

INDIKATOR EKONOMI KREATIF KOTA DEPOK 2018



**Kerja sama
Dinas Komunikasi dan Informatika
Kota Depok**

Dengan

**Lembaga Demografi
FEB Universitas Indonesia**



**INDIKATOR EKONOMI KREATIF
KOTA DEPOK
TAHUN 2018**

INDIKATOR EKONOMI KREATIF KOTA DEPOK TAHUN 2018

Ukuran Buku / *Book Size* : 28 Cm x 21,5 Cm

Jumlah Halaman / *Total Size* : 39 Halaman / *page*

Naskah / *Manuscript*:

Lembaga Demografi FEB UI

Gambar Kulit dan Setting / *Cover Design and Setting*:

Lembaga Demografi FEB UI

Diterbitkan Oleh / *Published By*:

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok

Boleh dikutip dengan menyebut sumbernya

May be cited with reference to the sources

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
KATA SAMBUTAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan.....	2
1.3. Kegiatan Ekonomi.....	2
1.4. Konsep dan Definisi	3
1.4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif.....	3
1.4.2. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku	4
1.4.3. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan	5
1.4.4. Indeks Harga Implisit PDRB Ekonomi Kreatif	5
1.4.5. Laju Pertumbuhan PDRB Ekonomi Kreatif	5
BAB II METODOLOGI	6
2.1. Pengertian Produk Domestik Regional Bruto Ekonomi Kreatif	6
2.2. Beberapa Pendekatan Penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif	6
2.2.1. Pendekatan Produksi	6
2.2.2. Pendekatan Pendapatan	6
2.2.3. Pendekatan Pengeluaran.....	7
2.3. Metode Penghitungan PDRB Ekonomi Kreatif.....	7
2.3.1. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku	8
2.3.2. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan 2010.....	9
2.3.3. Laju Pertumbuhan Ekonomi Kreatif.....	11
2.4. Penyajian Angka Indeks	12
2.4.1. Indeks Perkembangan	12
2.4.2. Indeks Berantai	12
2.4.3. Indeks Implisit.....	13
2.5. Cara Penyajian	13

BAB III URAIAN SEKTORAL EKONOMI KREATIF	14
3.1. Subsektor Arsitektur	15
3.2. Subsektor Desain Interior	16
3.3. Subsektor Desain Komunikasi Visual	16
3.4. Subsektor Desain Produk	17
3.5. Subsektor Film, Animasi, dan Video	17
3.6. Subsektor Fotografi	19
3.7. Subsektor Kriya	19
3.8. Subsektor Kuliner	20
3.9. Subsektor Musik	21
3.10. Subsektor <i>Fashion</i>	22
3.11. Subsektor Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	22
3.12. Subsektor Penerbitan	23
3.13. Subsektor Periklanan	23
3.14. Subsektor Televisi dan Radio	24
3.15. Subsektor Seni Pertunjukan	25
3.16. Subsektor Seni Rupa	26
BAB IV STRUKTUR DAN PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA DEPOK TAHUN 2018	27
4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif	27
4.2. Struktur Ekonomi Kreatif	28
4.3. Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif	30

KATA SAMBUTAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku Indikator Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2018 dapat diterbitkan. Buku Indikator Ekonomi Kreatif Tahun 2018 ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dalam menentukan arah dan kebijakan pembangunan ekonomi kreatif di Kota Depok, mengingat bahwa Kota Depok memiliki keterbatasan sumberdaya alam sehingga pembangunan ekonomi daerah sudah seharusnya bertumpu pada kreatifitas sumber daya manusianya. Buku ini juga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan berbagai pihak, baik masyarakat maupun institusi pemerintah dan swasta.

Kepada Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia yang sudah banyak membantu dalam penyusunan buku ini disampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih, juga kepada semua pihak yang telah berperan dalam penerbitan Buku Indikator Ekonomi Kreatif Tahun 2018 disampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Depok, Desember 2019
Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika
Kota Depok,

Dr. Ir. Sidik Mulyono, M.Eng
Pembina Tingkat I / IV b
NIP. 19670124 198602 1 001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWA, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Buku Publikasi Indikator Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2018 dapat diterbitkan. Publikasi Indikator Ekonomi Kreatif disajikan menurut enam belas sektor Ekonomi Kreatif diharapkan dapat memberi gambaran secara makro hasil pembangunan Ekonomi Kreatif di Kota Depok khususnya untuk mengetahui tingkat struktur Ekonomi Kreatif.

Kami sadari publikasi ini masih belum sempurna, kekurangan dan kesalahan mungkin saja terjadi. Untuk perbaikan yang akan datang kritik dan saran sangat kami nantikan.

Akhirnya kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu hingga publikasi ini dapat diterbitkan. Semoga publikasi ini dapat bermanfaat untuk keperluan penelitian, evaluasi dan perencanaan di wilayah Kota Depok.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Depok, Desember 2019

Kepala Lembaga Demografi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia



Turpo Selrits Wongkaren, Ph.D

NUP: 061703001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekonomi kreatif di berbagai negara di dunia saat ini diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya secara signifikan. Banyak studi telah dilakukan untuk melihat perkembangan serta kiprah ekonomi kreatif dalam perekonomian di dunia. Indonesia pun mulai melihat bahwa ekonomi kreatif ini merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan, karena jika dilihat dari sumber daya yang dimiliki oleh Bangsa Indonesia, kreativitas masyarakat Indonesia dapat disejajarkan dengan bangsa-bangsa lainnya di dunia. Hal ini terbukti dengan banyak sekali karya anak bangsa yang diakui oleh komunitas internasional.

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan mengingat sektor ini memiliki sumber daya yang sifatnya tidak terbatas, yaitu berbasis pada intelektualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki. Tentunya karakteristik sektor ini sangatlah berbeda dengan karakteristik sektor lain yang sarat akan kebutuhan Sumber Daya Alam (SDA) sebagai bahan dasar pokok dalam proses produksinya, sehingga membutuhkan perlakuan/kebijakan yang berbeda dari sektor ekonomi lainnya.

Pemerintah melalui Peraturan Presiden Nomor 72 tahun 2015, telah menetapkan 16 subsektor ekonomi kreatif secara nasional, yaitu meliputi: (1) Arsitektur; (2) Desain Interior; (3) Desain Komunikasi visual; (4) Desain Produk; (5) Film, animasi, dan video; (6) Fotografi; (7) Kriya; (8) Kuliner; (9) Musik; (10) *Fashion*; (11) Aplikasi dan *Game Developer*; (12) Penerbitan; (13) Periklanan; (14) Televisi dan Radio; (15) Riset & Pengembangan; dan (16) Seni Rupa.

Untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini diperlukan kolaborasi aktif dari cendekiawan (intelektual), bisnis, dan pemerintah. Tanpa adanya kolaborasi ketiga elemen ini, maka dikhawatirkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak berjalan selaras, efisien, dan saling tumpang tindih. Hal ini karena setiap elemen memiliki peran

yang signifikan, namun juga memerlukan kontribusi dari elemen lainnya.

1.2. Maksud dan Tujuan

Kota Depok pada beberapa tahun belakangan ini sedang berusaha untuk membangun Ekonomi Kreatif di wilayahnya. Keseriusan ini tidak hanya ditunjukkan oleh elemen Pemerintah Kota Depok saja, namun juga oleh para elemen ilmuwan dan bisnis/pengusaha.

Pada tahun 2010 telah dilakukan penelitian untuk menentukan Prioritas Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Depok, sehingga sejak tahun 2011 Pemerintah Kota Depok telah dapat membuat kebijakan-kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Kota Depok berdasarkan hasil penelitian sebelumnya.

Tentunya untuk menghasilkan kebijakan-kebijakan yang baik dan bermanfaat maksimal berkaitan dengan ekonomi kreatif, Pemerintah Kota Depok memerlukan dukungan berbagai macam Indikator Ekonomi Kreatif. Salah satu indikator yang dapat digunakan adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif. Melalui penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif ini dapat diketahui besarnya peran masing-masing sektor dalam ekonomi kreatif dalam roda perekonomian Kota Depok, sehingga dapat ditentukan skala prioritas pengembangan ekonomi kreatif di Kota Depok.

1.3. Kegiatan Ekonomi

Siklus kegiatan ekonomi sebagai prinsip dasar ekonomi makro merupakan interaksi antara produsen dan konsumen melalui berbagai transaksi yang terjadi, baik mengenai arus barang dan jasa maupun faktor-faktor produksi yang beroperasi dalam kegiatan ekonomi tersebut. Kelompok produsen menggunakan faktor produksi yang dimiliki oleh konsumen untuk menghasilkan barang dan jasa. Faktor produksi yang dimiliki oleh konsumen adalah: Tenaga kerja, Tanah, Modal dan Kewiraswastaan. Balas jasa faktor produksi adalah : Upah/gaji, Sewa tanah, Bunga modal dan Keuntungan.

Sewa tanah, bunga modal dan keuntungan untuk selanjutnya dikatakan Surplus Usaha (dalam prakteknya sulit dipisahkan). Jumlah dari balas jasa atas keempat faktor produksi tersebut dikatakan nilai tambah (*value added*). Siklus kegiatan ekonomi ini secara sederhana digambarkan sebagai berikut :

Secara umum kegiatan ekonomi di atas diuraikan dalam format Neraca Produksi suatu usaha sebagai berikut:

Pendapatan/Penerimaan	Pengeluaran/Pembayaran
1. Output antara	1. Input antara
2. Konsumsi skhir	2. Impor barang dan jasa
3. Investasi (Pembentukan barang modal dan perubahan stok)	3. Upah/gaji
4. Ekspor barang dan jasa	4. Surplus usaha *)
	5. Penyusutan
	6. Pajak tak langsung netto **)

*) Sewa tanah + Bunga modal + Keuntungan

***) Pajak tak langsung - Subsidi

1.4. Konsep dan Definisi

Beberapa penjelasan mengenai pengertian PDRB Ekonomi Kreatif, PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga berlaku, PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga konstan, dan lainnya diuraikan di bawah ini:

1.4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif

PDRB Ekonomi Kreatif dapat diartikan ke dalam 3 pengertian yaitu :

a) Pendekatan Produksi (*Production approach*)

PDRB Ekonomi Kreatif adalah jumlah nilai produk barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi Ekonomi Kreatif dalam suatu wilayah/*region* pada suatu jangka waktu tertentu, biasanya setahun. Formulasi penghitungan nilai tambah bruto pendekatan produksi sebagai berikut :

$$NTB \text{ Ekonomi Kreatif} = \text{Nilai Produksi (NP) Ekonomi Kreatif} - \text{Biaya Antara (BA) Ekonomi Kreatif}$$

b) Pendekatan Pendapatan (*Income approach*)

PDRB Ekonomi Kreatif adalah jumlah balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang ikut didalam proses produksi Ekonomi Kreatif di suatu wilayah/*region* pada jangka waktu tertentu (setahun). Balas jasa faktor produksi tersebut adalah upah dan gaji, sewa tanah, bunga modal, dan keuntungan. Dalam pengertian PDRB termasuk pula penyusutan barang modal dan pajak tidak langsung netto (Pajak tak langsung – subsidi). Jumlah semua komponen pendapatan per sektor disebut sebagai nilai tambah bruto sektoral. PDRB Ekonomi Kreatif merupakan jumlah dari nilai tambah bruto seluruh sektor Ekonomi Kreatif.

$$NTB \text{ Ekonomi Kreatif} = \text{Upah/gaji} + \text{Surplus usaha} + \text{Penyusutan} + \text{Pajak tak langsung netto}$$

c) Pendekatan Pengeluaran (*Expenditure approach*)

PDRB Ekonomi Kreatif adalah jumlah semua pengeluaran untuk konsumsi Ekonomi Kreatif yang dilakukan oleh rumah tangga dan lembaga swasta yang tidak mencari untung (lembaga nirlaba), konsumsi pemerintah untuk Ekonomi Kreatif, pembentukan modal tetap domestik bruto Ekonomi Kreatif, perubahan stok Ekonomi Kreatif, ekspor netto Ekonomi Kreatif di suatu wilayah/*region*. Ekspor netto disini adalah ekspor dikurangi import.

$$NTB \text{ Ekonomi Kreatif} = \text{Konsumsi akhir untuk Ekonomi Kreatif (rumah tangga, pemerintah dan lembaga nirlaba)} + \text{Pembentukan modal tetap bruto Ekonomi Kreatif} + \text{Perubahan stok Ekonomi Kreatif} + \text{ekspor netto Ekonomi Kreatif}$$

1.4.2. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku

PDRB Ekonomi Kreatif yang dinilai berdasarkan harga pada tahun berjalan, baik pada saat menilai produksi, biaya antara maupun komponen nilai tambah.

1.4.3. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan

PDRB Ekonomi Kreatif yang dinilai berdasarkan harga pada tahun tertentu atau tahun dasar, baik pada saat menilai produksi, biaya antara maupun komponen nilai tambah

1.4.4. Indeks Harga Implisit PDRB Ekonomi Kreatif

Perbandingan PDRB Industri Kreatif atas dasar harga berlaku dengan PDRB Industri Kreatif atas dasar harga konstan.

1.4.5. Laju Pertumbuhan PDRB Ekonomi Kreatif

Besarnya persentase kenaikan PDRB pada tahun berjalan terhadap PDRB pada tahun sebelumnya. Laju Pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan biasanya disebut Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE).

BAB II

METODOLOGI

2.1. Pengertian Produk Domestik Regional Bruto Ekonomi Kreatif

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif merupakan jumlah nilai produk barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit produksi Ekonomi Kreatif di dalam suatu wilayah atau daerah pada suatu periode tertentu, biasanya satu tahun, tanpa memperhitungkan kepemilikan.

2.2. Beberapa Pendekatan Penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif

Pendekatan penyusunan PDRB atas dasar harga berlaku dapat dihitung melalui dua metode yaitu metode langsung dan metode tidak langsung. Yang dimaksud metode langsung adalah metode penghitungan dengan menggunakan data yang bersumber dari data dasar masing-masing daerah. Metode langsung tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan 3 macam pendekatan yaitu: pendekatan produksi (*Production Approach*), pendekatan pendapatan (*Income Approach*), dan pendekatan pengeluaran (*Expenditure Approach*). Metode tidak langsung adalah metode penghitungan dengan cara alokasi yaitu mengalokir PDRB dengan memakai berbagai macam indikator produksi atau indikator lainnya yang cocok sebagai alokator.

2.2.1. Pendekatan Produksi

Pendekatan dari segi produksi adalah menghitung nilai tambah dengan cara mengurangi biaya antara dari masing-masing nilai produksi bruto tiap-tiap sektor.

2.2.2. Pendekatan Pendapatan

Dalam pendekatan pendapatan, nilai tambah dari setiap kegiatan ekonomi dihitung dengan jalan menjumlahkan semua balas jasa faktor produksi yaitu upah dan

gaji, surplus usaha, penyusutan dan pajak tak langsung netto. Untuk sektor pemerintahan dan usaha-usaha yang sifatnya tidak mencari untung, surplus usaha tidak diperhitungkan. Yang termasuk dalam surplus usaha disini adalah bunga, sewa tanah dan keuntungan kotor.

2.2.3. Pendekatan Pengeluaran

Pendekatan dari segi pengeluaran bertitik tolak pada penggunaan akhir dari barang dan jasa di dalam suatu wilayah. Jadi produk domestik regional bruto diperoleh dengan cara menghitung berbagai komponen pengeluaran akhir yang membentuk produk domestik regional tersebut. Secara umum pendekatan pengeluaran dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai berikut:

- a) Melalui pendekatan penawaran yang terdiri dari metode arus barang, metode penjualan eceran dan metode penilaian eceran.
- b) Melalui pendekatan permintaan yang terdiri dari pendekatan survei pendapatan dan pengeluaran rumah tangga, metode data anggaran belanja, metode balance sheet dan metode statistik luar negeri.

Pada prinsipnya kedua cara ini dimaksudkan untuk memperkirakan komponen-komponen permintaan akhir seperti: konsumsi rumah tangga, konsumsi pemerintah, pembentukan modal tetap bruto dan perdagangan antar wilayah (termasuk ekspor dan impor antar negara).

2.3. Metode Penghitungan PDRB Ekonomi Kreatif

Beberapa metode yang digunakan untuk menghitung nilai PDRB Ekonomi Kreatif suatu wilayah, antara lain Metode Langsung dan Metode Tidak Langsung. Metode yang digunakan secara garis besar adalah sebagai berikut:

2.3.1. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku

Dalam melakukan penghitungan PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga berlaku dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

2.3.1.1. Metode Langsung

Metode Langsung adalah melakukan penghitungan PDRB Ekonomi Kreatif yang didasarkan kepada data yang tersedia di lapangan secara rutin. Dalam metode langsung ini ada tiga pendekatan, yaitu:

- a) Pendekatan Produksi
- b) Pendekatan Pendapatan
- c) Pendekatan Pengeluaran

Ketiga pendekatan ini sudah diuraikan pada bagian sebelumnya dan secara teoritis ketiga pendekatan tersebut akan memberikan hasil yang sama.

2.3.1.2. Metode Tidak Langsung/Alokasi

Penghitungan nilai tambah bruto suatu kegiatan ekonomi/sector dengan metode tidak langsung adalah dengan mengalokasikan nilai tambah bruto suatu kegiatan ekonomi Nasional/regional Propinsi ke dalam masing-masing kegiatan ekonomi pada tingkat regional Kabupaten/Kota menggunakan indikator yang mempunyai pengaruh paling erat dengan kegiatan ekonomi tersebut. Secara matematis ditulis sebagai berikut :

$$NTB_k = \frac{Q_k}{Q_p} NTB_p$$

Dimana :

NTB_k = Nilai tambah bruto kabupaten/kota

NTB_p = Nilai tambah bruto propinsi

Q_k = Produksi/Indikator produksi kabupaten/kota

Q_p = Produksi/Indikator produksi propinsi

2.3.2. PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan 2010

PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga konstan bertujuan untuk melihat perkembangan PDRB Ekonomi Kreatif atau perekonomian secara riil yang kenaikannya/pertumbuhannya tidak dipengaruhi oleh adanya perubahan harga atau inflasi/deflasi.

Ada empat cara yang dikenal untuk menghitung nilai tambah bruto (NTB) atas dasar harga konstan, yaitu:

2.3.2.1. Revaluasi

Metoda revaluasi menilai produksi dan biaya antara masing-masing tahun atau tahun berjalan dengan harga pada tahun dasar (2010). Hasilnya merupakan output dan biaya antara atas dasar harga konstan (tahun 2010). Selanjutnya nilai tambah bruto atas dasar harga konstan diperoleh dari selisih nilai output dan biaya antara. Dalam praktek sangat sulit melakukan revaluasi terhadap biaya antara yang digunakan, karena mencakup komponen input yang sangat banyak, disamping data harga yang tersedia tidak dapat memenuhi semua keperluan tersebut. Oleh karena itu biaya antara atas dasar harga konstan biasanya diperoleh dari perkalian antara output atas dasar harga konstan masing-masing tahun dengan ratio tetap biaya antara terhadap output pada tahun dasar.

$$NP_{t0} = Q_t P_0$$

$$NTB_{t0} = [1 - RBA_0] NP_{t0}$$

Dimana :

NP_{t0} = Nilai produksi atas dasar harga konstan (ADHK) tahun t

NTB_{t0} = Nilai tambah bruto ADHK tahun t

Q_t = Produksi/indikator produksi tahun t

P_0 = Harga tahun dasar

RBA_0 = Ratio biaya antara tahun dasar

2.3.2.2. Ekstrapolasi

Nilai tambah masing-masing tahun atas dasar harga konstan 2010 diperoleh dengan cara mengalikan nilai tambah masing-masing sektor harga konstan pada tahun dasar 2010 dengan indeks produksi. Indeks produksi sebagai ekstrapolator dapat merupakan indeks dari masing-masing produksi yang dihasilkan ataupun indeks dari berbagai indikator produksi seperti tenaga kerja, jumlah perusahaan dan lainnya, yang dianggap cocok dengan jenis kegiatan yang dihitung. Ekstrapolasi dapat juga dilakukan terhadap penghitungan output atas dasar harga konstan kemudian dengan menggunakan ratio tetap nilai tambah terhadap output akan diperoleh perkiraan nilai tambah atas dasar harga konstan.

$$NP_{t0} = \frac{NP_0IQ_t}{100}$$

Dimana :

NP_0 = Nilai produksi tahun dasar IQ_t = Indeks kuantum tahun t

2.3.2.3. Deflasi

Nilai tambah bruto atas dasar harga konstan 2010 diperoleh dengan cara membagi nilai tambah atas dasar harga yang berlaku masing-masing tahun dengan indeks harga. Indeks harga yang digunakan sebagai deflator biasanya merupakan indeks harga konsumen (IHK), indeks harga perdagangan besar (IHPB) dan sebagainya. Indeks harga di atas dapat pula dipakai sebagai inflator dalam keadaan dimana nilai tambah atas dasar harga yang berlaku justru diperoleh dengan mengalikan nilai tambah atas dasar harga konstan dengan indeks harga tersebut.

$$NTB_{t0} = \frac{100 * NTB_t}{IH_t}$$

Dimana :

NTB_t = Nilai tambah bruto tahun t IH_t = Indeks Harga tahun t

2.3.2.4. Deflasi Berganda

Dalam deflasi berganda ini, yang dideflasi adalah output dan biaya antaranya, sedangkan nilai tambah diperoleh dari selisih output dan biaya antara hasil deflasi tersebut. Indeks harga yang digunakan sebagai deflator untuk penghitungan output atas dasar harga konstan biasanya merupakan indeks harga produsen atau indeks harga perdagangan besar sesuai dengan cakupan komoditinya, sedangkan indeks harga untuk biaya antara adalah indeks harga dari komponen input terbesar. Kenyataannya sangat sulit melakukan deflasi terhadap biaya antara, disamping karena komponennya terlalu banyak, juga karena indeks harganya belum tersedia secara baik. Oleh karena itu dalam penghitungan harga kostan, deflasi berganda ini belum banyak dipakai. Penghitungan komponen penggunaan PDRB atas dasar harga konstan juga dilakukan dengan menggunakan cara-cara di atas, tetapi mengingat data yang tersedia maka digunakan cara deflasi dan ekstrapolasi.

$$BA_{t0} = \frac{100 \cdot BA_t}{IH_t} \quad NP_{t0} = \frac{100 \cdot NP_t}{IH_t} \quad NTB_{t0} = NP_{t0} - BA_{t0}$$

Dimana :

NP_t = Nilai produksi tahun t

BA_t = Biaya Antara tahun t

BA_{t0} = Biaya Antara adhk tahun t

2.3.3. Laju Pertumbuhan Ekonomi Kreatif

Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Ekonomi Kreatif atau *Creative Economic Growth* merupakan indeks berantai dari masing-masing kegiatan ekonomi Kreatif. Angka indeks yang dihasilkan bisa didasarkan atas dasar harga berlaku maupun harga konstan. Pada umumnya yang sering digunakan atau dianalisis oleh para ekonom adalah LPE harga konstan, karena menggambarkan pertumbuhan produksi riil dari masing-masing sektor.

Laju pertumbuhan ekonomi diperoleh dengan cara membagi selisih nilai PDRB Ekonomi Kreatif sektor tahun berjalan dan tahun sebelumnya dengan PDRB Ekonomi Kreatif sektor tahun sebelumnya dikalikan 100.

2.4. Penyajian Angka Indeks

Untuk mempermudah dalam menganalisisnya, PDRB Ekonomi Kreatif disamping disajikan dalam bentuk angka absolut, disajikan juga dalam bentuk angka indeks. Secara rinci angka indeks tersebut adalah sebagai berikut:

2.4.1. Indeks Perkembangan

Indeks ini menunjukkan tingkat perkembangan pendapatan/perekonomian dari tahun ke tahun yang dibandingkan dengan tahun dasar. Indeks tersebut dirumuskan sebagai berikut :

$$IP = \frac{PDRB_{it}}{PDRB_{i0}} \times 100\%$$

Dimana :

IP = Indeks Perkembangan i = Sektor 1 ... 16

t = Tahun t

0 = Tahun dasar

2.4.2. Indeks Berantai

Indeks ini menunjukkan tingkat pertumbuhan agregat pendapatan untuk masing-masing tahun dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Indeks berantai diperoleh dengan cara membagi nilai pada masing-masing tahun dengan nilai pada tahun sebelumnya dikalikan 100. Indeks berantai dirumuskan sebagai berikut:

$$IB = \frac{PDRB_{it}}{PDRB_{i(t-1)}} \times 100\%$$

Dimana :

IB = Indeks berantai i = Sektor 1 ... 16

t = Tahun t

t-1 = Tahun sebelumnya

2.4.3. Indeks Implisit

Indeks ini merupakan indikator tingkat perkembangan harga dari agregat pendapatan terhadap harga pada tahun dasar. Indeks Implisit diperoleh dengan cara membagi nilai PDRB atas dasar harga berlaku dengan nilai sejenis atas dasar harga konstan kemudian dikalikan 100. Indeks Implisit dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$IH = \frac{PDRB_{hbit}}{PDRB_{hkit}} \times 100\%$$

Dimana:

- IH = Indeks Implisit
- i = Sektor 1 ... 16
- t = Tahun t
- hb = Harga berlaku
- hk = Harga konstan

2.5. Cara Penyajian

Penyajian PDRB Ekonomi Kreatif dibedakan dalam dua bentuk :

a) Penyajian PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku

Penyajian PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga berlaku ini untuk melihat besarnya PDRB Ekonomi Kreatif berdasarkan harga pada tahun tersebut.

b) Penyajian PDRB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan (2010)

Penyajian PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga konstan 2010 ini untuk melihat perkembangan nilai PDRB Ekonomi Kreatif dari tahun ke tahun semata-mata karena perkembangan riil dan bukan disebabkan kenaikan harga.

Untuk dapat menggambarkan perkembangan kegiatan ekonomi di setiap sektor, maka penyajian PDRB Ekonomi Kreatif dirinci menurut 16 sub sektor Ekonomi Kreatif

BAB III

URAIAN SEKTORAL EKONOMI KREATIF

Subsektor Ekonomi Kreatif yang tercantum berdasarkan nomenklatur resmi pada Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015, terdiri dari 16 subsektor ekonomi kreatif. Lapangan-lapangan usaha yang membentuk 16 subsektor tersebar pada KBLI 2015 menurut definisi yang digunakan BPS. Lapangan-lapangan usaha yang tersebar tersebut, dikelompokkan ke dalam 16 subsektor ekonomi kreatif, pada klasifikasi lapangan usaha tingkat 5 digit KBLI 2015. Kontribusi ekonomi untuk setiap indikator-indikator, selanjutnya dihitung dengan melihat kontribusi ekonomi di tingkat lapangan usaha 5 digit tersebut.

Uraian sektoral yang disajikan pada bagian ini mencakup ruang lingkup dari masing-masing subsektor kegiatan Ekonomi Kreatif. Berdasarkan konsep Ekonomi kreatif yang telah dipublikasikan oleh Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, secara makro perekonomian kreatif diklasifikasikan menjadi 16 subsektor yaitu:

- 1) Arsitektur
- 2) Desain Interior
- 3) Desain Komunikasi Visual
- 4) Desain Produk
- 5) Film, Animasi, Video
- 6) Fotografi
- 7) Kriya
- 8) Kuliner
- 9) Musik
- 10) Fashion
- 11) Aplikasi dan Game Developer
- 12) Penerbitan
- 13) Periklanan

14) Televisi dan Radio

15) Seni Pertunjukkan

16) Seni Rupa

3.1. Subsektor Arsitektur

Wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang.

Kata kunci definisi Arsitektur:

- a) Wujud adalah struktur fisik dan bangunan yang dihasilkan melalui proses perancangan;
- b) Pengetahuan adalah kemampuan, keterampilan, dan pemahaman mengenai merancang dan membangun struktur fisik dan bangunan;
- c) Ilmu adalah pengetahuan dalam merancang dan membangun struktur fisik dan bangunan yang disusun secara sistematis dan disepakati sebagai teori melalui penelitian dan eksperimen;
- d) Teknologi adalah metodologi, alat, dan mesin yang digunakan untuk mengimplementasikan seni, ilmu, dan pengetahuan dalam merancang dan membangun struktur fisik dan bangunan;
- e) Seni adalah kemampuan dalam merancang dan membangun struktur dan bentuk yang indah;
- f) Lingkungan binaan adalah gubahan manusia terhadap tempat aktivitas kehidupannya;
- g) Lingkungan ruang. Pada skala mikro, lingkungan ruang mencakup bagian dalam ruangan (interior), bagian luar ruangan (eksterior), dan lanskap pada area sekeliling ruangan tersebut.

3.2. Subsektor Desain Interior

Desain interior adalah merencanakan, menata, dan merancang ruang-ruang interior dalam bangunan, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar akan sarana untuk bernaung dan berlindung, menentukan sekaligus mengatur aktivitas, memelihara aspirasi dan mengekspresikan ide, tindakan serta penampilan, perasaan, dan kepribadian.

Kata kunci definisi Desain:

- a) Proses pemecahan masalah objektif adalah upaya dalam mengidentifikasi, mengeksplorasi, menganalisis, dan mengambil kesimpulan dari suatu permasalahan dengan tujuan untuk mengambil suatu keputusan.
- b) Manusia dan lingkungan, yaitu terkait dengan permasalahan yang terjadi dalam pemenuhan kebutuhan manusia dan lingkungan untuk meningkatkan kualitas kehidupan, yang merupakan dasar dari proses desain.
- c) Kolaborasi ilmu dan kreativitas adalah proses dalam desain yang membutuhkan berbagai bidang ilmu yang terkait, di antaranya adalah psikologi, informatika, arsitektur, dan teknik.
- d) Nilai identitas budaya adalah kearifan lokal sebagai sumber inspirasi yang merupakan hasil dari dinamika budaya masyarakat setempat nilai identitas budaya dapat berubah dan berbeda sesuai dengan lokasi 5 dan waktu 6 sehingga desain dapat berfungsi sebagai media preservasi dengan menjadikan nilai identitas budaya sebagai inspirasi yang kemudian disesuaikan dengan kondisi kekinian.

3.3. Subsektor Desain Komunikasi Visual

Seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga mengubah perilaku target audiens sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedang bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya..

3.4. Subsektor Desain Produk

Desain produk adalah salah satu unsur dalam memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, harga terjangkau, desain yang menarik, mendapatkan jaminan dan sebagainya.

3.5. Subsektor Film, Animasi, dan Video

Film merupakan karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audio visual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi.

Video adalah sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (*capture*) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing, dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi.

Kata kunci definisi Perfilman:

- a) Karya seni adalah objek yang merupakan hasil dari ekspresi seorang pencipta melalui kegiatan berkesenian;
- b) Gambar bergerak adalah serangkaian gambar yang berurutan lalu diproyeksikan dengan kecepatan tinggi sehingga menghasilkan ilusi gerak;
- c) Ide atau gagasan adalah konsep mengenai sesuatu yang dapat disampaikan lewat berbagai cara dan bentuk kepada orang lain;
- d) Audio visual adalah pandang-dengar, karya yang memiliki elemen gambar sekaligus suara;
- e) Sinematografi adalah seni dan ilmu pengetahuan menyangkut teknologi gambar bergerak.

Kata kunci definisi Animasi:

- a) Frame ke frame adalah pembacaan sequence animasi berdasarkan satu gambar ke gambar lainnya sehingga gambar yang ada terlihat seolah-olah bergerak;

- b) Waktu yang dimaksudkan bahwa animasi merupakan objek yang mempunyai durasi tertentu dalam penayangannya sehingga dalam menonton atau menikmatinya diperlukan waktu khusus sesuai durasi dari film animasi tersebut;
- c) Ilusi gerakan adalah gambar yang tampil dan terlihat seolah-olah bergerak oleh mata kita. Gambar tersebut sebenarnya banyak dan tampil berurutan dalam waktu tertentu (frame rate);
- d) Mempunyai nyawa adalah penggambaran sifat-sifat makhluk hidup yang bernyawa dalam sebuah adegan animasi dengan tingkatan sifat tertentu. Bisa dengan hanya bergerak, berubah bentuk, berperasaan, berekspresi, atau sifat makhluk hidup bernyawa lainnya.

Kata kunci definisi Video:

- a) Aktivitas kreatif adalah kumpulan aktivitas yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi untuk melahirkan gagasan dan konsep baru maupun pembaharuan dari konsep dan gagasan yang sudah ada sebelumnya.
 - b) Eksplorasi dan inovasi adalah aktivitas eksperimental untuk memperoleh hal yang baru dari berbagai situasi permasalahan, serta penemuan hal-hal baru baik dari sesuatu yang sudah ada maupun belum ada sebelumnya untuk diaktualisasikan dalam karya kreatif video;
 - c) Capture adalah proses perekaman gambar bergerak melalui media penyimpanan data seperti pita rekam elektronik, *memory card/hardisk*, CD/DVD, dan media rekam lainnya;
 - d) Gambar bergerak adalah objek yang dapat direkam maupun ditampilkan secara dinamis, yaitu susunan kumpulan gambar diam yang diolah untuk ditampilkan secara hidup dalam suatu karya kreatif video;
 - e) Media presentasi adalah sarana pertunjukan bagi khalayak untuk menonton suatu karya kreatif video;
 - f) Berdaya saing adalah suatu kondisi ketika orang kreatif (videografer) dan karya kreatif video yang dihasilkannya mampu berkompetisi secara adil, jujur, dan menjunjung tinggi etika;
- Nilai tambah adalah keunggulan dan manfaat baru dari suatu karya kreatif video

bagi penontonnya, misalkan pada karya video untuk kepentingan ekspresi, edukasi, dan informasi.

3.6. Subsektor Fotografi

Sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.

Kata kunci definisi Fotografi:

- a) Kreativitas, dalam hal ini adalah kemampuan mengolah ide untuk menghasilkan karya kreatif, termasuk di dalamnya keterampilan dan bakat.
- b) Objek foto merupakan benda atau situasi yang ingin direproduksi dalam bentuk gambar atau citra dengan bantuan alat atau media perekam cahaya, atau kamera.
- c) Media perekam cahaya merupakan media yang sensitif terhadap cahaya sehingga dapat menduplikasi gambar atau citra dari objek foto yang memancarkan cahaya.
- d) Media penyimpanan berkas (informasi) merupakan media atau alat yang menyimpan berkas (dalam hal ini adalah informasi gambar).
- e) Media yang menampilkan gambar atau citra merupakan media yang memperlihatkan hasil akhir fotografi dari objek foto.

3.7. Subsektor Kriya

Bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga tematik produknya.

Kata kunci definisi Kerajinan/Kriya:

- a) Seni rupa terapan adalah berupa bentuk gabungan dari berbagai aspek yang melingkupi seni, desain, dan kerajinan (kriya);
- b) Warisan tradisi adalah sesuatu yang yang diteruskan dari generasi ke generasi baik tertulis maupun (sering kali) lisan;
- c) Kontemporer adalah memiliki nilai kekinian dan adanya pengaruh modernisasi;
- d) Fungsional adalah memiliki fungsi khusus dan memberikan solusi atas kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat;
- e) Dekoratif adalah memiliki efek dekorasi;
- f) Material dan eksplorasi alat teknik adalah bahan baku yang digunakan serta teknik produksi dari bahan baku yang digunakan tersebut, misalnya: ukiran kayu; pahat logam; anyaman bambu, eceng gondok, atau tenun;
- g) Tematik produk adalah jenis produk yang dihasilkan, misalnya: perhiasan, furniture, tekstil, produk dekorasi interior, table ware, dan sebagainya.

3.8. Subsektor Kuliner

Kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Kata kunci definisi Kuliner:

- a) Kreativitas yang dimaksud adalah aspek ide baru baik melalui kreasi resep, kreasi cara pengolahan, maupun kreasi cara penyajian yang memberikan nilai tambah pada sebuah makanan dan minuman
- b) Estetika yang dimaksud adalah aspek tampilan dari sebuah makanan dan minuman dengan memperhatikan unsur keindahan sehingga menjadikan produk kuliner tersebut memiliki nilai lebih dan mampu menggugah selera konsumen untuk menikmatinya;
- c) Tradisi yang dimaksud adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan

menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat yang berkaitan dengan kebiasaan dalam mengolah dan mengonsumsi makanan dan minuman.

- d) Kearifan Lokal. Kearifan lokal yang dimaksud adalah identitas suatu daerah berupa kebenaran yang telah tertanam dalam suatu daerah.

3.9. Subsektor Musik

Segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.

Kata kunci Definisi Musik:

- a) Jenis usaha adalah jenis kegiatan atau lembaga usaha yang berhubungan dengan pemberdayaan karya musik untuk memberikan manfaat kepada pelakunya, baik dari segi ekonomi maupun dari segi lainnya;
- b) Kegiatan kreatif adalah kegiatan yang berhubungan dengan pemanfaatan akal manusia untuk mencipta atau mengembangkan karya, dalam hal ini adalah karya musik;
- c) Pendidikan adalah kegiatan yang bertujuan mengembangkan pengetahuan dan kemampuan manusia baik itu formal, nonformal, dan informal;
- d) Kreasi atau komposisi adalah proses penciptaan karya musik yang berbentuk penuangan buah pikiran atau kecerdasan, serta realisasi ide dan gagasan, sehingga menjadi sebuah karya musik yang utuh;
- e) Rekaman adalah pemindahan suara dari alat musik atau vokal manusia ke dalam media perekam seperti pita rekaman, dan menggunakan alat perekam;
- f) Promosi adalah upaya memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen;
- g) Distribusi adalah penyaluran produk musik ke berbagai saluran penjualan produk musik;
- h) Penjualan adalah pengalihan kepemilikan produk musik dengan timbal balik tertentu;

- i) Pertunjukan musik adalah kegiatan mempertunjukkan atau menampilkan karya musik secara langsung ke khalayak ramai;
- j) Karya seni musik adalah hasil daya cipta yang merupakan buah pikiran atau kecerdasan manusia, dalam hal ini yang berbentuk kreasi musik, baik itu dalam bentuk suara maupun cetak.

3.10. Subsektor *Fashion*

Suatu gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok.

Kata kunci definisi *Mode/Fashion*:

- a) Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang yang dapat dilihat dari bahasa, kebiasaan hingga cara berbusana. Mode juga dapat menjadi medium yang digunakan untuk menyatakan sikap dan perasaan dengan memadukan berbagai desain, yang akan menjadi penentu terhadap nilai yang dianut oleh individu atau kelompok tersebut;
- b) Berpenampilan yaitu bukan lagi hanya suatu hal yang dilihat dalam berbusana, tetapi juga gaya berbusana atau berperilaku yang sekaligus merupakan lambang identitas;
- c) Identitas diri atau kelompok adalah representasi ciri khas individu atau kelompok yang dapat berkembang menjadi sebuah budaya. Lebih kompleks lagi, mode dapat berperan sebagai strata pembagian kelas, status, pekerjaan, dan kebutuhan terhadap tren yang sedang berlaku.

3.11. Subsektor Aplikasi dan *Game Developer*

Suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpun balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*).

Kata kunci definisi Aplikasi dan *Game Developer*:

- a) Media merupakan medium penyajian karya permainan interaktif, bisa berupa elektronik, daring, fisik, kartu, meja, atau lainnya;
- b) Aktivitas merupakan kegiatan tertentu yang memiliki tujuan, dalam permainan interaktif biasanya mencapai kesenangan;
- c) Tujuan (*objective*) merupakan target yang harus diselesaikan oleh pemain terhadap sebuah permainan interaktif;
- d) Aturan (*rules*) merupakan suatu mekanisme yang mengatur pemain untuk mencapai tujuan dalam sebuah permainan interaktif.

3.12. Subsektor Penerbitan

Suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar, dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media elektronik, ataupun media daring untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.

Kata kunci definisi Penerbitan:

- a) Konten kreatif adalah suatu informasi yang dikelola melalui proses kreativitas;
- b) Keunikan adalah karya kreatif yang memiliki kekhususan atau keistimewaan, berbeda dari yang lain;
- c) Diproduksi untuk konsumsi publik adalah karya kreatif yang langsung memenuhi keperluan hidup masyarakat (produk massal);
- d) Media adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepada penerima informasi, meliputi media cetak, media daring;
- e) Nilai, yaitu manfaat yang diperoleh, meliputi nilai ekonomi, nilai sosial, nilai seni.

3.13. Subsektor Periklanan

Bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sarannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.

Kata kunci definisi Periklanan:

- a) Konten Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh pihak pengirim (sender) kepada target penerima pesan (receiver) yang dimaksudkan untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik yang bersifat personal maupun nonpersonal ataupun satu arah dan dua arah;
- b) Media merupakan alat untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima baik secara langsung maupun tidak langsung, meliputi: media cetak, media elektronik, dan media digital;
- c) Produk merupakan segala sesuatu yang diiklankan, meliputi barang, jasa, ide, peristiwa, fasilitas, atau orang;
- d) Merek adalah tanda yang dapat berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa;
- e) Pemrakarsa adalah pihak yang ingin menyampaikan sesuatu kepada penerima pesan, meliputi: perusahaan, pemerintah, individu, lembaga nirlaba, dan lembaga-lembaga lainnya.

3.14. Subsektor Televisi dan Radio

Televisi

Kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

Radio

Kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

Kata kunci definisi Televisi dan Radio:

- a) Proses pengemasan yang dimaksud adalah kegiatan pemrograman informasi atau gagasan yang diajukan sebagai ide agar menjadi konten acara televisi dan radio.
- b) Gagasan yang dimaksud adalah rancangan yang tersusun di pikiran para pencetus ide kreasi konten acara yang kemudian dapat dituangkan dalam bentuk konsep akhir atau naskah;
- c) Informasi yang dimaksud merupakan penerangan, pemberitahuan, kabar atau berita terkait suatu kejadian yang nantinya akan dikemas menjadi suatu konten acara yang sifatnya informatif;
- d) Berkualitas dalam hal ini merupakan konten acara yang memiliki standar estetika dan teknis yang baik dengan konten yang sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku, baik sebagai sumber informasi, hiburan, pendidikan, serta unsur persuasi, sehingga dapat memberikan hiburan, pengetahuan, ataupun dampak sosial dan budaya yang positif bagi masyarakat.

3.15. Subsektor Seni Pertunjukan

Cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil (*performers*), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (*audiences*); baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tari; yang terjadi secara langsung (*live*) di dalam ruang dan waktu yang sama, di sini dan kini (*hic et nunc*).

Kata kunci definisi Seni Pertunjukan:

- a) Gagasan adalah struktur pemikiran yang berasal dari perumusan atau perenungan tentang sesuatu yang dapat dituangkan atau memandu pengolahan serta pembentukan suatu wujud atau pementasan karya seni pertunjukan;
- b) Perancang adalah pelaku seni yang menggagas dan merancang konsep awal dan kerangka penciptaan seni pertunjukan;
- c) Penampil adalah pelaku seni yang mewujudkan gagasan pertunjukan dalam bentuk-bentuk yang dapat disaksikan (didengar dan ditonton) oleh pemirsa dalam pementasan karya seni pertunjukan;
- d) Pekerja teknis adalah pekerja seni yang mewujudkan rancangan pertunjukan yang

- bersifat teknis dalam sebuah produksi seni pertunjukan;
- e) Penonton adalah orang yang secara sadar dan aktif datang menyaksikan suatu karya seni pertunjukan;
 - f) Langsung (*live*) adalah keadaan dimana peristiwa pertunjukan berlangsung di dalam ruang dan waktu yang sama di mana penonton dan penampil berada, di sini dan kini (*hic et nunc*).

3.16. Subsektor Seni Rupa

Penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya.

Kata kunci definisi Seni Rupa:

- a) Penciptaan karya adalah proses perwujudan gagasan/ide menjadi sebuah bentuk karya seni. Penciptaan karya adalah inti dan pusat dari seni rupa;
- b) Saling berbagi pengetahuan. Pengetahuan dan kajian seni rupa menjadi faktor penting untuk hadir bersama dengan karya tersebut. Termasuk juga pengetahuan dan kajian tentang konteks sosial, budaya, dan politik di mana karya tersebut diciptakan;
- c) Manifestasi intelektual merupakan dasar dari penciptaan karya adalah perwujudan dari gagasan pikiran intelektual penciptanya;
- d) Keahlian kreatif adalah perwujudan karya terjadi dengan menggunakan keahlian di bidang kreatif;
- e) Mendorong perkembangan budaya. Perkembangan seni rupa mendorong perkembangan budaya nasional melalui gagasan kreatif yang baru dan segar, pada saat yang bersamaan, perkembangan seni rupa menunjukkan dan merekam kemajuan budaya nasional;
- f) Perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistem. Perkembangan industri yang memberi timbal balik ekonomi bagi pelaku dan sistemnya diperlukan untuk keberlanjutan ekosistem.

BAB IV

STRUKTUR DAN PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA DEPOK TAHUN 2018

4.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif

Pada tahun 2018 Nilai PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga berlaku terlihat mengalami peningkatan menjadi sebesar Rp 9.895,59 Milyar dari yang sebelumnya hanya sebesar Rp 8.000,99 Milyar pada tahun 2016. Peningkatan juga terlihat terjadi pada Nilai PDRB Ekonomi Kreatif atas dasar harga konstan 2010 dimana pada tahun 2018 nilainya mencapai sebesar Rp 6.675,26 Milyar lebih tinggi dibandingkan tahun 2016 yang hanya mencapai Rp 5.743,97 Milyar.

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2016 dan 2018 (Juta Rp)

No.	SEKTOR	2016	2018
[1]	[2]	[3]	[4]
1.	Arsitektur	21,932.69	25,755.90
2.	Desain Interior	1,202.34	1,456.87
3.	Desain Komunikasi Visual	724.81	896.10
4.	Desain Produk	3,848.05	4,563.76
5.	Film, Animasi, Video	29,960.40	37,456.20
6.	Fotografi	24,201.44	29,190.63
7.	Kriya	1,413,746.42	1,580,125.45
8.	Kuliner	4,982,980.51	6,397,743.38
9.	Musik	17,713.38	21,422.48
10.	Fashion	1,158,116.42	1,386,586.31
11.	Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	115,175.02	137,884.36
12.	Penerbitan	156,735.08	181,373.63
13.	Periklanan	15,812.90	18,569.33
14.	Televisi dan Radio	9,430.49	11,745.15
15.	Seni Pertunjukkan	33,231.64	40,760.51
16.	Seni Rupa	16,185.11	20,065.37
	Produk Domestik Regional Bruto	8,000,996.70	9,895,595.43

**Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Ekonomi Kreatif Kota Depok
Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2016 dan 2018 (Juta Rp)**

No.	SEKTOR	2016	2018
[1]	[2]	[3]	[4]
1.	Arsitektur	18,571.81	20,642.54
2.	Desain Interior	1,006.89	1,131.60
3.	Desain Komunikasi Visual	602.53	682.16
4.	Desain Produk	3,247.17	3,621.68
5.	Film, Animasi, Video	30,565.42	37,925.21
6.	Fotografi	20,371.29	23,101.69
7.	Kriya	1,037,185.20	1,112,981.17
8.	Kuliner	3,457,940.93	4,139,082.73
9.	Musik	14,604.07	16,662.26
10.	Fashion	871,001.18	990,822.90
11.	Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	104,201.31	120,819.59
12.	Penerbitan	120,844.12	133,940.42
13.	Periklanan	13,389.79	14,882.73
14.	Televisi dan Radio	9,818.12	12,243.53
15.	Seni Pertunjukkan	27,862.61	31,994.11
16.	Seni Rupa	12,754.95	14,730.54
	Produk Domestik Regional Bruto	5,743,967.40	6,675,264.86

4.2. Struktur Ekonomi Kreatif

Berdasarkan perkembangan Nilai Tambah pada tahun 2016 dan 2018, maka dapat diketahui bahwa Pemerintah Kota Depok perlu memberikan perhatian lebih pada sektor Ekonomi Kreatif untuk bisa lebih dikembangkan, karena pada tahun 2018 ekonomi kreatif telah mampu memberikan kontribusi terhadap PDRB Kota Depok mencapai 15,39% meningkat dari yang sebelumnya 15% pada tahun 2016. Tiga subsektor utama yang mendominasi dalam ekonomi kreatif Kota Depok baik pada tahun 2016 maupun 2018 diantaranya adalah subsektor Kuliner, subsektor Kriya dan subsektor Fashion.

**Sharing PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Berlaku
Tahun 2016 dan 2018**

No.	SEKTOR	2016		2018	
		Share thd PDRB Ekraf (%)	Share thd PDRB	Share thd PDRB Ekraf (%)	Share thd PDRB
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
1.	Arsitektur	0.27	0.04	0.26	0.04
2.	Desain Interior	0.02	0.00	0.01	0.00
3.	Desain Komunikasi Visual	0.01	0.00	0.01	0.00
4.	Desain Produk	0.05	0.01	0.05	0.01
5.	Film, Animasi, Video	0.37	0.06	0.38	0.06
6.	Fotografi	0.30	0.05	0.29	0.05
7.	Kriya	17.67	2.65	15.97	2.46
8.	Kuliner	62.28	9.34	64.65	9.95
9.	Musik	0.22	0.03	0.22	0.03
10.	Fashion	14.47	2.17	14.01	2.16
11.	Aplikasi dan Game Developer	1.44	0.22	1.39	0.21
12.	Penerbitan	1.96	0.29	1.83	0.28
13.	Periklanan	0.20	0.03	0.19	0.03
14.	Televisi dan Radio	0.12	0.02	0.12	0.02
15.	Seni Pertunjukkan	0.42	0.06	0.41	0.06
16.	Seni Rupa	0.20	0.03	0.20	0.03
	Produk Domestik Regional Bruto	100.00	15.00	100.00	15.39

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa subsektor kuliner adalah subsektor yang paling mendominasi perekonomian kreatif di Kota Depok, diikuti oleh subsektor kriya dan fashion. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga subsektor tersebut yaitu kuliner, kriya dan fashion perlu mendapatkan perhatian yang lebih khusus, karena terjadinya fluktuasi pada ketiga subsektor ini akan memberikan dampak besar terhadap ekonomi kreatif bahkan perekonomian Kota Depok secara umum.

Subsektor Kuliner pada tahun 2018 memberikan kontribusi terhadap pembentukan ekonomi kreatif di Kota Depok mencapai 64,65%. Dengan demikian, Pemerintah Kota Depok perlu mengembangkan subsektor kuliner ini mengingat potensi dari subsektor ini masih cukup besar. Pemerintah bisa menyediakan tempat-tempat khusus sebagai pusat wisata kuliner agar kuliner di Kota Depok semakin berkembang.

Sharing PDRB Ekonomi Kreatif Kota Depok Atas Dasar Harga Konstan 2010 Tahun 2016 dan 2018

No.	SEKTOR	2016		2018	
		Share thd PDRB Ekraf (%)	Share thd PDRB	Share thd PDRB Ekraf (%)	Share thd PDRB
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
1.	Arsitektur	0.32	0.05	0.31	0.05
2.	Desain Interior	0.02	0.00	0.02	0.00
3.	Desain Komunikasi Visual	0.01	0.00	0.01	0.00
4.	Desain Produk	0.06	0.01	0.05	0.01
5.	Film, Animasi, Video	0.53	0.08	0.57	0.08
6.	Fotografi	0.35	0.05	0.35	0.05
7.	Kriya	18.06	2.58	16.67	2.43
8.	Kuliner	60.20	8.59	62.01	9.02
9.	Musik	0.25	0.04	0.25	0.04
10.	Fashion	15.16	2.16	14.84	2.16
11.	Aplikasi dan Game Developer	1.81	0.26	1.81	0.26
12.	Penerbitan	2.10	0.30	2.01	0.29
13.	Periklanan	0.23	0.03	0.22	0.03
14.	Televisi dan Radio	0.17	0.02	0.18	0.03
15.	Seni Pertunjukkan	0.49	0.07	0.48	0.07
16.	Seni Rupa	0.22	0.03	0.22	0.03
	Produk Domestik Regional Bruto	100.00	14.27	100.00	14.55

Kemudian jika dilihat berdasarkan harga konstan 2010, kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian kota Depok secara umum tidak jauh berbeda dengan keadaan pada harga berlaku baik nilai maupun strukturnya.

4.3. Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif

Sharing ekonomi kreatif terhadap perekonomian Depok secara umum pada tahun 2016 mencapai 15 persen (terhadap PDRB Harga Berlaku). Sedangkan total penduduk yang bekerja di sektor ekonomi kreatif pada tahun 2016 sekitar 110.012 orang atau sekitar 12,01 persen dari pekerja di Kota Depok. Sedangkan jumlah unit usaha ekonomi kreatif pada tahun 2016 sebanyak 50.954 unit usaha, atau sekitar 31,37 persen. Sementara itu, *sharing* ekonomi kreatif terhadap perekonomian Depok secara umum pada tahun 2018 mencapai 15,39 persen (terhadap PDRB Harga Berlaku). Total penduduk yang bekerja di sektor ekonomi kreatif pada tahun 2018 sekitar 122.906 orang atau sekitar 11,95 persen dari pekerja di Kota Depok. Sedangkan jumlah unit usaha ekonomi kreatif pada tahun 2018 sebanyak 56.927 unit usaha. Hal tersebut

mengindikasikan bahwa penduduk yang bekerja di sektor ekonomi kreatif mempunyai produktifitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan sektor ekonomi secara umum

**Jumlah Tenaga Kerja dan Unit Usaha di Sektor Ekonomi Kreatif i Kota Depok
Tahun 2016 dan 2018**

SEKTOR		Tenaga Kerja (Orang)		Unit Usaha (Unit)	
		2016	2018	2016	2018
(1)		(2)	(3)	(4)	(5)
1	Arsitektur	98	109	36	40
2	Desain Interior	95	106	33	37
3	Desain Komunikasi Visual	95	106	33	37
4	Desain Produk	129	144	38	42
5	Film, Animasi, Video	901	1,007	168	188
6	Fotografi	1.389	1,552	437	488
7	Kriya	11.037	12,331	2.211	2,470
8	Kuliner	66.356	74,134	38.534	43,051
9	Musik	689	770	265	296
10	Fashion	21.259	23,751	7.085	7,915
11	Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	1.011	1,129	473	529
12	Penerbitan	2.487	2,778	670	749
13	Periklanan	299	334	40	45
14	Televisi dan Radio	157	175	17	19
15	Seni Pertunjukkan	2.531	2,828	534	597
16	Seni Rupa	1.479	1,652	380	424
PDRB Ekonomi Kreatif		110.012	122.906	50.954	56.927



**Dinas Komunikasi dan Informatika
Pemerintah Kota Depok**

Gedung Dibaleka II Komplek Balaikota Depok Lantai 7

Jl. Margonda Raya No. 54 Depok

Telp. (021) 29402276 dan (021) 7764410

Email: diskominfo@depok.go.id