentang kondisi Industri perfilman China, maka menarik untuk mengkaji lebih jauh mengapa otoritas China membatasi masuknya film Hollywood ke pasar China?

Untuk menjawab pertanyaan diatas penulis menggunakan dua kerangka teori yang saling berhubungan, yakni Kepentingan Nasional dan Proteksionisme. Dapat dijelaskan bahwa Kepentingan Nasional adalah tujuan yang berusaha dicapai oleh suatu negara demi kemakmuran negaranya. Kepentingan nasional juga digunakan sebagai kriteria dasar bagi pengambil keputusan di setiap negara sebelum merumuskan dan menetapkan kebijakannya. Sehingga Setiap langkah kebijakan luar negeri perlu didasarkan pada kepentingan nasional dan diarahkan untuk mencapai dan melindungi Kepentingan Nasional itu sendiri (Rudy, 2002). Dalam buku Mochtar Mas'od, Morgenthau menjelaskan bahwa kepentingan nasional adalah instrumen untuk mendapatkan kekuasaan. Pemikirannya didasarkan pada asumsi bahwa strategi diplomatik harus didasarkan pada kepentingan nasional, bukan alasan moral, hukum dan sesuatu yang idealis dianggap utopis dan bahkan berbahaya (Mas'od, 1990). Morgenthau menambahkan bahwa kepentingan nasional negara adalah tentang mengejar kekuasaan, yang merupakan segala sesuatu yang dapat membentuk dan mempertahankan kontrol suatu negara atas negara lain. Morgenthau juga menyatakan bahwa dasarnya kekuasaan dan kepentingan dapat dianggap sebagai sarana dan sekaligus tujuan dari tindakan politik internasional.

Proteksionisme secara umum dapat diartikan sebagai langkah pemerintah di suatu negara untuk melindungi pasar dalam negerinya dari masuknya produk-produk impor. Proteksionisme sendiri merupakan bentuk kritik terhadap teori pasar bebas yang dikemukakan oleh Adam Smith yang menyatakan bahwa pasar dapat tumbuh dengan baik dengan sendirinya tanpa adanya campur tangan negara. Friedrich List, dalam buku yang berjudul *The National System of Political Economy* 1841 menyatakan bahwa sumber kekuatan negara adalah kekuatan produktif mereka (Four, 1997). Friedrich List juga mengkritik bahwa tugas

negara pada dasarnya adalah menciptakan kemakmuran untuk masyarakatnya sedangkan kekayaan dan kemakmuran tidak hanya berasal dari modal material saja namun juga oleh interaksi dari keahlian manusia, industri, dan inisiatif (Boianovsky, 2013). Proteksionisme sendiri dalam proses globalisasi ekonomi telah berkembang dari kebijakan perdagangan berdasarkan pengenalan batasan tarif, dan kemudian dari instrumen perlindungan non-tarif, menjadi komprehensif yang kompleks dimana ada mekanisme negara untuk meningkatkan daya saing ekonomi nasional dalam proses globalisasi (Panchenko & Reznikova, 2017). Dengan kata lain proteksionisme dalam konteks perdagangan internasional merupakan sebuah tindakan yang diambil oleh negara untuk memberikan perlakuan istimewa atau berbeda terhadap produk dengan tujuan melindungi perdagangan atas competitor produk dan sejenis dari negara lain.

Dalam kasus China, pemerintah China melakukan Proteksionisme seperti diatas atas dasar kepentingan nasional China. kebijakan yang diterapkan adalah sistem kuota impor. Kebijakan ini terbagi dua yakni kuota pembagian pendapatan (revenue-sharing) dan kuota biaya tetap (flat-fee quota) (Shira, ReachFurther, 2016). Banyaknya film Hollywood yang masuk ke China membuat industri perfilman China tidak dapat berkembang. Terlebih saat ini China merupakan negara dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi yang mengakibatkan dana yang mengalir ke industri perfilman lokal juga ikut meningkat, sehingga perfilman Hollywood mengancam pekerja cinema- cinema lokal dalam mengembangkan perfilman lokal. China juga merupakan negara dengan pertumbuhan bioskop terpesat didunia, menunjukkan bahwa China ingin kembali menguasai pasar domestiknya.

KERANGKA BERPIKIR

KEPENTINGAN NASIONAL

Kepentingan nasional adalah sebuah konsep yang selalu melekat di setiap negara untuk menggambarkan perilaku sebuah negara. Kepentingan nasional juga sudah sangat melekat pada setiap negara. Dapat dijelaskan bahwa kepentingan nasional adalah tujuan yang berusaha dicapai oleh suatu negara demi kemakmuran negaranya. Kepentingan nasional juga digunakan sebagai kriteria dasar bagi pengambil keputusan di setiap negara sebelum merumuskan dan menetapkan kebijakannya. Sehingga setiap langkah kebijakan luar negeri perlu didasarkan pada kepentingan nasional dan diarahkan untuk mencapai dan melindungi kepentingan nasional itu sendiri (Rudy, 2002). Kepentingan sendiri merupakan sebuah hasil

kompromi dari kepentingan – kepentingan politik yang saling bertentangan dan bukan merupakan suatu ide yang dicapai secara abstrak dan saintifik.

Pada dasarnya barang-barang budaya seperti film, program televisi, dan publikasi adalah kendaraan untuk transmisi ideologi, nilai-nilai, dan gaya hidup yang dapat dilihat sebagai korosif atau merusak budaya penerima (Baughn & Buchanan , 2001). Amerika Serikat sebagai sebuah negara yang menggerakkan Hollywood memiliki ideologi dan budaya yang sangat jelas bertolak belakang dengan China. China merupakan negara yang berlandaskan sosialis dan Amerika liberalis. Film merupakan sebuah media yang paling efektif dalam menyebarkan ideologi dan budaya. Di mana film dapat dengan tersirat memiliki kandungan negara asal serta dapat dikemas dengan bentuk hiburan yang menarik. Misalnya budaya kebebasan yang ditampilkan oleh Hollywood merupakan hal yang paling vokal ada difilm Hollywood. Banyak contoh film terutama yang bergenre *Flick teen* seperti *American Pie(1999)*, *The Breakfast Club(1985)*, atau *Love Simon(2018)*. Film seperti *Argo(2012)*, *Pearl Harbor(2001)* hingga film-film MCU semua tidak luput dari propaganda Amerika Serikat. Sudah seharusnya sebuah negara melindungi ideologi yang dianut sejak lama. Membanjirnya film Hollywood di China justru dapat menimbulkan kekhawatiran akan mudarnya ideologi tersebut. Untuk itu film Hollywood harus ditekan agar tidak menyebar secara luas.

Selain budaya dan ideologi, hal paling utama justru terletak pada segi ekonominya itu sendiri. China merupakan negara dengan penduduk terbanyak didunia dan menjadi negara dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang cukup pesat. Di mana saat ini banyak masyarakat kelas menengah di China. Hal ini membuat China menjadi pasar yang potensial sekaligus mangsa empuk bagi Hollywood. Film-film Hollywood yang laku keras di China tidak hanya berdampak pada memakmurkan negara pesaingannya tersebut namun juga membuat industri perfilman China terancam. Dengan perolehan pendapatan dan jumlah penonton sudah seharusnya bagi China menjadi raja di rumah sendiri, ditambah besarnya investasi China ke industri perfilman ke dalam dan luar negeri. Persaingan dengan Hollywood bukanlah hal yang mudah karena Hollywood merupakan kiblat film-film di seluruh dunia. Untuk itu, demi melindungi hal tersebut serangkaian kebijakan harus di dilakukan, salah satunya proteksionisme.

PROTEKSIONISME

Proteksionisme secara umum dapat diartikan sebagai langkah pemerintah di suatu negara untuk melindungi pasar dalam negerinya dari masuknya produk-produk impor. Pemahaman tentang proteksionisme ini diawali dengan teori besarnya yakni ekonomi politik internasional. Ekonomi politik internasional dibagi dalam beberapa perspektif yakni *Merkantilis, Liberalis, Radikal, dan Reformis* (Mas'od, 2008). Perspektif merkantilis juga dikenal sebagai nasionalisme ekonomi atau dalam literturnya dapat dikenal juga sebagai realisme politik. Sebagai teori dan praktek ekonomi, merkantilisme populer bagi pemerintah yang sedang melakukan pembinaan kekuatan negara karena upaya seperti itu memerlukan pengintegrasian politik dan ekonomi, maka negara menjadi aktor utama yang secara aktif dan rasional mengatur ekonomi demi meningkatkan kekuasaan negara.

Dalam kamus ekonomi, proteksionisme diartikan dalam dua hal. Pertama merupakan paham perlindungan terhadap dunia usaha yang dilakukan pemerintah. Kedua adalah kebijakan yang dibuat oleh pemerintah sebagai upaya untuk mengendalikan impor atau ekspor, dengan jalan mengatasi berbagai hambatan perdagangan, seperti tarif kuota, dengan tujuan melindungi industri atau dunia usaha dalam negeri dari persaingan dengan luar negeri (Sumadji, Yudha, & Rosita, 2006). Kebijakan Proteksionisme ini juga bertujuan untuk melindungi kepentingan ekonomi, kepentingan industri dalam negeri, melindungi lapangan kerja hingga stabilitas mata uang di suatu negara tersebut.

Proteksionisme sendiri merupakan bentuk kritik terhadap teori pasar bebas yang dikemukakan oleh Adam Smith yang menyatakan bahwa pasar dapat tumbuh dengan baik dengan sendirinya tanpa adanya campur tangan negara. Friedrich List, dalam buku yang berjudul *The National System of Political Economy* 1841 menyatakan bahwa sumber kekuatan negara adalah kekuatan produktif mereka (Four, 1997). Hal ini perlu untuk menghadapi perdagangan internasional atau liberalisasi. Dikarenakan menghasilkan barang produksi lebih penting daripada hasil produksi maka kebijakan yang sifatnya proteksi sangat diperlukan.

Friedrich List juga mengkritik bahwa tugas negara pada dasarnya adalah menciptakan kemakmuran untuk masyarakatnya sedangkan kekayaan dan kemakmuran tidak hanya berasal dari modal material saja namun juga oleh interaksi dari keahlian manusia, industri, dan inisiatif (Boianovsky, 2013). List sendiri mendefinisikan tiga jenis modal yang berbeda yang menjadi kekuatan produktivitas suatu negara yaitu modal alam, modal materi dan modal

pikiran. Modal alam terdiri atas tanah, laut, sungai dan sumber daya mineral. Modal materi terdiri dari semua benda, seperti mesin, peralatan dan bahan mentah, yang digunakan secara langsung atau tidak langsung dalam proses produksi. Modal pikiran mengacu pada keterampilan, pelatihan, industri, perusahaan, militer, kekuatan angkatan laut dan pemerintah. Ia juga menambahkan bahwa peran penting negara dalam bidang ekonomi adalah untuk melindungi dan memperbesar kekuatan produktivitas nasional melalui pengembangan industri karena industri ini erat kaitannya dengan perkembangan teknologi, perbaikan infrastruktur, kebebasan politik, dan alat mencapai kemakmuran.

METODE PENELITIAN

Untuk melengkapi data, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menggunakan teknik pengumpulan data *library research* dengan memanfaatkan data-data sekunder yang dikumpulkan datanya melalui perpustakaan, buku, artikel jurnal, media cetak baik itu elektronik maupun non-elektronik, dan *website*.

PEMBAHASAN

Sejarah dan Perkembangan Industri China

Pada masa lampau Industri perfilman China memiliki zaman keemasan sebelum akhirnya revolusi komunis pada 1949 mengubah cara produksi film dan akhirnya membunuhnya. Zaman keemasan pertama terjadi pada tahun 1930-an dimana Selama waktu ini sekitar 60 film diproduksi setiap tahunnya, dan sangat dipengaruhi oleh peningkatan rasa identitas nasional, mengingat bahwa Jepang baru saja menginvasi Manchuria. Zaman keemasan kedua terjadi pada tahun 1940-an di mana industri tumbuh dan berkembang. Ketika Partai Komunis berkuasa pada tahun 1949, industri mulai menjadi milik negara, hal yang akan diambil kembali setelah Revolusi Kebudayaan. Setelah berakhirnya revolusi kebudayaan, studio film mulai dibuka kembali pada tahun 1978, dengan total 12 studio yang seluruhnya membuat 46 film utama.

Pada era sebelumnya yakni 70an, reorientasi strategi pembangunan pemerintah, bergeser dari industri berat ke industri ringan. Ketika konsumsi menjadi kekuatan pendorong pertumbuhan ekonomi, industri film merespons dengan mengalihkan fokusnya dari produksi ke pameran, dimana pemeran dari sebuah film menjadi kunci kesuksesan sebuah film untuk menarik konsumen (Zhu & Rosen, 2010). Pada masa ini juga film-film dari semua jenis *genre* mulai dibuat yaitu film drama, film komedi satir, film fiksi ilmiah dan juga film kung-

fu yang saat itu masih belum banyak seperti yang terjadi sekarang. Kemudian pada 1980 China pertama kali mengeluarkan film fiksi ilmiah pertamanya yang berjudul *Shanhu dao shang de shi guang* yang dalam bahasa Inggris *Dead Light on the Coral Island* (Miguel & Alonso, 2012). Perlahan pemahaman tentang industri perfilman di China berubah, dari yang awalnya beranggapan bahwa sebagai instrumen propaganda. Pada tahun 1984 negara berpendapat bahwa bioskop merupakan bagian integral dari industri budaya, bukan hanya sebagai alat serta instrumen untuk memperkuat ideologi pemerintahan. Hal ini kemudian membuat studio mencari dukungan keuangan dari luar dikarenakan pemerintah menarik keuangannya ke studio. Sistem ini disebut *selfresponsibility system*. Perubahan tersebut justru malah merusak dan memberikan tekanan baru terhadap studio. Tekanan dan ketidakefisienan yang terkena imbas dari perubahan tersebut membuat perusahaan milik negara bermasalah terhadap produktivitas yang sangat rendah.

Secara keseluruhan, selama dekade pertama ini, pemerintah China terus menyesuaikan diri secara pasif dan sebagian dengan reformasi ekonomi yang dihadapi negara itu, dan hanya berfokus pada sektor-sektor pameran dan distribusi, melupakan hampir sepenuhnya tentang sektor produksi. Kebijakan yang dibuat justru mengguncang pondasi perfilman China, yang berakhir pada tukar pasang kebijakan demi memulihkan keadaan. Selain mengguncang pondasi industri, perfilman China juga mengalami penurunan yang menyedihkan.

Mulainya tahun 1990-an, situasi perfilman China saat itu masih belum banyak perubahan hampir disegala seginya. Dengan peraturan pembagian pendapatan serta distributor mengambil alih studio. *China Film Corporation* masih menjadi lembaga yang memutuskan banyaknya cetakan yang perlu didistribusikan yang nantinya akan diberikan salinan kepada lembaganya di provinsi dan lokal yang berkerja dibawah *China Film Corporation*. Permasalahan di periode sebelumnya masih mengikuti pada era 90an yang membuat bioskop sepi. Akhirnya pada tahun 1993 pemerintah mengizinkan masuknya film asing untuk pertama kalinya di bioskop China. Hal tersebut dilakukan untuk mendorong pertumbuhan disektor ini. Dengan cepat film-film asing tersebut melebihi jumlah film hingga penjualan tiket studio lokal. Meskipun Studio China tidak mendapatkan keuntungan langsung dari film-film asing tersebut, kebaruan ini membawa banyak penonton orang ke bioskop pada tahun itu, bahkan pemutaran film lokal.

Reformasi distribusi mencapai puncak baru pada tahun itu ketika Kementerian RFT (*Ministry of Radio, Film, and Television*) mengeluarkan "Policy Document No. 3 -

Suggestions on the Deepening of Institutional Reform in the Chinese Film Industries”, dokumen kebijakan lebih lanjut yang memastikan penerapan *Document 3 suggestions* (Zhu & Rosen, 2010). Kebijakan ini dianggap sebagai puncak baru dari reformasi distribusi, yang juga menghubungkan harga cetak dan harga tiket ke pasar yang juga menghilangkan kewajiban produsen di China untuk menjual film mereka ke *China Film Corporation* dan untuk menormalkan transit antara China, Hong Kong dan Taiwan. Secara langsung membubarkan monopoli distribusi film China.

Pada 1995 kementerian kembali mengeluarkan reformasi dimana mulai saat itu investor baik dalam dan luar industri film dapat memiliki hak untuk melakukan produksi ulang jika ia harus menanggung 70 persen dari biaya produksi. Pemerintah juga mendorong pembagian keuntungan dan kerugian di antara produsen, distributor, dan peserta pameran.

Selama tahun 1990-an film-film mulai memiliki anggaran besar lebih sesuai dengan pasar internasional untuk beradaptasi dengan internasional itu sendiri terutama Hollywood sebagai pemain utama di industri ini. Anggaran tersebut dapat naik hingga 2-3 kali lipat pada 1997. Film-film anggaran besar ini akan dilakukan dengan bantuan pemerintah dengan mengadopsi nilai-nilai "main melody films" dan berdasarkan pada peristiwa-peristiwa sejarah tertentu. Pada pertengahan era 90an perubahan kebijakan secara tidak sengaja memulihkan perfilman domestik. Namun, keberhasilan box office dalam negeri sebagian besar berasal dari produksi yang melibatkan investasi swasta sedangkan, sebagian besar studio yang dikelola negara terus ketinggalan. Lima belas persen dari waktu layar juga akan diberikan kepada film-film yang dipilih secara khusus oleh kementerian yang mewakili *main melody films* merupakan salah satu respon.

Dalam perkembangannya pada era 90an, pemerintah menyadari bahwa dengan membuka pasar terhadap film impor dapat merangsang persaingan dalam negeri. Perlahan kebijakan pembatasan dikeluarkan demi menstabilkan arus yang datang dari luar.

Setelah mengubah kementerian Radio, Film dan televisi berganti menjadi Administrasi Negara Radio, Film dan Televisi (SARFT) dan Kementerian Industri Informasi pada 1998 perfilman China bereda di jalan yang tepat. Beberapa perubahan seperti memberikan hak dan tanggung jawab yang sama dengan studio milik negara untuk perusahaan swasta berdampak langsung pada makin banyaknya studio milik swasta beroperasi. Studio yang mendominasi mulai menghilang. *Film Group Corporation* juga memproduksi lebih dari 30 persen dari produksi film seluruh negeri tahun demi tahun, dan memiliki satu-satunya saluran film di negara bagian. Perusahaan ini juga memakan hingga 40 persen dari total *box*

office domestik (Aranburu, 2017). Perubahan cara kerja mengikuti gaya Hollywood ditambah biaya yang melimpah membuat film-film China mulai menjadi penantang film-film asing terlepas terkontrolnya film asing yang masuk.

Dengan meningkat pesatnya pendapatan *box office*, jumlah layar juga ikut mulai naik dengan pesat. Sebelum 2010 layar baru dibuka satu perharinya, kemudian setahun setelahnya Segalanya menjadi lebih cepat setelah itu, dari layar 4,2 per hari yang diresmikan pada 2010, ke layar 8,3 tahun 2011, hingga 10,5 layar yang dibuka setiap hari pada tahun 2012 (Leung & Lo, 2014). Sejak saat itu juga film China memimpin pasar domestiknya secara keseluruhan, dan menjadi tangga teratas sebagai film dengan pendapatan terbesar. Selama lima belas tahun terakhir saja, pangsa domestik telah meningkat dari 33 persen menjadi 60 persen, yang dianggap sebagai pangsa pasar yang tinggi (Nilsson, 2015). Dan kemudian, pada bulan Februari 2015 sebuah peristiwa bersejarah terjadi, *box office* Cina melampaui yang Amerika untuk pertama kalinya dalam sejarah.

Perkembangan Hollywood di Dunia dan China

Hollywood merupakan sebuah fenomena Amerika dengan simbolisme yang tidak terbatas terhadap negara Amerika. Hollywood didefinisikan sebagai sistem industri hiburan Amerika Serikat yang berputar di sekitar enam perusahaan besar berikut yang merupakan bagian dari *Motion Picture Association of America (MPAA)*: *Paramount Pictures*, *Sony Pictures Entertainment*, *Perusahaan Film Fox Twentieth Century*, *Walt Disney Studios Motion Pictures*, *Universal City Studios*, dan *Warner Bros Entertainment* (Ibbi, 2014).

Pada masa kejayaannya dimasa lalu Industri Perfilman Amerika Serikat komponen strategis ekonomi AS, pemberi kerja yang signifikan di California selatan, Kanada, dan Eropa Barat, dan komponen utama perdagangan dunia. Jutaan orang berbondong-bondong ke bioskop di seluruh dunia dan masih menonton film di saluran TV kabel, satelit, internet, VHS, dan DVD (Dawson, 2009).

Hollywood didirikan pada tahun 1903 dan bergabung dengan Los Angeles pada tahun 1910. Pada saat itu, *Prospect Avenue* menjadi *Hollywood Boulevard* yang sekarang terkenal. Hollywood kala itu memang tempat yang ideal dalam memproduksi film. Selain karena cuaca yang baik, dapat diprediksi serta bagus untuk latar film dan yang paling

penting pembuat film disana tidak dapat dituntut karena melanggar paten film yang dipegang oleh Thomas Edison dan Perusahaan Gambarnya (History.com, 2018).

Jack Valenti merupakan sosok dibalik kesuksesan Hollywood di daratan China. Jack merupakan presiden lama dari *Motion Picture Association of America*(MPAA) yang saat itu sangat ingin meretakkan pasar perfilman China (Jihong & Kraus, 2002). Hollywood melihat China merupakan lahan yang luas dan akan banyak menghasilkan pendapatan dari sana. Pada saat yang sama yakni 1994, industri perfilman China pertama kali melakukan sistem pembagian pendapatan dalam kontrak dengan *Warner Brothers*(WB) kemudian studio besar lainnya mengikuti. Sejak dibukanya layar-layar biokop China untuk film-film Hollywood, bioskop China mulai kebanjiran film-film dengan judul besar dari Hollywood. *Blockbuster* Hollywood pertamakali masuk ke China pada tahun 1994, saat itu Kementerian Radio, Film dan Televisi memutuskan untuk mengimpor sepuluh film Hollywood masuk demi meningkatkan penjualan tiket dan membawa penonton kembali ke bioskop.

Untuk menarik lebih banyak penonton China, Hollywood menggunakan elemen China. diantaranya yakni banyaknya orang China baik langsung atau keturunan yang membintangi atau menyutradarai film-film Hollywood. Era ini sudah terlihat pada zaman Bruce Lee. Banyaknya simbol dan atribut China di film-film Hollywood. Penggunaan Lokasi dan produk China di banyak film. Serta keterlibatan bangsa China dalam alur cerita. Dominasi Hollywood di China juga terlihat hampir setiap tahun setelahnya. Dapat dilihat dari tabel diatas dari 10 film box office teratas, Hollywood hampir menguasai 50 persen dari tahun 2014-2018. Dominasi Hollywood dan pengaruhnya berdampak kepada China sebagai negara-negara yang sedang dalam tahap pengembangan Industri Perfilmanya. Dominasi Hollywood sebenarnya sudah terjadi sebelum ini, pada dari pendapatan film tersebut. Dalam pendapatan secara global film seperti *Avatar*(2009) dan *Titanic*(1998) yang disutradarai oleh James Cameron masih menjadi yang paling atas yang pada akhirnya dilewati oleh *Avenger Endgame* pada 2019 dengan dua kali priode tayang. Kondisi yang mendominasi dari hasil pendapatan ini terjadi juga di China. Terkhusus pada 2009, *Avatar* pendapatan film ini sendiri di China sebesar \$202,619,650 dimana pendapatan ini mennggungi Francis dan Jepang dengan nilai \$174,376,309 dan \$170,640,248 dari pendapatan luar negeri film ini (boxofficemojo, 2019).

Kebijakan proteksi china dalam membatasi film Hollywood

Kebijakan pemerintah China diantaranya adalah Kuota impor. Kebijakan ini terbagi dalam beberapa hal yakni. Pembagian pendapatan (*Revenue Sharing*) 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). Dimana pembagian pendapatan 25 persen untuk produsen.

Impor lainnya disebut rilis biaya tetap (*Flat Fee/buy Out*), 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.

Produksi bersama 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.

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".

Selain Kuota impor, jenis kebijakan lainnya adalah sensor. 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. Kebijakan ini selain melindungi budaya tapi juga membuat film Hollywood makin sulit masuk. Sehingga dominasi Hollywood di China dapat dikendalikan.

Adapun alasan mengapa China mengulurkan kebijakan yang membatasi film Hollywood tersebut pertama, dimana adanya kekhawatiran China atas tergerusnya nilai dan ideologi China dikarenakan pengaruh film. Karena pada dasarnya 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). Namun yang paling penting demi menjaga kepentingan nasionalnya adalah dari aspek ekonomi itu sendiri.

Kedua, kebijakan dijalankan adalah demi melindungi pasar domestiknya serta industri perfilman dalam negeri. China sendiri sedang tahap proses dan pengembangan industri film yang pelan-pelan masuk pada periode keemasannya. 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) . dengan jumlah persentasi demikian alasan mengapa mengkhawatirkan pasar dan industri lokal sangat mungkin, karena secara kualitas film Hollywood jauh berada diatas.

Ketiga, adanya upaya menjadi penguasa dunia di komditas ini. 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). 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).

KESIMPULAN

China adalah sebuah negara yang memiliki populasi penduduk sekitar 1,4 milyar orang. Dengan Populasi yang banyak tersebut tidak heran jika pangsa pasar China sangat potensial, terutama bagi negara-negara eksporter. Kondisi populasi China juga berbanding lurus dengan pertumbuhan ekonomi China mencapai rata-rata 10 persen. Pertumbuhan ekonomi yang pesat membuat perekonomian China kini berada di atas negara-negara maju Eropa dan Jepang. Pertumbuhan ekonomi yang pesat tersebut dalam beberapa tahun terakhir menjadikan China sebagai salah satu negara dengan GDP terbesar di dunia pada tahun 2014. Pertumbuhan ekonomi tersebut juga mempengaruhi semakin banyak masyarakat kelas menengah yang berada di China. Pertumbuhan masyarakat kelas menengah China memunculkan perilaku masyarakat yang lebih konsumtif.

China yang merupakan negara penganut ideologi komunis melihat film sebagai sebuah instrumen negara. Sehingga industri perfilman China sangat erat dengan unsur komunis dan propaganda. Dalam perkembangannya industri perfilman China berada dibawah otoritas komunis, sehingga sineas jarang diberikan kekeluasan dalam membuat film. Industri film di China berada di bawah pengawasan beberapa lembaga pemerintah, Kementrian Administrasi Negara Radio, Film dan Televisi (SARFT). Badan ini juga yang mengatur sebuah film dapat ditayangkan atau tidak. Perkembangan industri film China memang sempat mengalami masa keemasan namun perlahan keterlibatan otoritas China terutama dalam ranah produksi membuat orang-orang perlahan menjauhi bioskop.

China melihat dengan dominasi dan pengaruh Hollywood dapat mengancam ideologi dan ekonomi. Film-film Hollywood dengan sangat baik dapat merusak ideologi dan pola

pikir masyarakat yang telah terbangun. China saat ini merupakan salah satu negara dengan perkembangan industri perfilman yang sangat pesat. Bioskop di China bertambah setiap harinya, serta produksi film sangat banyak. Masuknya film Hollywood sedikit banyak membuat film Hollywood lebih baik dari aspek visual maupun cerita. *Wolf Warrior 2* menjadi bukti kesuksesan film mereka dengan pendapatan tertinggi ditahun 2017 dan mengalahkan *The Avengers Infinity War*. Keberhasilan film-film lokal China juga membuat China berupaya kembali menguasai pasar dalam negerinya dan dunia sebagai dasar atas kepentingan nasionalnya. Selain itu sebagai bentuk upaya China untuk melindungi industri dalam negeri. Faktor-faktor tersebut membuat China pada akhirnya mengharuskan mengeluarkan kebijakan-kebijakan proteksi yang berupaya membendung film Hollywood. Beberapa kebijakan diantaranya kuota film yang masuk. Kuota tersebut terbagi menjadi beberapa, yakni pembagian pendapatan yang memiliki jumlah 34 film pertahun. Sedangkan *Flat Fee/buy out* atau film asing yang dibeli dan memiliki kuota 20 sampai 40 tahun setiap tahunnya. Produksi bersama dan produksi ulang juga salah satunya namun pendapatan dan produksi banyak melibatkan orang-orang lokal. Sedangkan produksi ulang merupakan produksi yang harus diulang untuk dicocokkan untuk pasar China. Selain itu kebijakan sensor yang ketat juga merupakan bentuk proteksi yang dilalukan China sebagai upaya untuk meminimalisir imperialisme kultural dari luar, serta mempersulit masuknya film Hollywood. Banyak film Hollywood yang gagal tayang di China atau mendapat pemotongan yang mempengaruhi jalan cerita.

DAFTAR PUSTAKA

- Aranburu, A. M. (2017). The Film Industry in China: Past and Present. *Jurnal of evolutionary Studies in bussunis*, 2-23.
- BBC. (2015, September 23). *News Indonesia*. Retrieved from www.BBC.com:
https://www.bbc.com/indonesia/majalah/2015/09/150910_majalah_ekonomi_cina
- Boianovsky, M. (2013). Friedrich List and the Economic Fate of Tropical Countries. *History of Political Economy* , 5.
- Bond, P. (2019, Juni 5). *China Film Market to Eclipse U.S. Next Year: Study (Exclusive)*. Retrieved from Hollywood reporter: <https://www.hollywoodreporter.com/news/china-film-market-eclipse-us-next-year-study-1215348>

- boxofficemojo. (2019, September 10). *Avatar*. Retrieved from boxofficemojo:
[boxofficemojo.com/movies/?page=main&id=avatar.htm](https://www.boxofficemojo.com/movies/?page=main&id=avatar.htm)
- Brzeski, P. (2015, Desember 31). *News*. Retrieved from hollywoodreporter wab site:
<https://www.hollywoodreporter.com/news/china-box-office-grows-astonishing-851629>
- CharltonsLaw. (2015, April 20). *China film industry*. Retrieved from Charltons Law:
<https://www.charltonslaw.com/hong-kong-law/china-film-industry/>
- Dawson, A. (2009). *Hollywood for History*. Coventry: History at the Higher Education Academy.
- Deh-Ta, H. (1960). The Chinese Cinema To-day . *Cambridge University Press* , 82-87.
- Four, D. L. (1997). Economic nationalism: From Friedrich List to Robert Reich. *Review of International Studies*, 23, 359–370, 361.
- Galloway, S. (2012). Hollywood. *Slate Group, LLC*, 1-2.
- Grimm, J. (2015). The Import of Hollywood Films in China: Censorship and Quotas. *Syracuse University - Syracuse Journal of International Law and Commerce*, 3-38.
- History.com. (2018, May 27). *Hollywood*. Retrieved from History:
<https://www.history.com/topics/roaring-twenties/hollywood>
- Ibbi, A. A. (2014). Hollywood, The American Image and The Global Film Industry. *Cinej Cinema Jurnal*, 96-105.
- Jason, G. (2013). Film and Propaganda: The Lessons of the Nazi Film. *Reason Papers*, 1.
- Jihong, W., & Kraus, R. (2002). Hollywood and China as Adversaries and Allies. *Pacific Affairs*, 419-432.
- Leung, C.-C., & Lo, S. S.-H. (2014). *Creativity and Culture in Greater China: The Role of Government, Individuals and Groups*. Piscataway: Transaction Publishers.
- Mas' oed, M. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.

- Miguel, S., & Alonso, M. C. (2012). *Cine Chino: Breve Mirada Histórica*. Madrid: Imagine Press Ediciones.
- Nilsson, P. (2015). Chinese Government's Role in Commercialisation of the Film Industry. *Lund University, School of Management*.
- O'Connor, S., & Armstrong, N. (2015). Directed by Hollywood, Edited by China: How China's Censorship and Influence Affect Films Worldwide. *Staff research report: U.S.-China Economic and Security Review Commission*, 4-13.
- Panchenko, V., & Reznikova, N. (2017). From Protectionism to Neo-Protectionism: New Dimensions of Liberal Regulation. *The International Economic Policy Vol. 2, no. 27*, 100.
- Rudy, M. T. (2002). *Study Strategis dalam transformasi sistem Internasional Pasca Perang Dingin*. Bandung: Refika Aditama.
- Shira, D. (2016, Februari 22). *ReachFurther*. Retrieved from eastwestbank:
<https://www.eastwestbank.com/ReachFurther/en/News/Article/Navigating-Restrictions-In-Chinas-Film-Industry>
- World bank. (2018, Oktober 16). *GDP*. Retrieved from www.Worldbank.org:
<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2017&start=2014>
- Zhu, Y., & Rosen, S. R. (2010). *Art, Politics ,and Commerce in Chinese Cinema*. Hong Kong: Hong Kong University Press.