

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Dalam menghadapi proteksionisme China, Amerika Serikat melalui Hollywood melakukan diplomasi budaya melalui penyesuaian konten film—termasuk melakukan *self-censorship* jika konten dinilai tabu oleh SAPPRT/NRTA—agar film dapat lolos kuota film dan mendapatkan akses ke pasar perfilman China yang penuh dengan potensi keuntungan. *Self-censorship* ternyata tidak menjadi penjamin bahwa film akan diberikan izin untuk tayang di wilayah China. *Transformers Age of Extinction* (2013) yang menyisipi elemen cerita yang membanggakan pemerintah pusat China berhasil mendapatkan izin tayang, namun di sisi lain film *Red Dawn* (2012) yang menggantikan antagonis film dari pasukan China menjadi pasukan Korea Utara tetap gagal untuk tayang di China.

Hollywood kemudian mencoba cara baru melalui penyesuaian konten secara mandiri tanpa ada bantuan dari studio China, seperti pada film *Zootopia* (2016). Cara selanjutnya yang dilakukan Hollywood adalah menjalin kerja sama dengan perusahaan film China, baik melalui co-produksi dalam proses pembuatan film ataupun penerimaan investasi asing dari perusahaan film China. Kerja sama antara studio China dengan studio Hollywood menjamin akses pasar sebab film yang bersangkutan tidak dihitung ke dalam kuota film per tahun. Kerjasama melalui co-produksi juga membawa kelebihan dimana elemen-elemen budaya China yang disisipkan dalam film dapat terkesan otentik sebab melibatkan pengalaman asli dari warga asli China dalam kru produksi film. Kerjasama antara perusahaan film Amerika dengan perusahaan film China juga menjadi kesempatan bagi kedua belah pihak untuk mempelajari metode produksi film masing-masing. Pertukaran budaya yang terjadi dapat membawa keuntungan dalam proses produksi film-film di masa yang akan datang, mengimplementasi elemen budaya Amerika maupun China untuk membuat produk yang memiliki daya tarik tinggi bagi penggemar film di kedua negara tersebut.

Hollywood juga telah menggunakan diplomasi budaya tanpa melakukan penyesuaian konten ataupun kerjasama co-produksi, yaitu dengan mengandalkan kekuatan soft power budaya Amerika di budaya populer dunia, termasuk China. Cara ini digunakan oleh film-film *franchise* seperti *Fast and Furious*, *Transformers*, dan film superhero *Marvel*. Film-film tersebut menunjukkan aspek budaya Amerika Serikat yang terkesan universal, cenderung akan lebih mudah dicerna oleh masyarakat yang berasal dari latar belakang budaya berbeda. Film-film tersebut juga umumnya dipenuhi dengan adegan aksi penuh efek spesial yang memikat mata perhatian masyarakat karena nilai pertunjukannya yang tinggi.

Terakhir, diplomasi budaya dilakukan melalui kehadiran perwakilan eksekutif studio, sutradara, dan aktor Hollywood dalam festival film internasional di China. Diplomasi budaya Amerika dalam konteks tersebut minim sebab festival film diselenggarakan oleh pihak China. Festival film justru dimanfaatkan oleh China untuk menyebarkan soft power-nya seperti mempromosikan *Belt and Road Initiative* melalui acara *Belt and Road Film Week* untuk meningkatkan semangat kerja sama China dengan negara-negara target investasi BRI.

Dari tahun 2016 ke 2019, pangsa pasar film internasional yang didominasi Hollywood dalam distribusi penghasilan penjualan tiket di wilayah China mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2015 hingga tahun 2017, pangsa pasar Hollywood di China mengalami kenaikan yang dapat melawan penurunan pangsa pasar dari tahun 2014 ke tahun 2015. Namun, kenaikan tersebut tidak dapat bertahan, tahun 2018 menandakan penurunan pangsa pasar Hollywood, dikalahkan oleh film domestik, dan penurunan tersebut turut terjadi hingga tahun 2019. Penyebab penurunan pangsa pasar terutama berasal dari faktor di luar industri film. Faktor-faktor tersebut di antara lain adalah perang dagang AS dengan China pada waktu kepresidenan Trump dan perhatian China yang berganti dari AS ke wilayah-wilayah lain melalui kebijakan BRI. Perang dagang AS-China juga membawa halangan terhadap upaya negosiasi ulang peringanan kuota film yang sampai saat ini masih menetap di angka 34 film asing per tahun.

Walaupun AS tidak sukses dalam mempertahankan peningkatan pangsa pasar, ekspor industri Hollywood ke China secara garis besar masih menjadi aktivitas yang sangat menguntungkan dengan kenaikan pendapatan box office yang

konsisten dari tahun 2016 hingga 2019, meskipun regulasi proteksionis China tidak mengalami perubahan. Ditambah lagi dalam aspek budaya AS masih memiliki *staying power* yang kuat melalui ekspor budaya populernya. Kesuksesan film-film franchise Marvel Cinematic Universe dan Fast and Furious di China di muka pangsa pasar yang menurun dapat menjadi indikator kesuksesan upaya diplomasi budaya Amerika.

VI.2 Saran

- **Praktis:** Diharapkan penelitian skripsi ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan bagaimana hal-hal yang seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari dan mungkin dapat dianggap sepele seperti budaya populer dan media di dunia dapat menjadi kendaraan bagi negara dan pemerintah untuk menyebarkan pengaruh soft power-nya. Masyarakat umum juga dapat menjadi lebih kritis jika menonton sebuah film, sehingga dapat mengidentifikasi elemen-elemen tersirat tersebut yang dikemas melalui media hiburan yang dirancang untuk menarik perhatian penonton.
- **Akademis:** Diharapkan penelitian skripsi ini dapat meningkatkan peminatan mahasiswa hubungan internasional untuk dapat mengkaji industri film yang menjadi subsektor dari industri kreatif sebuah negara, dan menemukan bagaimana bisnis yang umumnya dilakukan oleh dua entitas bisnis non-negara dapat juga menyelipkan *interest* dari entitas pemerintah negara. Kajian dalam HI tentang film masih belum banyak dilakukan oleh karena itu diharapkan untuk kedepannya lebih banyak peneliti HI akan mencoba masuk untuk mendekati industri kreatif/industri film dengan pisau analisis ilmu hubungan internasional.