

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Industri Bollywood merupakan istilah yang muncul pada era tahun 1970an yang ditujukan untuk industri film India yang berbasis di Mumbai. Mumbai, yang pada zaman dahulu bernama Bombay. Dengan menyebarnya Bollywood ke belahan dunia lain secara tidak langsung menjadikan India sebagai salah satu negara yang menggunakan *soft power* untuk mempengaruhi dan menarik orang lain melalui budayanya. Budaya sendiri mampu memberikan daya tarik tersendiri bagi bangsa lain. Bahkan lebih dari itu, dengan adanya bentuk persuasi dari pendekatan budaya, dapat menjadi acuan dan sandaran keberlangsungan hubungan yang baik antar bangsa.

Bukan hanya sebagai salah satu faktor pendorong perekonomiannya, Bollywood juga dijadikan India sebagai sebuah alat untuk mempromosikan nilai-nilai budayanya yang juga mendukung upaya diplomasi kebudayaan pemerintah India. Untuk mempromosikan budayanya itu India juga menggunakan diaspora yang tersebar di berbagai belahan dunia. Dengan adanya diaspora ini secara tidak langsung juga sudah membawa budayanya dan diperkenalkan kedalam lingkungan sehari-harinya. Film-film Bollywood pun kini dimanfaatkan sebagai "alat diplomasi" India untuk mempererat hubungan dengan berbagai negara, termasuk Indonesia. Menurut Duta Besar India untuk Indonesia Gurjit Singh, industri Bollywood tidak sekedar menghibur penonton, namun telah menjadi salah satu motor perekonomian bagi India, dengan mempekerjakan jutaan orang dan menghasilkan pendapatan miliaran dolar setiap tahun.

Dengan masuknya serial Turki ke Indonesia terbukti membuat India mempunyai saingan yang kuat di industri perfilmanya di Indonesia. Masalah tersebut menyebabkan menurunnya peminat Bollywood di Indonesia. Dengan meningkatnya

citra positif Turki di mata Indonesia menjadikan hubungan bilateral antara Indonesia dan Turki semakin meningkat juga yang kemudian India harus melakukan upaya untuk mengembalikan citranya di mata masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan India adalah dengan cara melakukan event-event kebudayaan untuk lebih menarik minat masyarakat terhadap budayanya. Kedutaan Besar India di Indonesia kemudian membuat sebuah program kebudayaan yang berbentuk festival dengan berbagai program acara menarik yang beragam yang salah satunya adalah *Festival of India*.

Festival ini menjadi sebuah media guna menyampaikan berbagai nilai kebudayaan India. Festival kebudayaan ini sungguh bermanfaat bagi negara India penyelenggara, karena festival ini melibatkan masyarakat Indonesia untuk berhubungan secara langsung dengan masyarakat India yang mempertunjukkan berbagai produk kebudayaannya. Festival “Sahabat India” ini juga merupakan sebuah upaya untuk proyek budaya India modern untuk Indonesia yang bertujuan untuk menghubungkan para pemuda Indonesia dengan pemuda India melalui berbagai program acaranya.

Dengan banyaknya event-event yang dilakukan India di Indonesia, berdampak pada populernya budaya India di kalangan masyarakat. Event tersebut salah satunya digunakan untuk memperkenalkan khususnya kepada kaum muda bahwa India bukan hanya sekedar “Bollywood” namun juga terdapat budaya lainnya seperti makanan, keagamaan dan sebagainya. Namun disisi lain, Bollywood yang sudah sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia tetap jadi prioritas utama. Seperti misalnya banyaknya artis-artis India yang kemudian diundang dan datang ke Indonesia untuk menghibur penonton setia Bollywood dan mendapatkan antusias yang besar. Bollywood tidak sekedar menghibur penonton, namun telah menjadi salah satu motor perekonomian bagi India, dengan mempekerjakan jutaan orang dan menghasilkan pendapatan miliaran dolar setiap tahun.

Bollywood memang berdampak besar pada meluasnya budaya India di Indonesia, sebut saja makanan, baju adat, hingga tempat-tempat terkenal yang ada di India. Meluasnya budaya-budaya dan tempat di India menyebabkan perkembangan

ekonominya meningkat. Perkembangan ekonomi Bollywood di Indonesia dapat dilihat dari minat akan produk India di Indonesia hingga ke pariwisatanya.

Misalnya saja, industri pakaian jadi yang mencakup pakaian jadi (konveksi) dari tekstil, pakaian jadi dan perlengkapannya dari kulit, perlengkapan pakaian dari tekstil dan sebagainya jika ditotal mengalami kenaikan sebanyak 4,52% terhitung semenjak tahun 2012-2016. Industri percetakan dan reproduksi media rekaman juga mengalami kenaikan sebanyak 20,13% pada tahun yang sama. Industri ini mencakup karya film hingga serial televisi, buku-buku dan publikasi edukasi, *technical, scientific, historical* hingga buku budaya. Perkembangan Impor industri makanan India ke Indonesia secara umum jika dilihat menurun hingga 8,57%. Namun jika dilihat secara lebih dalam, buah dan sayur yang diasinkan atau dimaniskan dan dikeringkan mengalami kenaikan masing-masing 446,78% dan 19,72%.

Budaya India yang disebar melalui industri Bollywood ini kemudian berdampak pada meningkatnya perekonomian India dilihat dari meningkatnya pembelian akan barang produksi India oleh Indonesia. Bollywood yang sangat kental akan budayanya kemudian menarik minat masyarakat seperti kain Saree yang dikenakan salah satu artis India hingga ke manisan khas India, yaitu makanan yang terdapat di film yang kemudian menarik masyarakat untuk mencoba manisan tersebut. Pakaian Saree yang dikenakan tidak lengkap rasanya jika tidak ada hiasan tangan berupa "henna". Henna merupakan hiasan tangan dari India yang biasanya digunakan pada acara khusus seperti pernikahan sebagai aksesoris pelengkap seorang perempuan. Dapat dikatakan dengan menyebarnya Bollywood di Indonesia juga kemudian menaikkan tingkat impor akan barang-barang India di Indonesia.

Bukan hanya tingginya akan minat produk India di Indonesia, Bollywood juga menaikkan pariwisata India. Turis Indonesia ke India dari tahun 2013-2014 turis Indonesia menurun sebanyak 1,532 orang atau turun sebanyak 4,5% selama dalam waktu setahun. Pada tahun ini, popularitas Bollywood sedang tergeser oleh adanya serial dan film dari Turki hingga Korea. Namun pada tahun 2014-2016, turis Indonesia yang datang ke India dengan untuk hiburan dan rekreasi hingga 6.67%. Kedatangan turis Indonesia ke India jika dilihat bukan semata-mata hanya untuk

berkunjung untuk pariwisata hiburan saja, namun lebih untuk wisata religi. India yang kuat akan pengaruh Hindunya kemudian menarik masyarakat Hindu yang ada di Indonesia untuk datang dan berkunjung untuk kegiatan keagamaan. Penggemar Bollywood yang dinilai hanya berasal dari kalangan menengah ke bawah dinilai kurang mampu untuk mengeluarkan uang ke India hanya karena pengaruh industri Bollywood.

Namun pengaruh Bollywood dikalangan masyarakat menengah tersebut menaikkan tingkat pembelian akan barang India di Indonesia. Karena tidak dapat untuk pergi ke India untuk melihat budayanya, kemudian tingginya minat akan masyarakat terhadap pakaian India seperti kain saree hingga makanan khas India seperti manisan-manisan India yang biasanya disunjukkan di film-film Bollywood. Bukan hanya itu, karena adanya antusias yang besar akan film dan serial televisi Bollywood di Indonesia juga berdampak pada naiknya tingkat pembelian akan film dan serial televisi India oleh Indonesia yang juga berpengaruh ke segi perekonomian India itu sendiri.

Sesuai dengan teori diplomasi yang sudah dibahas sebelumnya mengenai *soft diplomacy*, yang didalam bentuk penyelesaian secara damai dalam bidang kebudayaan, bahasa, persahabatan dan ekonomi, diplomasi budaya yang dilakukan India melalui *Festival of India in Indonesia* dinilai berhasil untuk meningkatkan perekonomian India. Jumlah kedatangan turis Indonesia juga meningkat sejak diadakannya event tersebut. Dengan gencarnya event budaya yang dilakukan dan memperkenalkan budayanya ke Indonesia ternyata berdampak pada rasa ingin datang berkunjung untuk melihat langsung budaya India yang diperkenalkan oleh Bollywood.

VI.2 Saran

Kebudayaan India masuk ke Indonesia pada saat Indonesia masih mengalami masa pra-sejarah. Setelah kemerdekaannya, “*The Indian Council of World Affairs*” didirikan pada tahun 1943 sebagai sebuah kelompok pemikir yang ditujukan khusus

untuk studi hubungan internasional dan urusan luar negeri. Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan hubungan India dengan negara lain melalui studi, penelitian, diskusi, ceramah, pertukaran gagasan dan informasi dengan organisasi lain di dalam dan di luar India yang terlibat dalam kegiatan serupa. Sebagai Perdana Menteri India pertama, Nehru dan Abul Kalam Azad, yang merupakan menteri pendidikan di kabinet pertama Nehru, mendirikan *Indian Council for Cultural Relations (ICCR)* pada 1950. Sejak saat itu ICCR telah banyak menampilkan warisan peradaban India yang salah satunya adalah industri Bollywood.

Tidak semua jenis Bollywood bisa masuk ke industri perfilman Indonesia. Melihat latar belakang Indonesia yang begitu kental akan agama dan bermayoritas penduduk muslim, pakaian yang terlalu terbuka menjadi suatu permasalahan di kalangan masyarakat Indonesia. Beberapa adegan juga harus dipotong karena permasalahan tersebut atau seminimal mungkin untuk di sensor.

Untuk mempertahankan popularitas budayanya di Indonesia, India seharusnya lebih memperkenalkan budayanya bukan hanya kepada kaum muda di berbagai universitas namun juga di kalangan ibu-ibu rumah tangga atau event perkantoran terlebih jika bertujuan untuk memperkuat perekonomiannya. Kaum dewasa yang sudah bekerja atau ibu rumah tangga yang sudah bekerja dinilai lebih berpengaruh untuk menaikkan turis Indonesia ke India. Bukan hanya itu untuk terus mempertahankan budayanya di Indonesia, India harus mengerti tentang budaya Indonesia juga terlebih mengenai unsur-unsur yang terkandung didalam film yang mungkin akan ditayangkan di Indonesia.