

# TANTANGAN INDUSTRI KREATIF: INDUSTRI PERBUKUAN NASIONAL DAN PENGEMBANGAN MINAT BACA

Bambang Wasito Adi

Program Studi Penerbitan, Jurusan Penerbitan, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta

## ***Abstract:***

*This literature review on the creative industry aims to describe the creative economy, in particular on publishing subsector. Future economic trends that are being switched from the era of information technology to the creative economy become its own challenges for the book publishing world nationwide. Results of the review indicate that the direction of the world economy will switch to creative industries, industries that rely on the idea of creativity as the main capital development of a country. The challenge on the national book industry is how to develop reading interest that can be a deposit of human resource development.*

***Keywords:*** industry, creative, book, reading interest

## **PENDAHULUAN**

Seperti diketahui bahwa evolusi perkembangan perekonomian dunia dimulai dari ekonomi berbasis pertanian kemudian bergeser pada ekonomi berbasis industri dan yang baru saja dilewati dan masih berlangsung adalah ekonomi berbasis informasi teknologi. Belum lagi kita selesai terkagum-kagum dengan dahsyatnya gelombang ekonomi berbasis teknologi informasi yang dengan amat cepat telah mengubah tata peradaban dunia kini pada saat yang bersamaan secara tidak sadar telah hadir di tengah masyarakat saat ini adalah yang oleh Richard Florida dalam bukunya berjudul *“The rise of the creative class”* disebut sebagai masyarakat kreatif, yaitu kelompok masyarakat yang mata pencahariannya berbasis kepada ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif adalah nilai tambah ekonomi yang bersumber dari kreativitas individu yang mempunyai kemampuan pengetahuan, teknologi, dan seni-budaya sebagai penghasil

barang, jasa ataupun karya seni. Kelas masyarakat kreatif inilah yang saat ini mulai tumbuh di berbagai negara termasuk di Indonesia, oleh Richard, masyarakat kelas inilah yang diprediksi akan memberikan warna baru dalam tata kehidupan ekonomi, sosial, dan kemasyarakatan pada masa depan.

Artikel ini mendiskusikan cara menjawab tantangan ke depan dalam upaya untuk mendorong pengembangan sektor industri kreatif nasional secara umum. Mengingat bahwa bidang industri penerbitan dan percetakan merupakan satu di antara subsektor industri kreatif maka diskusi akan diarahkan untuk membahas tantangan industri tersebut serta dampaknya pada budaya baca dan industri perbukuan nasional.

Oleh sebab itu, artikel ini terlebih dulu akan mendiskusikan cara menjawab tantangan perkembangan industri kreatif nasional yaitu bagaimana dunia pendidikan mengantisipasi untuk menjawab tantangan kebutuhan industri

kreatif nasional, terutama dalam penyediaan sumber daya manusia (SDM) karena apapun bidang industri yang akan kita bangun, faktor sumber daya manusia tentu akan menjadi kunci utama. Selanjutnya akan didiskusikan bagaimana peran industri perbukuan nasional dalam hal ini industri percetakan dan penerbitan nasional serta peranannya dalam mendorong program minat baca dan tulis.

## PEMBAHASAN

### Perkembangan Industri Kreatif

Pernyataan presiden dalam sebuah acara pembukaan pameran Industri kreatif Nasional tahun 2007 yaitu “... *we now must look at the creative and culture industry as the way to our economic future*” adalah cermin betapa serius pemerintah memposisikan industri kreatif nasional sebagai salah satu pilar ekonomi nasional. Pernyataan tersebut tentulah dilandaskan pada asumsi ke depan serta landasan yang kuat bahwa warisan kekayaan budaya nasional yang ada di setiap wilayah tanah air akan dapat menjadi fondasi kokoh dalam upaya mengembangkan industri nasional. Harapan ke depan tentu industri kreatif tidak hanya berkembang di beberapa kota besar seperti pada saat ini, tetapi juga mampu menjadi penyokong ekonomi di tingkat daerah kabupaten/kota di seluruh wilayah Indonesia.

Data studi industri kreatif Indonesia yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan menyebutkan bahwa kontribusi dari sektor industri kreatif terhadap PDB nasional hingga tahun 2007 cukup signifikan yaitu sekitar 6,3% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 5,4 juta, serta jumlah

perusahaan yang bergerak di sektor ini pada tahun 2006 mencapai 2,2 juta atau sekitar 5,17% dari jumlah perusahaan di Indonesia dan memberikan kontribusi sekitar 9,13% (sekitar 81,5 triliun) dari total ekspor nasional.

Beberapa tahun belakangan ini, telah cukup banyak negara-negara yang menempatkan industri kreatif sebagai pilar ekonomi untuk terus dikembangkan karena telah cukup terbukti bahwa sektor industri kreatif mampu memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang signifikan. Sebagai contoh misalnya di Inggris pada tahun 2000, sektor industri kreatif mampu menyumbang 7,90% PDB, sementara negara-negara lainnya seperti Selandia Baru, Australia, Singapura, dan Taiwan masing-masing sebesar 3,10%; 3,30%; 2,80%; dan 5,90%.

Industri kreatif nasional memiliki potensi yang kuat untuk dikembangkan sebagai pilar pertumbuhan ekonomi kreatif pada masa depan sebagaimana tersirat dari pernyataan di atas. Jika mengamati perkembangan industri musik Indonesia, kita semua pasti mengakui bahwa industri musik di Indonesia yang dimotori oleh para musisi muda telah sangat kreatif dan mampu menyajikan kualitas musik dan lagu yang tidak kalah dibanding musik dari luar. Berbagai kelompok *band* baru tumbuh dengan amat subur dan benar-benar mampu menghidupkan industri musik tanah air dan telah mampu menjadi raja di negeri sendiri, di tengah derasnya persaingan industri musik dari luar. Di sisi lain, kita juga melihat industri periklanan telah mencapai omzet tidak kurang dari 120 triliun per tahun, belum lagi industri mode (fesyen), industri kerajinan, permainan interaktif dan lain-lain.

Departemen Perdagangan menyatakan bahwa paling tidak ada empat belas (14) industri yang dikategorikan masuk dalam sektor industri kreatif yang meliputi: penerbitan dan percetakan, desain, periklanan, arsitektur, riset dan pengembangan, permainan interaktif, film dan video, fesyen, layanan komputer dan piranti lunak, kerajinan, seni pertunjukan, televisi dan radio, musik, pasar seni dan barang antik. Hasil studi yang dilakukan Departemen Perdagangan, dari keempat belas kelompok industri kreatif tersebut tujuh di antaranya dapat menjadi alternatif untuk dikembangkan yaitu arsitektur, fesyen, periklanan, permainan interaktif, layanan komputer dan piranti lunak, riset dan pengembangan, dan kerajinan.

Secara rata-rata pertumbuhan jumlah perusahaan ke-14 subsektor kreatif Indonesia pada tahun 2002—2006 mencapai 11,17%. Bahkan untuk subsektor periklanan, arsitektur, layanan komputer dan piranti lunak, permainan interaktif, riset dan pengembangan serta musik mampu tumbuh di atas pertumbuhan jumlah perusahaan nasional.

Rata-rata pertumbuhan industri kreatif pada periode 2002—2006 hanya mencapai 0,74% jauh di bawah pertumbuhan ekonomi nasional yang mencapai 5,24%. Pertumbuhan tertinggi yang pernah dicapai industri kreatif terjadi pada tahun 2004 yaitu mencapai 8,17%, dan terjadi kemerosotan yang cukup tajam pada tahun 2005 minus 2,6%. Pada periode 2002—2006 kelompok industri kreatif yang memiliki pertumbuhan di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional adalah berturut-turut musik (18,06%); penerbitan dan percetakan (12,6%); periklanan (11,4%); arsitektur (10,7%);

layanan komputer dan piranti lunak (10,6%); televisi dan radio (8,5%); permainan interaktif (8,24); permainan interaktif (8,2%); dan masing-masing pasar seni dan barang antik serta seni pertunjukan (7,7%).

Serapan tenaga kerja dari sektor industri kreatif pada periode 2002—2006 menduduki peringkat ke-5 dari sepuluh sektor lainnya dengan rata-rata serapan tenaga kerja sebesar 5,4 juta. Kelompok industri kreatif yang mampu menyerap di atas rata-rata kelompok industri kreatif adalah mode atau fesyen 2,8 juta pekerja atau (51,9%) dan kerajinan 1,8 juta (33,4%).

'*Bahan baku*' industri adalah gagasan atau ide-ide baru. Kita sangat paham bahwa Indonesia memiliki kekayaan yang berlimpah berupa warisan budaya dan sumber daya alam sebagai sumber ide atau gagasan sehingga memberikan potensi yang luar biasa dalam menumbuhkembangkan ekonomi kreatif nasional. Dengan demikian sudah tepat menempatkan industri kreatif menjadi salah satu kebijakan untuk dikembangkan dengan suatu keyakinan bahwa kreativitas anak-anak bangsa dapat disejajarkan dengan kreativitas bangsa lain. Hal ini dapat dilihat dari posisi Indonesia yang menempati rangking ke-43 pada *Economic Creativity Index Ranking* yang dipublikasikan oleh *World Economic Forum*.

### **Peran Dunia Pendidikan**

Studi industri kreatif yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan menunjukkan bahwa kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian di Indonesia sudah cukup signifikan, namun di sisi lain kita melihat belum cukup banyak lembaga pendidikan di Indonesia yang membuka

program studi yang terkait dengan industri kreatif. Di mana kita bisa belajar sampai tingkat S-1 tentang periklanan, teknik kemasan, mode (fesyen), teknik grafika, penerbitan, *broscasting*, kerajinan, dan lain-lain? Sangat sedikit perguruan tinggi di Indonesia yang membuka jurusan/program studi yang terkait dengan industri kreatif sampai pada jenjang S-1, yang ada hanya sampai tingkat pendidikan menengah (SMK) atau maksimal hanya sampai program D-3. Dengan kata lain, perguruan tinggi belum cukup adaptif dengan kebutuhan SDM di bidang industri kreatif.

Di sisi lain untuk mengembangkan sebuah bidang industri yang berskala nasional tentu diperlukan SDM yang relevan dengan bidang industri tersebut. Di sinilah peran dunia pendidikan di Indonesia diharapkan mampu memberikan jawabannya, yaitu bagaimana menyediakan tenaga terdidik untuk mendukung upaya pemerintah dalam mendorong perkembangan industri kreatif nasional. Proses pendidikan dan pembelajaran yang dilaksanakan oleh lembaga pendidikan tinggi harus mampu mengeluarkan lulusan yang kompeten, mampu melakukan produksi secara mandiri dengan dibekali wawasan kewirausahaan di bidang industri kreatif yang akan ditekuninya. SDM yang terdidik, terampil, kreatif dan mempunyai kemampuan kewirausahaan adalah SDM yang diperlukan oleh dunia kerja industri kreatif nasional.

Direktorat Jenderal Pendidikan tinggi sebagai institusi yang bertanggung jawab terhadap penyediaan tenaga terdidik telah melakukan langkah-langkah antisipatif dalam menanggapi perkembangan industri kreatif nasional terutama terkait dengan

tuntutan kebutuhan pasar tenaga kerja di bidang industri kreatif, yaitu dengan membentuk perguruan tinggi baru yang secara khusus untuk menyiapkan tenaga terdidik dan terampil di bidang industri kreatif.

Pada tahun 2008, Depdiknas telah memutuskan untuk merevitalisasi Pusat Grafika Indonesia menjadi Politeknik Negeri Media Kreatif (Polimedia). Politeknik baru yang berlokasi di Srengseng Sawah, Jakarta Selatan ini secara khusus dirancang untuk melaksanakan proses pendidikan/pembelajaran dengan standar internasional yang berbasis pada kompetensi produksi dan kewirausahaan dengan menerapkan Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK). Polimedia menyelenggarakan program pendidikan sampai tingkat D-3/D-4, pada tahap awal telah dibuka program D-3 untuk tiga program studi yaitu Teknik Grafika, Desain Grafis, dan Penerbitan.

Pada tahun 2010 direncanakan akan dibuka tiga program studi baru yaitu Teknik Kemasan, Fotografi, dan Periklanan. Program studi lain seperti animasi, piranti lunak, *broadcasting* (film/video/penyiaran) direncanakan akan dibuka pada tahun-tahun berikutnya dengan target pada tahun 2014 akan dibuka sekitar 22 program studi yang semuanya terkait dengan bidang industri terkait. Cita-citanya adalah menciptakan Polimedia menjadi *center of exellent* dari perkembangan industri kreatif nasional.

Tiga program studi yang telah dibuka tersebut pada dasarnya merupakan *core competens* yang sudah cukup lama dimiliki oleh Pusat Grafika Indonesia sebagai lembaga training di bidang kegrafikaan. Oleh sebab itu peralatan praktik dan laboratorium yang dimiliki oleh Polimedia untuk ketiga

program studi yang telah dibuka sudah sangat lengkap dan modern dengan peralatan pracetak, cetak (dengan berbagai peralatan mesin cetak sampai dengan empat warna dan *digital printing* baik untuk 'colour' maupun hitam putih) serta peralatan pascacetak (*finishing*) yang cukup lengkap. Melalui tiga program studi yang telah dibuka tadi diharapkan Polimedia mampu menyediakan tenaga-tenaga terampil di bidang percetakan dan penerbitan dengan kualifikasi pendidikan D-3/D-4 sehingga akan mampu memenuhi kebutuhan SDM di bidang industri percetakan dan penerbitan pada masa depan.

Semenjak beroperasi pada September 2008, Polimedia telah bertekad untuk menjadi lembaga pendidikan vokasi di bidang industri kreatif yang mampu menghasilkan kompetensi lulusan berstandar internasional yang tidak hanya siap bekerja tetapi juga siap berwirausaha di bidang industri kreatif. Untuk mencapai harapan tersebut, Polimedia tengah melakukan berbagai upaya melalui penyusunan Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK), penyiapan tenaga pengajar yang kompeten, penyiapan sarana pendukung serta melakukan kerjasama dengan berbagai lembaga sejenis serta kalangan industri baik dari dalam maupun luar negeri.

Pada tahun ini, Depdiknas juga sedang mempersiapkan untuk membuka politeknik yang sama di Makassar dan Medan, yang masing-masing diarahkan agar dapat mendorong pertumbuhan industri kreatif untuk wilayah Indonesia Timur dan wilayah Indonesia Barat. Dengan tiga politeknik negeri baru yang khusus dirancang untuk memenuhi kebutuhan tenaga di bidang industri

kreatif tersebut diharapkan akan mampu menyediakan kebutuhan tenaga terampil siap pakai yang memiliki wawasan kewirausahaan di bidang industri kreatif dapat terpenuhi.

Selain itu, kehadiran tiga politeknik baru tersebut diharapkan mampu menjadi ujung tombak dalam upaya pemerintah mendorong pertumbuhan industri kreatif di seluruh wilayah Indonesia secara optimal sehingga target pencapaian PDB 8% dari sektor industri kreatif pada tahun 2013 dapat tercapai, yaitu dengan mendorong tumbuhnya sentra-sentra industri kreatif berbasis kearifan dan budaya lokal melalui berbagai penelitian terapan yang mampu dilakukan oleh komunitas intelektual yang ada di perguruan tinggi vokasi tersebut.

Dari berbagai penelitian tersebut diharapkan akan muncul karya-karya inovatif yang teruji untuk dikembangkan oleh kalangan industri kreatif sehingga akan mampu meningkatkan kreativitas termasuk peningkatan jumlah hak paten di lingkungan industri kreatif di Indonesia, termasuk untuk peningkatan berbagai kegiatan penelitian yang dapat diterbitkan dalam berbagai jurnal nasional/internasional, serta pengembangan teknologi tepat guna yang bermanfaat bagi perkembangan industri kreatif di Indonesia.

Harapannya ke depan adalah melalui pendirian politeknik khusus untuk industri kreatif tersebut di Indonesia akan tumbuh dan berkembang masyarakat kreatif Indonesia sebagaimana diprediksi oleh Richard Florida, yaitu sebuah kelas masyarakat kreatif yang mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional demi terwujudnya kesejahteraan bangsa.

### **Mendorong Program Minat Baca dan Industri Buku Nasional**

Pengembangan minat baca dan ketersediaan buku bacaan adalah dua hal yang amat menentukan dalam menuju kecemerlangan sebuah bangsa namun kedua hal tersebut di Indonesia masih jauh dari yang diharapkan. Dari sebuah hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengunjung perpustakaan di wilayah Jakarta yang berpenduduk lebih dari 13 juta, untuk perpustakaan per harinya hanya dikunjungi oleh sekitar 200 orang dan dari jumlah pengunjung tersebut hanya sekitar 20% yang meminjam buku. Kalau diasumsikan kebiasaan membaca itu ada pada mereka yang meminjam buku, berarti tingkat kebiasaan membaca masyarakat Indonesia hanya mencapai 20% dari pengunjung perpustakaan dan bukan dari jumlah penduduk. Di negara maju rasio pengunjung perpustakaan dan peminjam buku sudah mencapai 80%, sangat jauh jika dibandingkan dengan Indonesia.

Masih rendahnya minat baca masyarakat juga dapat dilihat dari perbandingan jumlah surat kabar yang dibaca masyarakat. Idealnya, satu surat kabar dibaca oleh 10 orang. Data yang ada menunjukkan bahwa rata-rata surat kabar di Indonesia dibaca oleh 45 orang. Rasio tersebut masih di bawah Filipina yang sudah mencapai 1:30 dan Sri Lanka 1:38. Dari sisi produktivitas buku, data dari *International Publisher Association*, produksi buku paling tinggi di dunia adalah Inggris, yaitu mencapai rata-rata 100 ribu judul buku per tahun, disusul Jerman dengan 80 ribu judul per tahun dan Jepang dengan 65 ribu judul buku per tahun, Indonesia masih cukup jauh di bawah yaitu kurang dari 10 ribu judul buku per tahun, sementara Vietnam sudah mencapai sekitar 15 ribu

judul buku baru per tahun yang jumlah penduduknya jauh lebih sedikit dari Indonesia.

Masih rendahnya minat baca suatu negara juga dapat dilihat dari jumlah perpustakaan yang ada di negara tersebut. Di Indonesia jumlah perpustakaan yang kondisinya memadai atau ideal juga masih sangat kurang, termasuk perpustakaan sekolah, dari sekitar 300 ribu sekolah dari SD sampai dengan SLTA, baru sekitar 5% yang memiliki perpustakaan yang relatif memadai. Pemerintah telah berupaya untuk mendorong peningkatan minat baca salah satunya dengan mengeluarkan Undang-Undang Perpustakaan, yaitu Undang-Undang No 43 Tahun 2007, yang di dalamnya mewajibkan bahwa setiap lembaga pendidikan dari tingkat sekolah dasar hingga pendidikan tinggi harus memiliki perpustakaan serta menganggarkan secara khusus untuk membeli buku-buku baru bagi penambahan koleksi perpustakaan.

Selain itu juga mewajibkan bahwa setiap Pemerintah propinsi/kabupaten/kota wajib mengembangkan perpustakaan daerah. Undang-undang tersebut juga mengatur standar nasional perpustakaan yang antara lain terdiri atas: standar koleksi perpustakaan; standar sarana dan prasarana; standar pelayanan perpustakaan; standar tenaga perpustakaan; standar penyelenggaraan dan standar pengelolaan. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang perpustakaan tersebut diharapkan keberadaan dan kehadiran perpustakaan di Indonesia dapat secara lebih kuat untuk mendorong upaya peningkatan minat baca masyarakat Indonesia.

Dari sisi industri perbukuan yang di dalamnya termasuk buku sekolah

(*text book*) maupun buku bacaan (*reading book*), masyarakat terutama untuk golongan menengah ke bawah tentu sangat merasakan betapa harga buku masih di luar jangkauan. Mahalnya harga buku bagi sebagian besar masyarakat disebabkan oleh dua sisi yaitu harga buku yang relatif masih cukup mahal dan daya beli masyarakat yang juga relatif rendah. Mahal dan murahnya buku di ditentukan oleh beberapa faktor antara lain oleh biaya cetak dan biaya pengiriman sedangkan untuk biaya hak cipta relatif tidak cukup besar.

Biaya cetak mencakup biaya/harga kertas, tinta, biaya pracetak, cetak, pascacetak. Untuk kondisi geografis seperti Indonesia, biaya distribusi terutama untuk wilayah daerah terpencil dan wilayah kepulauan seringkali amat tinggi bahkan bisa sama atau lebih dari harga bukunya sendiri. Untuk menurunkan harga kertas bisa ditempuh dengan memberikan subsidi oleh pemerintah terhadap harga kertas, terutama bagi pencetakan dan penerbitan buku pelajaran sekolah.

Upaya untuk mengurangi biaya distribusi, tidak ada cara lain kecuali menumbuhkan industri percetakan di tingkat kabupaten dan kota, terutama untuk wilayah-wilayah daerah terpencil dan kepulauan. Industri percetakan daerah harus dikembangkan oleh daerah tersebut dengan menyiapkan tenaga-tenaga cetak serta manajemen percetakan, untuk hal ini Polimedia sebagai politeknik yang mewarisi *track-record* panjang di bidang kegrafikaan dan penerbitan dari Pusat Grafika Indonesia siap untuk memberikan berbagai pelatihan yang diperlukan oleh daerah sehingga percetakan wilayah/daerah dapat memenuhi sendiri berbagai kebutuhan bahan cetak yang

diperlukan termasuk buku-buku untuk pelajaran di sekolah. Apalagi saat ini Depdiknas telah melakukan pembelian Hak Cipta penerbitan buku baik untuk buku pelajaran sekolah maupun buku bacaan, sehingga biaya produksi buku akan lebih murah dan harapannya tentu akan dapat lebih terjangkau oleh masyarakat.

Dalam upaya untuk menciptakan percetakan daerah, pemerintah daerah (kabupaten kota) perlu mengeluarkan investasi awal untuk pengadaan mesin cetak dengan biaya sekitar 2-3 milyar, namun biaya investasi tersebut akan segera dapat kembali, dibandingkan apabila kebutuhan bahan cetak harus selalu di datangkan dari daerah lain karena biaya pengiriman bahan cetakan ke wilayah terpencil dan wilayah kepulauan relatif cukup mahal sehingga untuk perhitungan jangka panjang pendirian percetakan daerah diperkirakan dapat meningkatkan ketersediaan buku, baik untuk pelajaran sekolah maupun untuk penyediaan buku bacaan, yang pada akhirnya tentu akan dapat meningkatkan industri percetakan dan penerbitan di daerah sekaligus tentu meningkatkan upaya pengembangan minat baca.

Peluang industri percetakan dan penerbitan di Indonesia masih amat besar, oleh sebab itu kebijakan pembelian Hak Cipta terhadap buku pelajar sekolah diperhitungkan tidak akan berdampak secara mendasar terhadap industri perbukuan nasional. Selama ini kalangan industri percetakan dan penerbitan buku sekolah selalu melihat bahwa siswa dan lembaga sekolah adalah merupakan segmen pasar yang sangat *captive*, dengan jumlah siswa sekitar 60 juta siswa dengan omset sekitar 4 s.d 5 triliun pertahun. Selama ini sebagian besar

masyarakat masih amat merasakan betapa harga buku pelajaran sekolah masih cukup mahal. Pembelian Hak cipta buku pelajaran sekolah melalui Permendiknas No 2 Tahun 2008 adalah salah satu upaya untuk meringankan harga buku sekolah dan sama sekali bukan untuk mematikan industri perbukuan nasional.

Dalam hal industri perbukuan, siswa atau sekolah tidak seharusnya dilihat sebagai segmen pasar, apalagi untuk untuk menimba keuntungan. Sepanjang industri perbukuan nasional masih melihat siswa atau sekolah sebagai segmen pasar, sejauh itu pula harga buku di Indonesia masih tetap mahal, ujungnya adalah ketersediaan buku bacaan akan sulit tersedia. Pada akhirnya minat baca masyarakat tidak dapat berkembang sebagaimana yang diharapkan. Siswa dan sekolah tidak boleh dilihat sebagai pasar. Dalam kaitannya dengan pengembangan industri percetakan dan penerbitan, aspek kreativitas baik dari sisi pengarang, desain buku, dan perluasan pasar termasuk pengembangan toko buku di wilayah kabupaten kota harus dilihat sebagai potensi kunci untuk mendorong pengembangan perbukuan nasional.

Bersamaan dengan itu, perlu kiranya untuk mulai dipikirkan bersama secara terencana adanya perlindungan dan penghargaan atas hak cipta atas produk-produk kreativitas termasuk terhadap produk cetak dan penerbitan. Hal ini untuk menghindari maraknya pembajakan yang melemahkan semangat berkreasi masyarakat percetakan dan penerbitan. Perlindungan hak cipta atau hak kekayaan intelektual akan memberikan rasa keadilan termasuk keadilan ekonomi bagi pelaku sektor industri kreatif. Keadilan ini merupakan kunci peningkatan insentif untuk berkarya dan memicu pertumbuhan industri kreatif di Indonesia.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Departemen Perdagangan. 2007. *Survey Industri Kreatif di Indonesia Tahun 2007*. Jakarta: Depdagri.
- John Hawkins. 2002. *Economy Creative*. New Jersey: Pearson International Edition.
- Richard Florida. 2010. *The Rise of Creative Class*. New Jersey: Pearson Education inc.
- Robert Woods. 2006. *Printing Production for Promotional Materials*. New York.