

PETA JALAN TRANSFORMASI DIGITAL EKONOMI KREATIF

SUB-SEKTOR
MUSIK



Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif /
Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Republik Indonesia



Universitas Sebelas Maret
Surakarta

2022

ROADMAP TRANSFORMASI DIGITAL

Sub-sektor Musik

PENGARAH

Selliane Halia Ishak, S.Kom., M.Si

Dr. Mardiyana, M.Si

M. Azhar Iskandar Zainal, BA (Hons), MBA

Neli Yana, S.Sos., M.Si

PENGEMBANG

Khresna Bayu Sangka, S.E, M.M., Ph.D., CMILT

Dr. Karsono, S.Sn., M.Sn

Dr. Djono, M.Pd

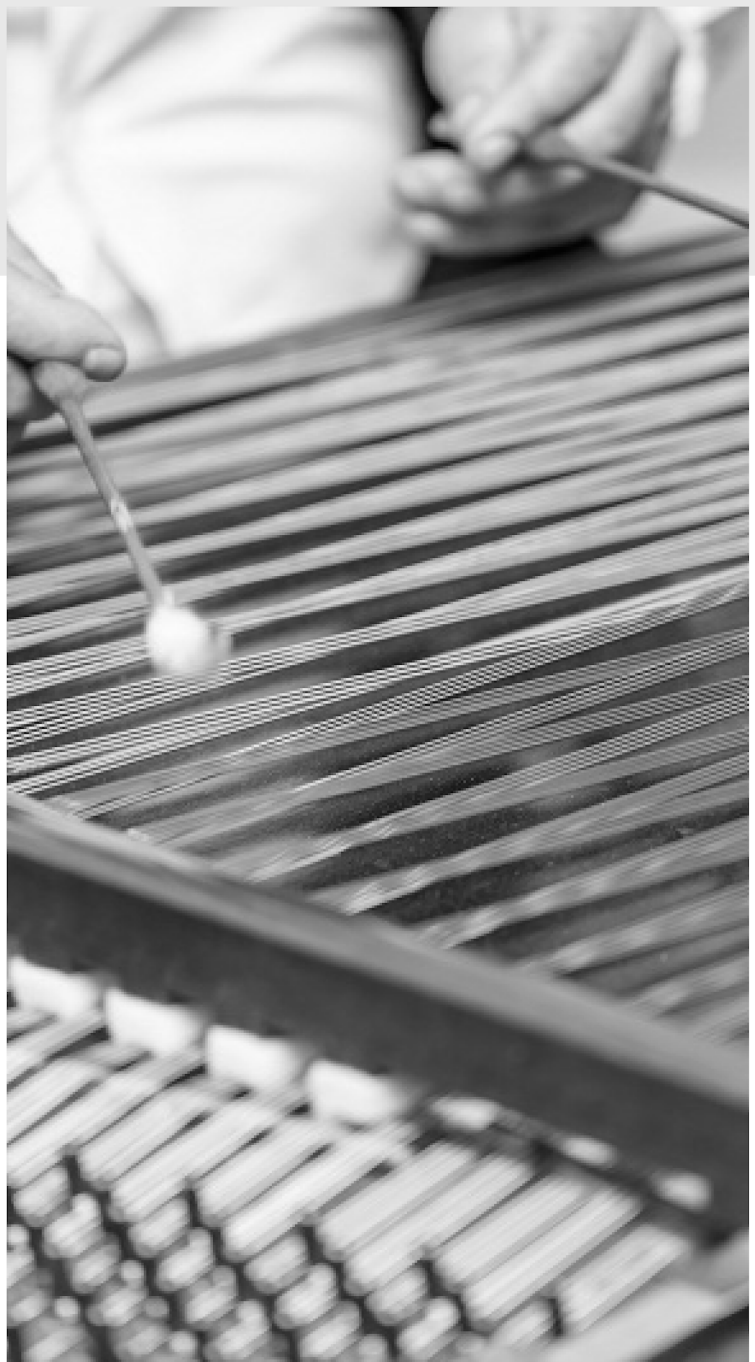
Prof. Dr. Slamet Subiyantoro, M.Si

Jalu Aji Prakoso, S.E., M.Ec.Dev

Muhammad Yudha Faizal, S.T., M.URP

Rochman Hadi Mustofa, S.Pd., M.Pd.

Agus Tri Haryanto, S.Kom., M.Cs



Daftar Isi Laporan

- 01** Kondisi Masyarakat Saat Ini
- 02** Karakteristik Responden
- 03** Permasalahan dan Kesiapan
- 04** Roadmap Transformasi Digital



KONDISI MASYARAKAT SAAT INI

"Kondisi masyarakat Indonesia yang saat ini sudah mulai memasuki era teknologi digital adalah pasar besar bagi produk-produk yang juga dikemas secara digital."

Hal ini dikuatkan oleh kenyataan bahwa masyarakat Indonesia sudah mampu dan terbiasa beradaptasi dalam ekosistem ekonomi digital di beberapa sektor. Misalnya di sektor transportasi, banyak layanan produk jasa yang dikonsumsi masyarakat setiap hari. Selain itu, pada sektor finansial, produk-produk jasa layanan keuangan dan perbankan juga banyak tersedia dan dikonsumsi secara aktif oleh masyarakat dengan berbagai platform serta aplikasi. Pada sektor kebutuhan primer mencakup sandang, pangan, dan papan, banyak juga produk-produk yang dikemas dan didistribusikan memanfaatkan platform digital, bahkan berpotensi mendisrupsi pasar tradisional. Artinya, masyarakat Indonesia dengan jumlah yang besar dan tersebar di berbagai wilayah adalah konsumen berbagai produk digital, menyempang produk tersebut mampu memberikan kontribusi, dibutuhkan bagi kehidupan, dan atau menawarkan kebaruan dalam mengadaptasi perkembangan zaman.

"Kondisi masyarakat yang mulai memasuki ekosistem digital tersebut dalam kenyataannya tidak beriringan dengan perkembangan ekosistem digital dalam industri kreatif di Indonesia. "

Realitas ini dapat ditemui misalnya dalam industri kreatif pada subsektor kuliner, subsektor kriya, dan subsektor musik. Indikator belum terbentuknya ekosistem digital yang komperhensip pada ketiga subsektor di atas dapat dilihat dalam proses produksi, distribusi, maupun tata kelola pendapatan yang diperoleh dari kegiatan ekonomi yang dilakukan. Dalam proses produksi dapat ditemukan kenyataan bahwa pada ketiga subsektor tersebut pengemasan produk yang berbasis teknologi digital masih terbangun secara parsial dan fragmentatif baik dalam konteks kewilayahan, jenis produk, hingga kualitas produksinya. Pada beberapa kenyataan memang sudah terdapat produk-produk kriya, kuliner, maupun musik yang sepenuhnya memasuki ekosistem digital, namun produk-produk tersebut umumnya merupakan produk mutakhir yang berbasis pada kultur modern. Sementara produk kreatif berbasis warisan dan potensi budaya lokal Indonesia masih belum dikemas dalam standar industri yang baku.

Kondisi fragmentatif dan parsial tersebut terjadi juga dalam aktivitas distribusi produk industri kreatif berbasis budaya, di mana dapat dilihat kenyataan bahwa belum banyak produk digital dari ketiga subsektor di atas yang terdistribusi dengan memanfaatkan teknologi digital. Padahal jika dicermati, teknologi digital menyediakan peluang dan potensi yang besar untuk dimanfaatkan sebagai sarana distribusi karena karakteristiknya yang lentur dan dapat menjangkau masyarakat secara luas. Selain itu, produk kreatif berbasis budaya sesungguhnya memiliki potensi yang besar untuk didistribusikan meluas, baik secara lokal, nasional, bahkan internasional. Keragaman budaya suku bangsa dan komunitas di Indonesia adalah sumber produk kreatif yang melimpah dan memiliki daya tarik karena keunikan bentuk dan tentunya keunikan ide, gagasan, serta aspek filosofis yang melingkupinya.



Ekosistem digital yang belum sepenuhnya dapat terbangun dalam aktivitas ekonomi kreatif disebabkan oleh faktor ketimpangan literasi digital pelaku ekonomi kreatif yang dalam perspektif Hobbs (2010: 19) mencakup: peluang akses, kemampuan analisis dan evaluasi, keterampilan penciptaan konten (content create), kemauan merefleksi, dan semangat melakukan aksi. Untuk mengatasi permasalahan ketimpangan tersebut maka perlu disusun peta jalan transformasi digital aktivitas ekonomi kreatif, terutama pada subsektor kriya, kuliner, dan musik.

"Penyusunan peta jalan didasarkan pada realitas kondisi eksisting aktivitas ekonomi kreatif digital yang sudah saat ini mulai terbentuk di Indonesia."

Secara khusus, pada bagian selanjutnya diuraikan hasil analisis terhadap kondisi eksisting aktivitas ekonomi digital pada subsektor musik di dua wilayah daerah pariwisata super prioritas yaitu Magelang dan Minahasa Utara. Hasil analisis tersebut dapat menjadi acuan dasar penyusunan peta jalan transformasi digital ekonomi kreatif, khususnya pada subsektor musik.

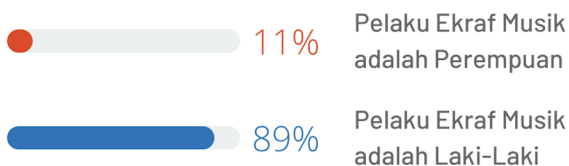
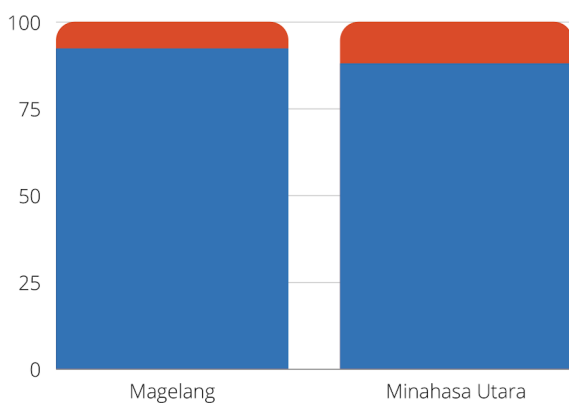
02

Karakteristik Responden

Bagian ini akan menjelaskan secara umum gambaran persebaran atau distribusi data yang diperoleh. Informasi yang akan dijabarkan ke dalam bentuk infografis pada bagian ini meliputi Gender, Lama Berbisnis, Omset, Tingkat Pendidikan, dan Jangkauan Pemasaran. Dengan memberikan gambaran dasar mengenai karakter responden yang ada, diharapkan mampu memberikan sebuah *baseline* kondisi yang akan dihadapi kedepannya.

Gender Pelaku Ekraf

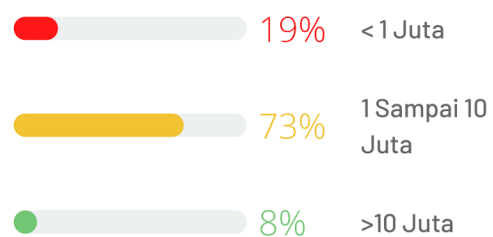
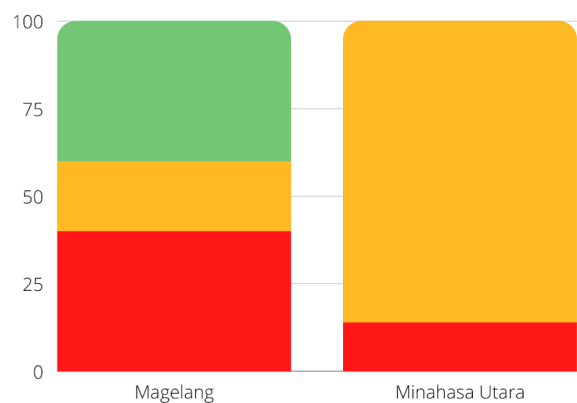
Distribusi gender pelaku ekraf sub-sektor musik dalam persen (%)



"Berdasarkan data yang masuk, di kedua wilayah menunjukkan dominasi gender laki-laki yang menjalankan usaha ekonomi kreatif di sub-sektor musik."

Omset Bulanan

Distribusi omset bulanan di sub-sektor musik dalam persen (%)

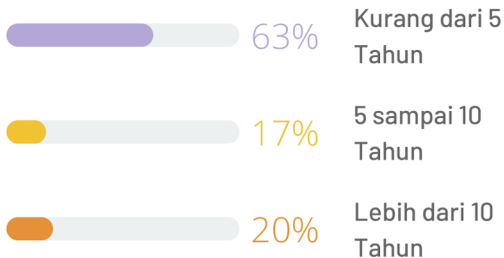
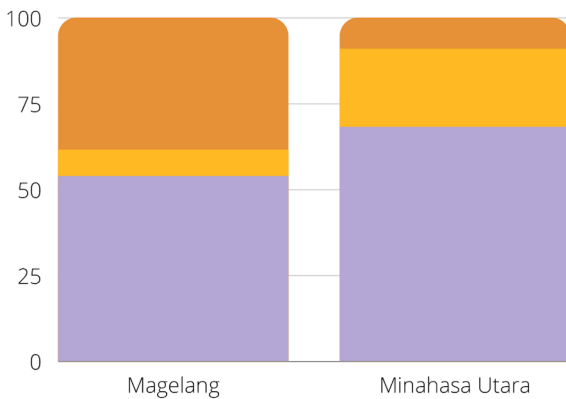


"Sebagian besar Pelaku Ekraf sub-sektor musik memiliki omset usaha setiap bulannya berkisar antara 1-10 Juta Rupiah."



Lama Berbisnis

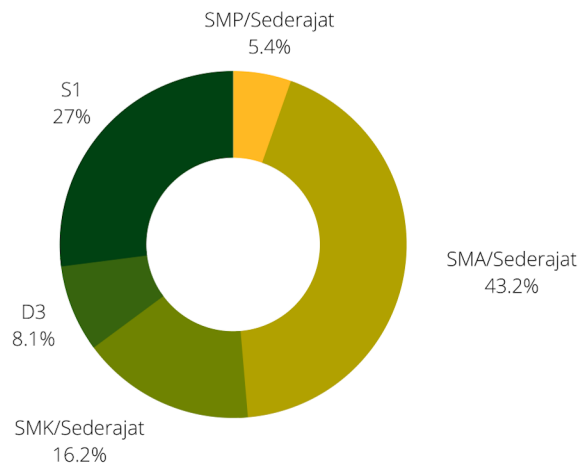
Lama pengalaman pelaku ekraf sub-sektor musik dalam menjalankan bisnisnya



"Lama berbisnis di sub-sektor musik sebagian besar masih cenderung baru, hal ini menandakan bisnis yang berjalan masih sangat memungkinkan untuk menjalankan sebuah transformasi digital."

Tingkat Pendidikan

Distribusi tingkat pendidikan di sub-sektor musik

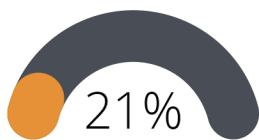
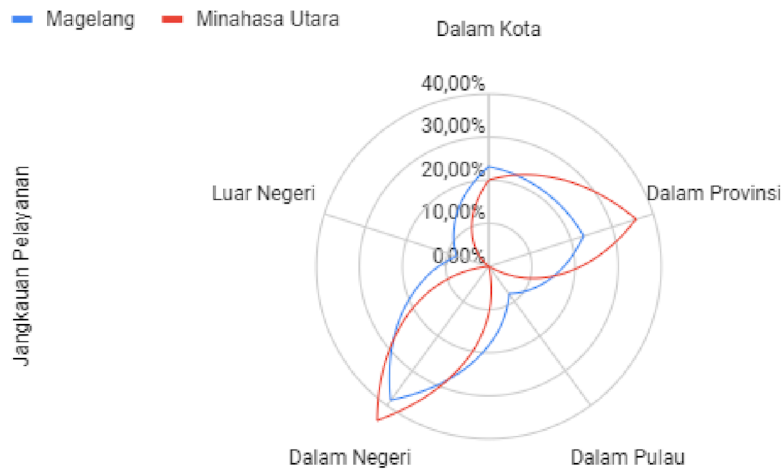


"Sebagian besar pelaku ekonomi kreatif di sub-sektor musik didominasi oleh lulusan SMA dan SMK."

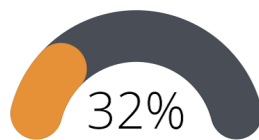
Jangkauan Pemasaran

Jangkauan pemasaran menjadi penting ketika membicarakan mengenai tingkat penetrasi pasar produk ekonomi kreatif. Hal ini menjadi indikator penting sebagai acuan dasar untuk terus dikembangkan.

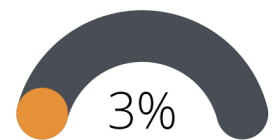
Diagram Radar untuk Jangkauan Pemasaran



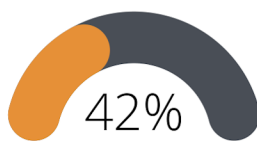
Dalam Kota



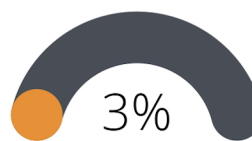
Dalam Provinsi



Dalam Pulau



Dalam Negeri



Luar Negeri

42%

Pelaku Ekraf Musik yang mampu memasarkan karyanya di level nasional.

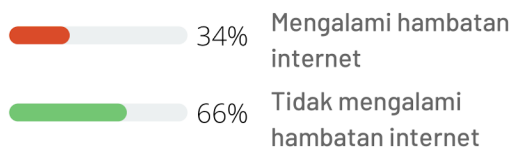
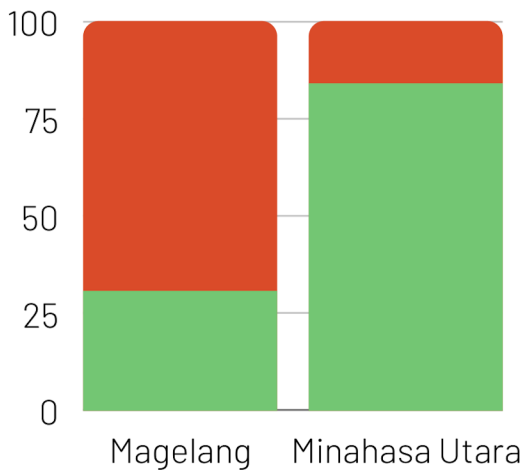
PERMASALAHAN DAN KESIAPAN



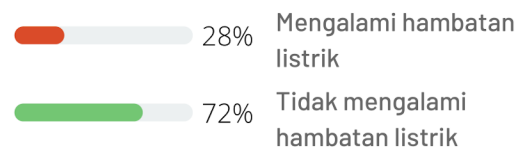
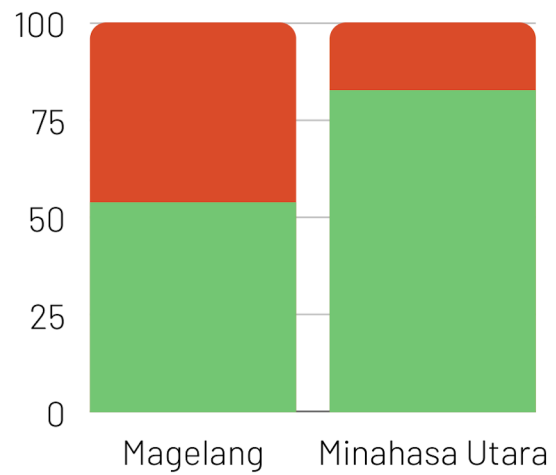
Permasalahan Infrastruktur yang Dialami oleh Pelaku Ekraf Musik

Permasalahan infrastruktur menjadi permasalahan yang selalu muncul dalam pembahasan mengenai transformasi digital. Dalam pembahasan ini, infrastruktur yang menjadi penting adalah mengenai pelayanan akses internet dan jaringan listrik.

Jaringan Internet



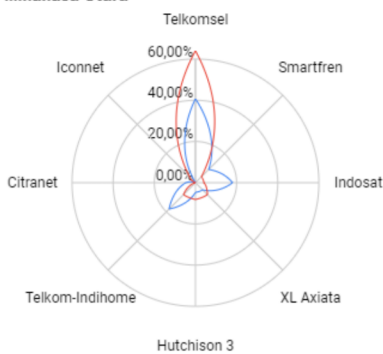
Jaringan Listrik



Provider Internet

Pengguna Layanan Sub-Sektor Musik

— Magelang — Minahasa Utara



Penyedia layanan internet di Magelang bagi pelaku ekraf musik cenderung lebih variatif

31%

Pelaku ekonomi kreatif di sub-sektor musik masih menemui hambatan infrastruktur dalam menjalankan usaha

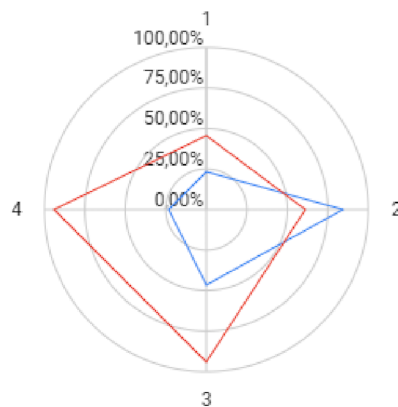
Aspek Kesiapan Bisnis

Kesiapan bisnis merupakan aspek yang menggambarkan tingkat kedewasaan sebuah bisnis yang sedang dijalankan. Aspek ini akan mempertimbangkan mengenai legalitas, perpajakan, pemahaman regulasi, dan pemahaman program yang dikeluarkan oleh pemerintah.

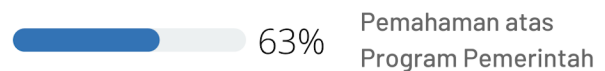
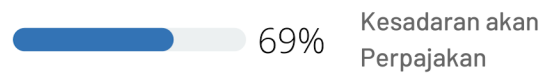
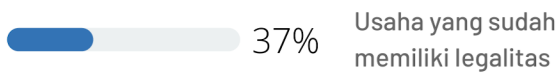
Kesiapan Bisnis

Diagram Radar Kesiapan Bisnis

— Magelang — Minahasa Utara



1. Legalitas
2. Perpajakan
3. Pemahaman Regulasi
4. Pemahaman Program Pemerintah



Pola yang terbentuk menunjukkan bahwa pelaku ekraf musik di Minahasa Utara memiliki kesiapan bisnis yang lebih baik dibandingkan dengan pelaku ekraf musik di Magelang.

Unsur legalitas masih menjadi hal yang perlu dilakukan peningkatan, hal ini bisa menjadi pemicu untuk mendorong pelaku ekraf untuk mendaftarkan usaha yang mereka lakukan secara legal.

60%

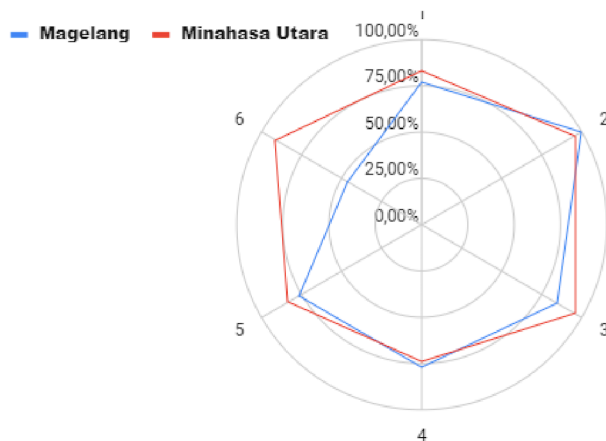
Ketercapaian kesiapan bisnis untuk menjalankan transformasi digital di sub-sektor musik

Aspek Kesiapan SDM

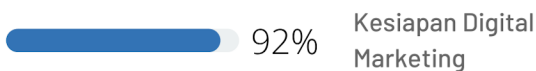
Kesiapan SDM adalah aspek yang membahas mengenai tingkat kemampuan sumber daya manusia yang ada saat ini dalam menghadapi era digital yang sudah berkembang. Khususnya terkait dengan kemampuan-kemampuan yang berkaitan erat dengan tujuan pemasaran di dunia digital.

Kesiapan SDM

Diagram Radar Kesiapan SDM



1. Digital Marketing
2. Media Sosial untuk Pemasaran
3. Kesiapan Digital Marketing
4. Kemampuan Desain Logo
5. Kemampuan Pengoperasian Aplikasi
6. Wawasan Program Pemerintah



Pola yang terbentuk menunjukkan bahwa pelaku ekraf yang ada di Magelang masih lemah pada wawasan program pemerintah, hal ini menunjukkan masih lemahnya sosialisasi atau masih sedikitnya program yang diadakan oleh pemerintah untuk subsektor musik. Secara garis besar, aspek kesiapan SDM memiliki ketercapaian yang tinggi, hal ini mengindikasikan bahwa SDM sudah relatif siap untuk melakukan transformasi digital.

84%

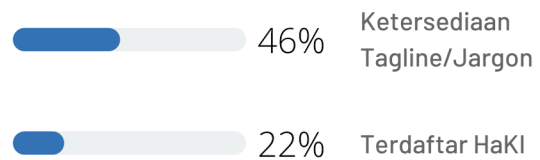
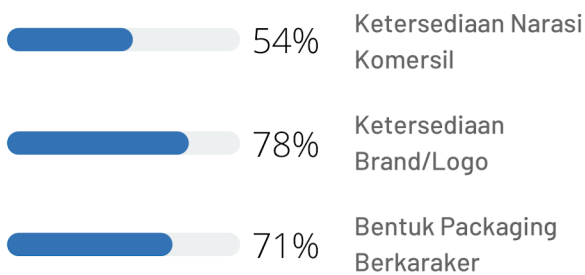
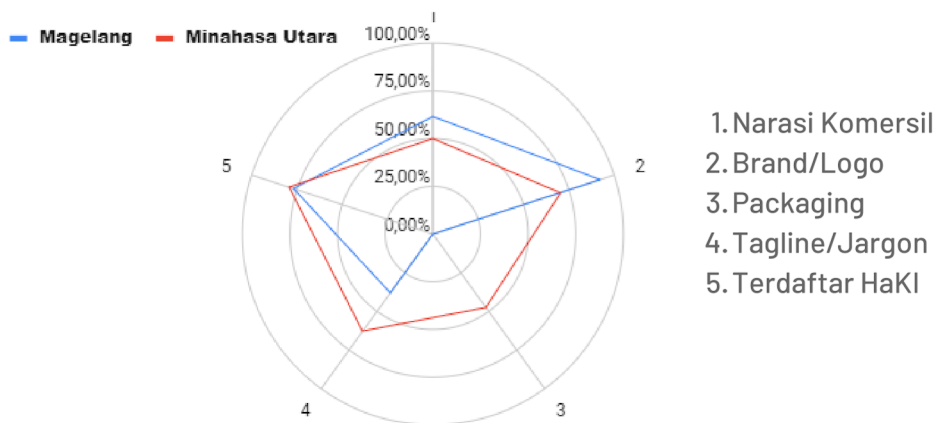
Ketercapaian kesiapan SDM untuk menjalankan transformasi digital di sub-sektor musik

Aspek Kesiapan Produk

Kesiapan SDM adalah aspek yang membahas mengenai produk yang akan dipasarkan dalam ekosistem ekonomi digital. Produk yang dimiliki oleh pelaku ekraf akan dilihat berdasarkan *branding* dan kesiapan mengenai aset intelektual yang melekat di dalamnya.

Kesiapan Produk

Diagram Radar Kesiapan Produk



Produk Musik yang terdaftar ke dalam Kekayaan Intelektual terhitung masih sangat sedikit, hal ini perlu didorong melalui program maupun sosialisasi untuk para pelaku ekraf musik.

Kemampuan pembuatan narasi komersil atau *copywriter* dapat ditingkatkan sebagai materi pelengkap produk menuju pemasaran di dalam ekosistem digital.

54%

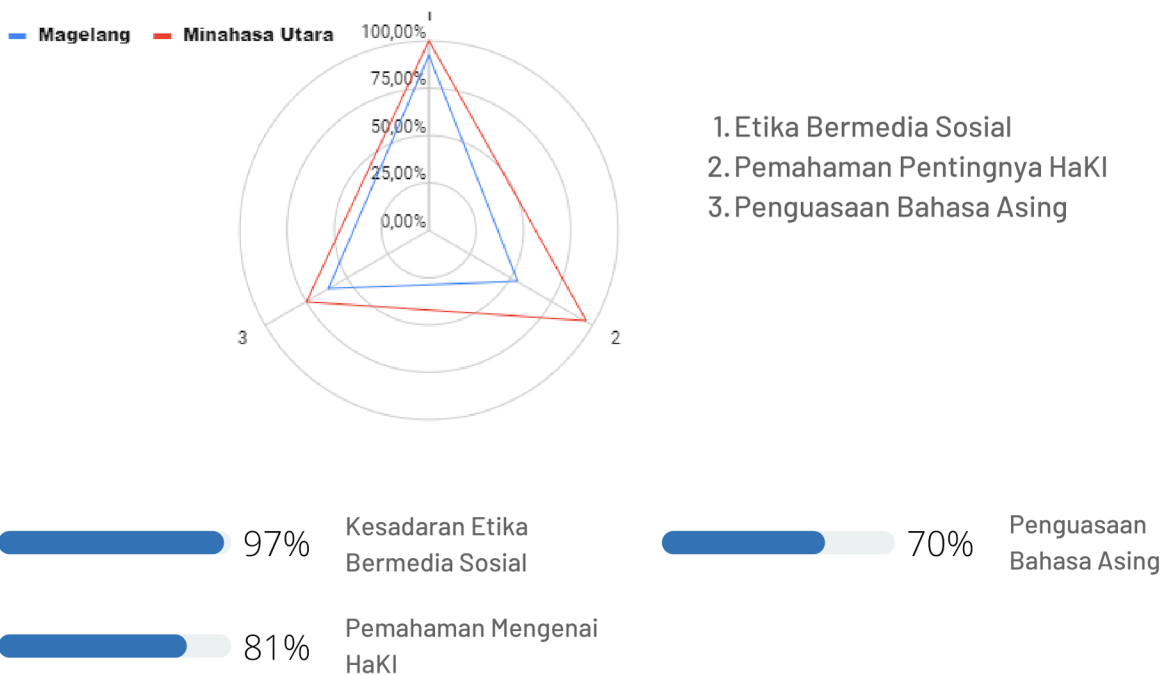
Ketercapaian kesiapan produk untuk menjalankan transformasi digital di sub-sektor musik

Aspek Digital Citizenship

Digital citizenship merupakan kesadaran atas hal-hal yang baik ataupun hal yang salah ketika berinteraksi secara digital. Konsep ini menunjukkan kecerdasan perilaku teknologi, dan kemampuan untuk membuat pilihan yang tepat ketika menggunakan teknologi digital. Melalui aspek ini, diharapkan kedepannya masyarakat mampu memanfaatkan secara optimal teknologi informasi untuk membangun komunitas, bekerja, dan berekreasi.

Digital Citizenship

Diagram Digital Citizenship



Sosialisasi mengenai pentingnya Properti Intelektual masih perlu dilakukan, khususnya kepada pelaku ekraf sub-sektor musik yang ada di Magelang.


Penguasaan Bahasa Asing juga dapat dioptimalkan melalui berbagai program pelatihan, khususnya pada bahasa asing yang sering digunakan pada pasar pariwisata yang ada di daerah terkait.

83%

Ketercapaian digital citizenship untuk menjalankan transformasi digital di sub-sektor musik

ROADMAP TRANSFORMASI DIGITAL





"Musik merupakan produk budaya tata bunyi yang dikreasikan oleh manusia sehingga menghasilkan gugusan yang dapat dinikmati keindahannya dengan cara didengarkan (auditif)."

Merujuk pada Oxford English Dictionary, Netll (2005, p. 18) menjelaskan musik sebagai salah satu bidang seni yang tersusun dari kombinasi bunyi sebagai media mengekspresikan perasaan atau pemikiran keindahan manusia. Musik mustahil tercipta tanpa adanya pemikiran, tindakan, dan daya kreasi manusia. Karya musik adalah produk budaya yang memiliki struktur dan tidak akan pernah terbentuk tanpa adanya peranan manusia penciptanya, yang biasa disebut sebagai seniman musik, baik itu seniman musik dalam konteks perannya sebagai musisi maupun komponis (Merriam, 1964). Merujuk pada pemikiran di atas maka dapat dirumuskan secara sederhana bahwa musik adalah budaya tata bunyi untuk mengekspresikan keindahan pikiran dan perasaan manusia. Dalam proses mewujudkan musik diperlukan adanya kontribusi pikiran dan perasaan. Keterlibatan unsur pikiran dan perasaan inilah yang menjadi dasar untuk menyatakan bahwa musik adalah produk kreatif sebuah kebudayaan.

"Ekspresi keindahan (aesthetic) pikiran dan perasaan manusia menjadikan musik digolongkan sebagai produk budaya yang disebut seni (art)."

Istilah musik sesungguhnya merupakan kata serapan dari Bahasa Inggris yaitu "music", meskipun dalam penelusuran sejarah istilah tersebut berasal dari Bahasa Yunani yakni "Mousikos", sebuah istilah untuk menyebut Dewa Keindahan yang menaungi ilmu dan seni. Di Indonesia istilah musik sudah umum digunakan dalam konteks kebahasaan untuk menyebut budaya tata bunyi, meskipun sebenarnya di dalam konteks budaya suku-suku di Nusantara istilah tersebut tidak dikenal. Masyarakat Nusantara memiliki istilah emik (bahasa lokal) yang beragam untuk menyebut budaya tata bunyi, misalnya masyarakat Jawa menyebutnya dengan istilah Karawitan atau gamelan, masyarakat Bali menyebutnya dengan istilah gambelan atau gangse, di Lampung budaya tata bunyi tradisi disebut sebagai Gamolan, di Sumatera Barat disebut Talempong, di Minahasa memiliki budaya tata bunyi yang disebut Kolintang, dan masih banyak yang lainnya. Beberapa contoh tersebut menunjukkan bahwa budaya menata bunyi sebagai ekspresi keindahan merupakan kebiasaan budaya yang sudah sejak lama ada di Nusantara, dan terwariskan hingga saat ini, meskipun tidak menggunakan konsep "musik" untuk menyebutnya.



Rumusan Peta Jalan Transformasi Digital Sub-Sektor Musik

Berdasarkan kenyataan penggunaan istilah dan realitas konteks budaya di atas, maka rumusan peta jalan transformasi digital dalam subsektor musik dapat diartikan sebagai peta jalan transformasi digital untuk budaya tata bunyi yang ada di Indonesia. Dalam rumusan yang sederhana, transformasi digital bermakna sebagai perubahan budaya tata bunyi dari berbagai komunitas dan suku-suku di Indonesia, yang sebelumnya tersaji secara konvensional, dikonstruksikan kembali ke dalam kemasan berformat digital. Langkah kerja digitalisasi musik dilakukan dalam bentuk mengubah peristiwa atau produk penataan bunyi ke dalam pencatatan data dan kode binary yang dapat diputar atau disajikan kembali dengan dukungan perangkat keras dan perangkat lunak.

Dengan wujudnya yang digital, musik berpotensi untuk dapat didistribusikan lebih mudah dengan persyaratan teknis dan persyaratan ekonomis tertentu. Digitalisasi produk musik tersebut dapat menjadi titik tolak terbangun ekosistem ekonomi digital dalam subsektor musik untuk nantinya berkembang sebagai sebuah industri kreatif. Dengan kekayaan ragam musik di Indonesia yang dirawat oleh komunitas dan kelompok masyarakat dengan latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi yang beragam, maka terbentuknya ekosistem digital musik dapat berpotensi mengangkat sektor kehidupan ekonomis masyarakat secara luas. Untuk melakukan transformasi ekosistem digital yang bertujuan membangun penguatan ekonomi kreatif pada subsektor musik perlu melibatkan berbagai elemen pelaku budaya yang dapat bersinergi secara sistemik. Elemen-elemen tersebut yaitu: Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media. Keempat unsur tersebut berkontribusi melalui relasi rangkaian pentahelix dalam proses transformasi ekosistem ekonomi digital, baik itu pada proses produksi, distribusi, dan tata Kelola Hasil keekonomiannya.

"Kerangka sinergi peran antar elemen dalam relasi pentahelix tersebut merupakan peta jalan transformasi ekonomi digital yang secara sederhana dapat dirinci ke dalam tiga domain utama yaitu: domain input, domain proses, dan domain output."

Pentahelix

"Sebuah referensi dalam pengembangan sinergitas antar instansi untuk mencapai tujuan"

Peran kolaborasi pentahelix memiliki tujuan untuk berinovasi dan berkontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi sebuah daerah. Konsep ini akan menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, menciptakan pengalaman, serta nilai manfaat demi memberikan keuntungan pada masyarakat dan lingkungan sekitar



Akademisi

Meliputi para dosen di perguruan tinggi, sarjana, peneliti mandiri, dan pendidik di berbagai jenjang yang bersedia melakukan pengkajian atas realitas kondisi yang ada di sekitar.



Bisnis

Pelaku bisnis dalam konteks transformasi digital ekonomi kreatif adalah para pemilik modal yang terbiasa melakukan transaksi ekonomi dengan tujuan mendapatkan keuntungan.



Komunitas

Komunitas dalam sebagai elemen pendukung transformasi digital merujuk pada masyarakat sebagai produsen dan masyarakat yang peduli terhadap sektor ekonomi kreatif.



Pemerintah

Dalam konteks transformasi digital ekraf adalah para pengambil kebijakan baik di tingkat daerah maupun di tingkat pusat.



Media

Media dalam transformasi ekosistem digital merujuk pengertiannya pada sarana pengirim pesan yang berpotensi mempublikasikan dan mendistribusikan produk secara digital.

Peran Akademisi

Peran Sosialisasi dan Pendampingan

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Memberikan program peningkatan literasi digital kepada pelaku ekonomi kreatif konvensional	Pembekalan Etika dan Strategi Digital Marketing	Perguruan Tinggi dengan Jurusan Ekonomi, Bisnis, dan Digital Marketing			
Mengembangkan dan memfasilitasi kerjasama pendidikan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif dengan lembaga pendidikan formal dan informal	Penelitian Potensi Ekonomi Digital Musik	Perguruan Tinggi dengan Jurusan Seni Musik, dan Ekonomi			
mendorong penguasaan teknologi dalam rangka pengisian kanal digital berupa katalog nasional produk ekonomi kreatif	Pendampingan Penciptaan Karya Musik Digital	Perguruan Tinggi Jurusan Seni Musik			
memberikan pelatihan pemanfaatan kanal digital kepada pelaku ekonomi kreatif	Pengembangan Pedoman Hak Cipta Karya Musik dan Negosiasi Bagi Hasil	Perguruan Tinggi Jurusan Seni Musik dan Hukum			



Peran Akademisi

Peran Kajian dan Pembuatan Inovasi

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Menyusun regulasi terkait upaya peningkatan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif	Produksi Prototipe Rekaman Studio Lapangan (Field Recording)	Perguruan Tinggi Jurusan Seni Musik			
Memberikan pedoman pemanfaatan teknologi informasi yang mampu mendukung digitalisasi produk ekonomi kreatif	Penciptaan Karya Musik Inovatif	Perguruan Tinggi Jurusan Seni Musik			
melakukan pemetaan terhadap penguasaan teknologi informasi subsektor ekonomi kreatif	Penelitian Estetika-Artistik Musik	Perguruan Tinggi Jurusan Seni Musik			



Peran Akademisi

Monitoring dan Evaluasi

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Melakukan penilaian secara berkala terhadap capaian literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif	Evaluasi Transformasi Digital pada Sub-Sektor Musik dari Peran Komunitas	Perguruan Tinggi Jurusan Seni Musik, dan Ekonomi			
Membentuk studi komparasi dari aktivitas ekonomi kreatif dengan negara lain	Evaluasi Transformasi Digital pada Sub-Sektor Musik dari Peran Pemerintah dan Bisnis	Perguruan Tinggi Jurusan Seni Musik, dan Ekonomi			



Peran Bisnis

Penyediaan Platform dan Fasilitas - 1



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Menyusun regulasi terkait upaya peningkatan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif	Penyediaan Data Potensi Bisnis Musik Digital	Penyedia Digital Streaming Platform			
memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif dalam mendigitalisasi produk yang dihasilkan	Pembiayaan dengan Bunga Rendah untuk Produksi Karya	Perbankan			
membentuk ekosistem pasar produk ekonomi kreatif yang terdigitalisasi	Pemetaan Pasar Penikmat Musik dalam Format Digital	Penyedia Digital Streaming Platform			
memfasilitasi kolaborasi dan linkage antar pelaku usaha ekonomi kreatif dalam rangka mewujudkan produk turunan terdigitalisasi	Pengembangan Platform Digital untuk Kreasi Musik Nusanantara	Penyedia Digital Streaming Platform			
Meningkatkan penyediaan dan performa jaringan infrastruktur internet di seluruh wilayah hingga ke tingkat perdesaan guna memfasilitas pelaku ekonomi kreatif di daerah	Penyediaan Platform untuk Menyajikan Karya Musik Digital	Penyedia Digital Streaming Platform			

Peran Bisnis

Penyediaan Platform dan Fasilitas - 2



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Meningkatkan layanan infrastruktur logistik keseluruhan penjuruh wilayah di Indonesia	Pengembangan Bisnis Logistik dan Bisnis Penyedia Internet	Penyedia Internet dan Logistik			
mendorong perkembangan pasar digital dengan segmentasi produk ekonomi kreatif di Indonesia	Pengembangan Kerjasama Pelatihan Pasca Recording	Perusahaan Major Label			
mewujudkan pasar digital yang aksesible bagi pelaku ekonomi kreatif yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia	Pengembangan Platform Streaming Musik yang Dapat Dijalankan secara Lebih Mudah	Penyedia Digital Streaming Platform			
memberikan fasilitasi kepada pelaku ekonomi kreatif terkait perkembangan permintaan atas produk ekonomi kreatif secara global	Memberikan Informasi Mengenai Tren dan Arah Perkembangan Karya Musik di Dunia	Penyedia Digital Streaming Platform dan Perusahaan Major Label			
memberikan fasilitasi terhadap inovasi produk digital kontemporer antar subsektor.	Menyediakan Platform Penggabungan dan Kolaborasi Antar Sub-Sektor	Event Organizer dan Perusahaan Major Label			

Peran Bisnis

Penyediaan Platform dan Fasilitas - 2



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Meningkatkan layanan infrastruktur logistik keseluruhan penjuruh wilayah di Indonesia	Pengembangan Bisnis Logistik dan Bisnis Penyedia Internet	Penyedia Internet dan Logistik			
mendorong perkembangan pasar digital dengan segmentasi produk ekonomi kreatif di Indonesia	Pengembangan Kerjasama Pelatihan Pasca Recording	Perusahaan Major Label			
mewujudkan pasar digital yang aksesible bagi pelaku ekonomi kreatif yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia	Pengembangan Platform Streaming Musik yang Dapat Dijalankan secara Lebih Mudah	Penyedia Digital Streaming Platform			
memberikan fasilitasi kepada pelaku ekonomi kreatif terkait perkembangan permintaan atas produk ekonomi kreatif secara global	Memberikan Informasi Mengenai Tren dan Arah Perkembangan Karya Musik di Dunia	Penyedia Digital Streaming Platform dan Perusahaan Major Label			
memberikan fasilitasi terhadap inovasi produk digital kontemporer antar subsektor.	Menyediakan Platform Penggabungan dan Kolaborasi Antar Sub-Sektor	Event Organizer dan Perusahaan Major Label			



Peran Komunitas dalam Mengenali Karya Musik

"Sebagai sebuah seni yang diwujudkan dari aktivitas budaya tata bunyi, produk karya musik dalam konteks "alamiah" (konvensional) memiliki karakteristik khas yaitu mewujud secara abstrak dalam ruang dan berlalu dalam waktu."

Secara alamiah musik yang sudah disajikan oleh musisi dan didengarkan oleh audiens akan selesai dalam waktu. Untuk menikmatinya kembali maka harus meminta musisi memainkannya. Proses penyajian ulang inipun tidak akan lagi sama persis dengan penyajian sebelumnya karena terdapat variabel rasa dan suasana penyaji ketika mengulang sajiannya. Karakteristik ini tentunya berbeda dengan karya kriya atau kuliner yang berwujud konkret serta dapat "terbekukan" (freezing) dalam ruang dan waktu.

Selain keunikan dalam karakteristik ruang dan waktu, karya musik dalam produksinya juga memiliki perbedaan dengan material produksi yang digunakan oleh seni kriya, seni rupa, maupun produk kuliner misalnya. Bahan baku kriya dan kuliner jelas berasal dari berbagai benda konkret yang jelas terlihat dan teraba. Material bahan baku tersebut dapat berasal dari benda-benda di sekitar kehidupan manusia yang dapat memasok produksi. Berbagai bahan baku tersebut berada di ruang hidup manusia yang tidak mudah diidentifikasi sehingga tentunya tidak mudah untuk mengukur dan memastikan jumlah ketersediaannya.

"Di dalam produk musik, bahan bakunya adalah ide, gagasan, bunyi, dan idiom-idiom bunyi artistik yang bentuknya abstrak."

Berbagai bahan baku tersebut berada di ruang hidup manusia yang tidak mudah diidentifikasi sehingga tentunya tidak mudah untuk mengukur dan memastikan jumlah ketersediaannya.

Berdasarkan karakteristik ruang, waktu, dan material tersebut maka di dalam rantai produksi musik, seniman musik (musisi dan komponis) dapat dilihat sebagai sumber bahan baku sekaligus produsennya. Sebagai bahan baku seniman musik adalah penyedia ide, gagasan, dan idiom bebunyian artistik. Sementara sebagai produsen, mereka mewujudkan ide itu ke dalam karya musik melalui teknik permainan instrumen memanfaatkan keterampilan yang melekat di dalam dirinya. Posisi alat musik musik disini juga unik, karena ia bisa merupakan bahan baku bunyi, sekaligus "mesin" produksi musik. Dengan bentang kerumitan karakteristik karya musik tersebut, maka dalam penyusunan peta transformasi digital subsektor musik perlu dibuat penyederhanaan agar insan musik Indonesia lebih mudah menapakinya.

"Salah satu strategi penyederhanaan yang dapat dilakukan yaitu dengan menyandarkan identifikasi musik pada kecenderungan ide, kecenderungan pilihan bunyi, dan kecenderungan idiom musikal yang digunakan, yang sudah tersusun dalam klasifikasi musik pada ilmu musikologi maupun etnomusikologi (Merriam, 1995)."

Peran Komunitas

Penguatan secara Individu dan Kelompok

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Melakukan penilaian secara berkala terhadap capaian literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif	Melakukan Digitalisasi Kreasi Musik Nusantara	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			
Menciptakan kelompok peduli literasi digital dari kalangan pelaku ekonomi kreatif	Pembentukan Kelompok Kerja Transformasi Digital Karya Musik	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			
Menetapkan peta sebaran pelaku ekonomi kreatif dalam rangka pembentukan database ekosistem ekonomi kreatif yang terdigitalisasi	Identifikasi Komunitas dan Pelaku Seni Musik	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			
memfasilitasi kolaborasi dan linkage antar pelaku usaha ekonomi kreatif dalam rangka mewujudkan produk turunan terdigitalisasi	Festivalisasi Musik	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			
Memfasilitasi sertifikasi penguasaan teknologi digital bagi pelaku usaha ekonomi kreatif	Melakukan Proses Penciptaan Karya Individual dan Kolektif	Komunitas Pelaku Ekonomi Kreatif			



Peran Pemerintah

Fasilitasi Kolaborasi



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Mengembangkan dan memfasilitasi kerjasama pendidikan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif dengan lembaga pendidikan formal dan informal	Pengoptimalan Program Kerjasama Pendidikan Ekonomi dan Pariwisata	Kemenparekraf dan Kemendikbud			
memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif dalam mendigitalisasi produk yang dihasilkan	Pengembangan Pusat Produksi Musik Digital	Kemenparekraf dan Pemerintah Daerah			
memfasilitasi kolaborasi dan linkage antar pelaku usaha ekonomi kreatif dalam rangka mewujudkan produk turunan terdigitalisasi	Pengembangan Program Kolaborasi antar Pelaku Ekonomi Kreatif dan Industri Besar	Kemenparekraf dan Pemerintah Daerah			
Meningkatkan sinergi, koordinasi dan kolaborasi secara pentahelix dalam pengembangan	Peningkatan Sinergi, Koordinasi, Antar Lembaga	Kemenparekraf dan Pemerintah Daerah			
Mewujudkan terbentuknya lembaga yang mendukung percepatan pengembangan ekonomi kreatif menuju transformasi digital	Penetapan Kelompok Kerja Transformasi Digital Sektor Ekonomi Kreatif di Kabupaten/Kota	Pemerintah Daerah			

Peran Pemerintah

Penguatan Database



Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Menetapkan peta sebaran pelaku ekonomi kreatif dalam rangka pembentukan database ekosistem ekonomi kreatif yang terdigitalisasi	Pengembangan Database dalam Koridor Satu Data mengenai Pelaku Ekonomi Kreatif khususnya di Sub-Sektor Musik	Kememparekraf, KemenpanRB, dan Kemenkominfo			
melakukan pemetaan terhadap penguasaan teknologi informasi subsektor ekonomi kreatif	Identifikasi Aktor Pelaku Sub-Sektor Musik	Kememparekraf			
melakukan pemetaan terhadap jaringan distribusi produk ekonomi kreatif baik di pasar dalam negeri dan luar negeri	Identifikasi Jaringan Distribusi Produk Ekonomi Kreatif Digital	Kememparekraf dan Kemendag			

Peran Pemerintah

Penyediaan Infrastruktur

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Meningkatkan penyediaan dan performa jaringan infrastruktur internet di seluruh wilayah hingga ke tingkat perdesaan guna memfasilitas pelaku ekonomi kreatif di daerah	Perluasan Coverage Area Jaringan Internet	Kemenkominfo			
Meningkatkan layanan infrastruktur logistik keseluruhan penjurur wilayah di Indonesia	Perluasan Jangkauan Layanan Logistik secara Efisien	Kemendag dan Kemenhub			
Mempermudah akses layanan promosi digital yang difasilitasi pemerintah	Pengembangan E-Catalog Ekonomi Kreatif yang terpadu	Kemenparekraf			
memberikan fasilitasi terhadap inovasi produk digital kontemporer antar subsektor.	Pembangunan Creative Hub	Kemenparekraf dan BUMN			



Peran Pemerintah

Penyediaan Kebijakan dan Anggaran

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Meningkatkan anggaran pendidikan literasi digital bagi pelaku ekonomi kreatif konvensional	Perencanaan Pembiayaan Infrastruktur dan Fasilitas Kolaborasi Lintas Aktor dalam Sub-Sektor Musik	Kemenparekraf			
Membentuk studi komparasi dari aktivitas ekonomi kreatif dengan negara lain	Pelaksanaan Studi Banding ke Negara dengan Iklim Ekonomi Kreatif yang Sudah Maju	Kemenparekraf			
Memberikan pedoman pemanfaatan teknologi informasi yang mampu mendukung digitalisasi produk ekonomi kreatif	Pengembangan Buku Pintar Pemanfaatan TIK untuk Digitalisasi Produk Ekonomi Kreatif	Kemenparekraf dan Kemenkominfo			
Terwujud regulasi yang mampu menghasilkan ruang kreativitas bagi pelaku ekonomi kreatif menuju transformasi digital	Pengembangan Rancangan Kebijakan Percepatan Transformasi Digital Ekonomi Kreatif	Kemenparekraf dan Kemenkominfo			
Tersedia regulasi yang mengutamakan pengembangan ekonomi kreatif menuju transformasi digital	Penetapan Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital Sub-Sektor Musik	Kemenparekraf dan Kemenkominfo			



Peran Pemerintah

Sosialisasi dan Pendampingan

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Memberikan program peningkatan literasi digital kepada pelaku ekonomi kreatif konvensional	Sosialisasi dan Pendampingan Peningkatan Literasi Digital	Kemenparekraf dan Kemenkominfo			
mendorong penguasaan teknologi dalam rangka pengisian kanal digital berupa katalog nasional produk ekonomi kreatif	Sosialisasi dan Pendampingan Peningkatan Penggunaan Perangkat Digital untuk Bisnis	Kemenparekraf dan BUMN			
memberikan pelatihan pemanfaatan kanal digital kepada pelaku ekonomi kreatif	Sosialisasi dan Pendampingan Pemanfaatan Kanal Digital	Kemenparekraf dan BUMN			
memberikan pelatihan dan pengembangan produk ekonomi kreatif yang memiliki keterbaruan dan terdigitalisasi	Sosialisasi dan Pendampingan Produksi Musik Digital	Kemenparekraf			
Memfasilitasi sertifikasi penguasaan teknologi digital bagi pelaku usaha ekonomi kreatif	Pelaksanaan Sertifikasi terkait Penguasaan Teknologi	BSSN			



Peran Media

Publikasi dan Pelatihan

Strategi	Interpretasi Kegiatan	Potensi Kerjasama	Pelaksanaan 2023	Pelaksanaan 2024	Pelaksanaan 2025
Memberikan program peningkatan literasi digital kepada pelaku ekonomi kreatif konvensional	Publikasi Program Percepatan Transformasi Digital di Sub-Sektor Musik	Media Online Lokal dan Nasional			
Menciptakan kelompok peduli literasi digital dari kalangan pelaku ekonomi kreatif	Publikasi Program Kelompok Peduli Literasi Digital	Media Online Lokal dan Nasional			
memberikan pelatihan pemanfaatan kanal digital kepada pelaku ekonomi kreatif	Pelatihan Penggunaan Internet untuk Pemasaran	Media Online Lokal dan Nasional			
memberikan pelatihan dan pengembangan produk ekonomi kreatif yang memiliki keterbaruan dan terdigitalisasi	Pelatihan Penggunaan Internet untuk Riset Pasar	Media Online Lokal dan Nasional			





Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif /
Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Republik Indonesia



Universitas Sebelas Maret
Surakarta