

DIKNI

dasar industri kreatif negara

industri kreatif multimedia industri kreatif seni budaya



KEMENTERIAN
PENERANGAN
KOMUNIKASI
& KEBUDAYAAN





KEMENTERIAN
PENERANGAN
KOMUNIKASI
& KEBUDAYAAN

[DIKN]

dasar
industri **kreatif**
negara



Kandungan

	MUKA SURAT
Perutusan Menteri Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan	i
Kata-kata Aluan Ketua Setiausaha Kementerian Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan	ii
Dasar Industri Kreatif Negara	1
Pengenalan	2
Definisi Industri Kreatif	4
Skop	5
Matlamat	7
Objektif	7
Rasional	9
Perkembangan Industri Kreatif Di Negara-Negara Luar	10
Status Semasa Industri Kreatif Negara	18
Isu dan Cabaran	19
Potensi	25
Pernyataan Dasar	27
Strategi	27
Pelan Tindakan Dasar Industri Kreatif Negara	31



Perutusan Menteri Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan

Industri kreatif merupakan salah satu sumber penting dalam pertumbuhan ekonomi dan percambahan budaya bagi negara-negara maju. Untuk itu, Kerajaan menyedari bahawa rakyat negara ini mampu menjadikan industri kreatif sebagai sumber pekerjaan dan pendapatan negara, seterusnya mencapai sasaran ekonomi negara berpendapatan tinggi.

Kreativiti merupakan sesuatu yang berasaskan bakat, kebolehan yang dirancang secara bersepadu oleh individu atau kumpulan dengan mengambil kira nilai-nilai seni dan budaya tempatan serta penggunaan teknologi bagi menghasilkan produk yang berkualiti bagi memenuhi pasaran.

Dasar Industri Kreatif Negara yang berpaksikan 3 skop utama iaitu, Multimedia, Seni Budaya dan Warisan Budaya ini digubal bagi memenuhi keperluan industri dan menyokong pembangunan dan kemajuan setiap industri di bawahnya. Aspek-aspek utama dalam industri kreatif telah diambil kira dan diberi penekanan dalam melaksanakan strategi-strategi dasar, termasuk aspek penglibatan Badan-Badan Bukan Kerajaan (NGO) dan pembangunan harta intelek yang dilihat amat penting bagi menggalakkan pembangunan industri kreatif semasa. Dengan adanya dasar ini, industri kreatif multimedia, fesyen dan tekstil, kraf dan lain-lain dapat diperkasa dan diperluaskan pasarannya di peringkat dalam dan luar negara.

Dasar Industri Kreatif ini diharap dapat menjadi panduan yang jelas bagi penggiat industri, para pemimpin dan rakyat dalam usaha mencapai matlamat utama Kerajaan seiring memartabatkan seni budaya dan warisan negara.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rais Yatim', written in a cursive style.

Dato' Seri Utama Dr. Rais Yatim

Menteri Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan, Malaysia



Kata-kata Aluan Ketua Setiausaha Kementerian Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan

Dasar Industri Kreatif Negara (DIKN) merupakan salah satu pemangkin yang seiringan dengan hasrat dan aspirasi YAB Perdana Menteri untuk menjadikan Malaysia sebagai sebuah negara ekonomi berpendapatan tinggi menjelang tahun 2020.

Dengan adanya DIKN, ianya membuka ruang dan peluang kepada kelompok masyarakat yang berbakat terutama generasi muda untuk berkarya sama ada dalam aspek multimedia, seni budaya atau warisan budaya dalam menghasilkan sesuatu yang kreatif seterusnya mendapat pasaran di dalam dan di luar negeri. Secara tidak langsung produk-produk yang mendapat pasaran akan memberi pulangan hasil termasuk pendapatan yang lebih tinggi. Dasar ini akan menghasilkan kelompok karyawan kreatif negara yang mampu mengeksport produk ke pasaran negara-negara ASEAN dan dunia keseluruhannya.

Saya ingin mengambil kesempatan untuk mengucapkan berbilang terima kasih kepada YB Menteri Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan yang memberi sokongan padu dalam merangka dasar ini. Terima kasih saya kepada semua pihak termasuk badan-badan bukan kerajaan, pemain industri, pegawai-pegawai KPKK dan Kementerian/Jabatan Kerajaan berkaitan yang telah menyumbangkan idea dan pengalaman masing-masing dalam merangka dasar ini.

Dengan adanya kerjasama semua pihak, pelaksanaan dasar ini akan menjadi satu aset yang bernilai dalam melonjakkan industri kreatif tempatan di persada antarabangsa.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dato' Sri Kamaruddin Siaraf', with a horizontal line underneath.

Dato' Sri Kamaruddin Siaraf

Ketua Setiausaha

Kementerian Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan

**DASAR INDUSTRI
KREATIF NEGARA
(DIKN)**

PENGENALAN

Perkembangan semasa ekonomi global menunjukkan industri kreatif adalah salah satu sumber penting pertumbuhan ekonomi dan percambahan budaya di negara-negara maju. Contohnya, industri ini telah menyumbang sebanyak USD\$3 trilion kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) Amerika Syarikat. Dalam perspektif ekonomi dan sosiobudaya Malaysia, industri kreatif telah memberi sumbangan sebanyak RM9.4 bilion kepada KDNK negara pada tahun 2008 dan berpotensi menjana ekonomi berpendapatan tinggi serta memartabatkan budaya bangsa. Justeru, amat penting industri ini dibangunkan secara bersepadu dan terancang melalui satu dasar dan hala tuju yang komprehensif.

Menyedari hakikat kepentingan industri ini, Kementerian telah mengadakan Persidangan Industri Kreatif pada 17 Mac 2009. Antara perkara yang menyentuh industri ini adalah ketiadaan penyelarasan dan dasar yang jelas tentang pembangunan industri kreatif di negara ini. Oleh yang demikian, satu dasar industri kreatif perlu diwujudkan bagi menjelaskan hala tuju dan pembangunan industri kreatif negara.

Bagi tujuan ini, Dasar Industri Kreatif Negara (DIKN) digubal sebagai dasar induk untuk menetapkan prinsip-prinsip asas pembangunan industri kreatif. Dasar ini akan menjurus dan memacu segala kegiatan kreatif secara lebih produktif dan ekonomik melalui sinergi sektor awam dan swasta.

Komitmen daripada kepimpinan tertinggi negara ini terkandung dalam pembentangan Bajet 2010 oleh YAB Perdana Menteri:

“Dalam memacu negara ke kemuncak kemajuan, kreativiti dan daya pemikiran di luar kotak perlu ditambah dan dirangsangkan. Lantaran itu, industri kreatif wajar dimajukan lagi untuk menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara. Industri ini meliputi seni persembahan dan muzik, reka bentuk, animasi, pengiklanan dan pembangunan kandungan. Bagi menyelaraskan perkembangan pelbagai segmen dalam industri ini, Kerajaan akan:

- Pertama : Menggubal Dasar Industri Kreatif yang komprehensif sebagai asas pembangunan industri kreatif negara;
- Kedua : Menyediakan Dana Industri Kreatif berjumlah 200 juta ringgit bagi membiayai aktiviti seperti pengeluaran filem dan drama, muzik, animasi, pengiklanan dan pembangunan kandungan tempatan. Dana berbentuk pinjaman dengan kadar faedah rendah akan dikendalikan oleh Bank Simpanan Nasional. Yang mustahaknya, urusan mendapatkan pinjaman ini akan dipermudahkan supaya boleh dimanfaatkan oleh industri; dan
- Ketiga : Kepada para penggiat seni, mereka tidak sekali-kali diabaikan. Kerajaan akan menubuhkan Tabung Kebajikan Penggiat Seni bagi memastikan kebajikan warga seni sentiasa terbela dan diberi perhatian. Dengan ini, sejumlah 3 juta ringgit akan diperuntukkan sebagai geran pelancaran.”

(Petikan Ucapan Bajet 2010 oleh YAB Perdana Menteri, 23 Oktober 2009)

DIKN berupaya membuka lebih banyak peluang kepada pelbagai kumpulan karyawan sedia ada, generasi akan datang dan industri-industri sampingan untuk mencetus lebih banyak idea, kreativiti dan inovasi yang boleh dikomersilkan. Ini selaras dengan semangat dan cita-cita Gagasan 1Malaysia, ‘Rakyat Didahulukan, Pencapaian Diutamakan’ ke arah pencapaian Wawasan 2020.

Beberapa mesyuarat disusuli dengan siri bengkel telah diadakan bagi membincang pembentukan dasar ini. Beberapa dokumen telah dijadikan sumber rujukan bagi membentuk dasar ini, antaranya adalah:

- (i) Dasar Perfileman Negara;
- (ii) Dasar dan Strategi Pembangunan Industri Muzik Negara;
- (iii) Kajian Separuh Penggal Rancangan Malaysia Kesembilan 2006-2010;
- (iv) Draf Dasar Strategi dan Program Pembangunan Kandungan Negara;
- (v) Draf Dasar dan Strategi Pembangunan Industri Kreatif Seni Budaya dan Warisan (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Warisan); dan
- (vi) Memorandum Daripada Persatuan Persatuan Pengeluar-Pengeluar Filem Malaysia (PFM) mengenai Pembangunan Industri Perfileman dan Kandungan Negara.

DEFINISI INDUSTRI KREATIF

Industri kreatif ialah industri-industri yang melibatkan kreativiti individu, keterampilan, dan bakat yang mempunyai potensi menjana kekayaan serta penciptaan peluang pekerjaan melalui penggalakan dan eksploitasi harta intelek.

Hasil penelitian industri kreatif daripada negara-negara maju seperti United Kingdom, Singapura, Korea Selatan, New Zealand, Australia dan UNESCO, definisi industri kreatif dalam konteks Malaysia ialah **penggembleran dan penghasilan kebolehan dan bakat individu atau berkumpulan berasaskan kreativiti, inovasi dan teknologi yang menjurus kepada sumber keberhasilan ekonomi dan pendapatan tinggi kepada negara dengan memberi penekanan kepada aspek karya dan hak cipta intelek selaras dengan budaya dan nilai-nilai murni kepelbagaian kaum di Malaysia.**

Dengan kata lain, industri kreatif merujuk kepada seni untuk ekonomi yang melibatkan individu-individu berbakat, pihak korporat dan seterusnya memberi implikasi kepada negara dari segi pendapatan dan imej negara.

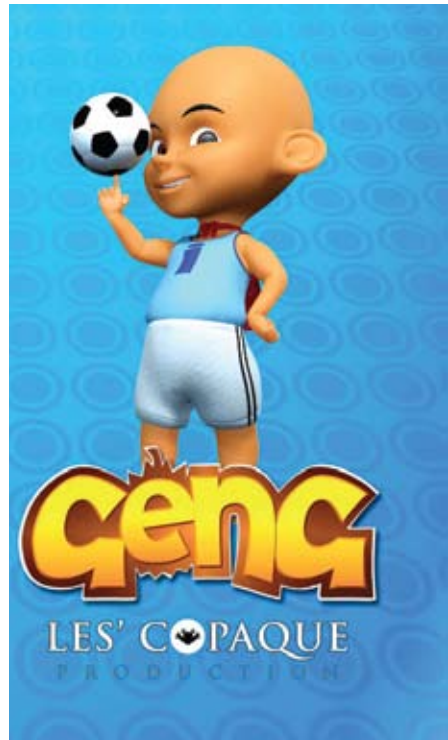
SKOP

Skop industri kreatif boleh dibahagikan kepada beberapa kategori industri seperti berikut:

Industri Kreatif Multimedia

Industri ini terdiri daripada industri-industri yang mengaplikasikan kemajuan teknologi terkini dalam menghasilkan produk-produk kreatif. Antara industri di bawah kategori ini adalah:

- (i) Penerbitan Filem dan TV;
- (ii) Pengiklanan;
- (iii) Seni Reka; dan
- (iv) Animasi dan Kandungan Digital.





Industri Kreatif Seni Budaya

Industri ini ialah industri-industri yang berkaitan dengan penghasilan karya-karya seni yang bercirikan budaya Malaysia seperti:

- (i) Kraf;
- (ii) Seni Visual;
- (iii) Seni Muzik;
- (iv) Seni Persembahan;
- (v) Penulisan Kreatif; dan
- (vi) Fesyen dan Tekstil.



Industri Kreatif Warisan Budaya

Industri warisan budaya merupakan industri berkaitan warisan budaya seperti aktiviti muzium, arkib, pemuliharaan dan pemuliharaan.

Dasar Industri Kreatif Negara merangkumi kesemua bidang industri kreatif di atas yang dapat menjana pendapatan termasuk industri sokongan yang berkaitan seperti pengedaran dan pemasaran.

MATLAMAT

Dasar ini bermatlamat menjadikan industri kreatif negara berdaya saing dan dinamik untuk menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara dan memartabatkan budaya bangsa.

OBJEKTIF

DIKN bertujuan untuk menyediakan satu pelan hala tuju pembangunan industri kreatif yang komprehensif bagi mencapai matlamat seperti berikut:

- (i) Menjadikan industri kreatif sektor dinamik yang dapat meningkatkan sumbangan kepada KDNK negara dan seterusnya menyumbang kepada ekonomi berpendapatan tinggi (*high-income economy*);

- (ii) Menyokong pembangunan industri kreatif yang berdaya saing, berdaya maju dan berdaya tahan di peringkat domestik dan antarabangsa;
- (iii) Menyediakan kemudahan, prasarana dan meningkatkan persekitaran yang kondusif bagi menggalakkan pertumbuhan industri kreatif tempatan;
- (iv) Memacu pertumbuhan dan pengiktirafan harta intelek dalam industri kreatif melalui program latihan dan akreditasi;
- (v) Membangunkan dan memanfaatkan teknologi sebagai pemangkin industri kreatif; dan
- (vi) Mencambah sumber maklumat dan mengetengahkan perlambangan budaya tempatan serta identiti kebangsaan ke peringkat global.





RASIONAL

Pembangunan Dasar Industri Kreatif Negara bertujuan melonjukkan ekonomi dan sosiobudaya sesebuah negara. Kedua-dua elemen tersebut mempunyai potensi untuk:

- (i) Menjana kekayaan negara, mewujudkan peluang pekerjaan, memanfaatkan sepenuhnya kandungan kreatif dan memelihara harta intelek;
- (ii) Mencungkil dan mengetengahkan bakat, meningkatkan kepakaran serta kreativiti dalam industri kreatif;
- (iii) Mengeksport hasil kreatif tempatan ke peringkat antarabangsa bagi promosi negara; dan
- (iv) Meningkatkan kesedaran masyarakat mengenai hasil industri kreatif bagi memperluaskan pasaran tempatan dan antarabangsa.

Kelembapan industri kreatif negara pada masa ini didorong oleh beberapa faktor seperti struktur industri kreatif yang tidak tersusun dan terancang, ketiadaan integrasi yang menyeluruh dan hala tuju yang jelas. Selain itu, faktor-faktor yang turut mengekang perkembangan industri ini ialah kekurangan tenaga kerja yang mahir, saiz industri yang kecil serta tidak kompetitif dan persepsi masyarakat yang beranggapan bahawa industri ini tidak dapat menjamin pendapatan yang tetap.

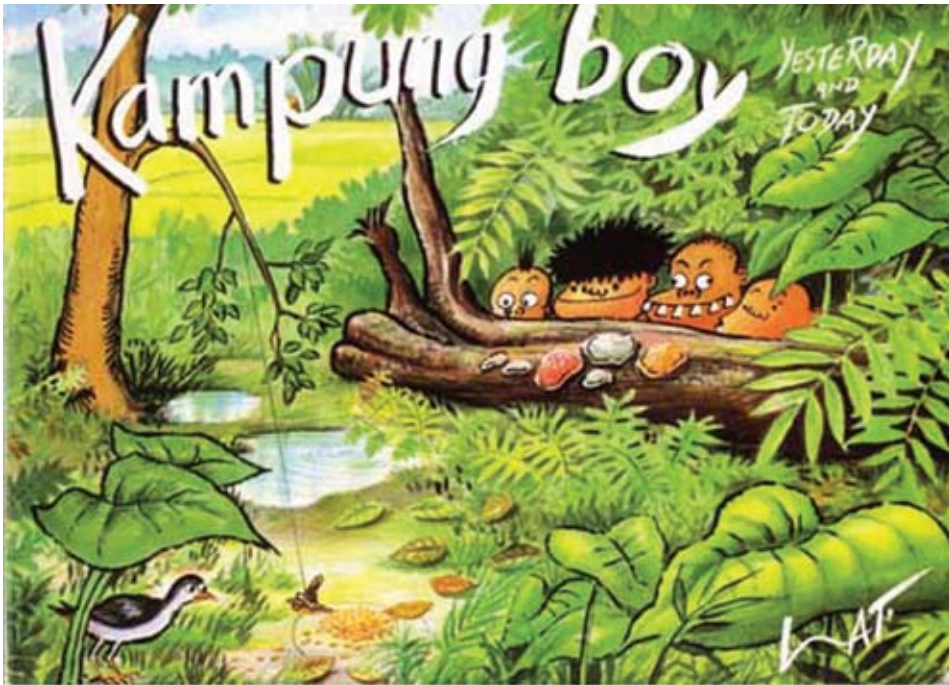
PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI NEGARA-NEGARA LUAR

Negara-negara maju seperti United Kingdom, Jepang, Jerman, Spanyol, Singapura dan beberapa negara di rantau Asia lain telah lama menerokai bidang industri kreatif. United Kingdom dianggap perintis kepada industri ini dan definisi mereka turut diguna pakai oleh negara Jepun.

UK Government Department for Culture, Media and Sports (DCMS) mendefinisikan industri kreatif sebagai industri-industri yang melibatkan kreativiti individu, keterampilan, dan bakat yang mempunyai potensi kekayaan serta penciptaan peluang pekerjaan melalui janaan dan eksploitasi harta intelek (DCMS 2001, p. 04).

Berdasarkan definisi ini, United Kingdom telah mengklasifikasikan 13 bidang di bawah industri kreatif iaitu iklan, seni bina, pasaran seni dan antik, pertukangan, seni reka, seni reka fesyen, filem dan video, muzik, seni persembahan, penerbitan, pembangunan aplikasi komputer, televisyen dan radio serta permainan komputer.





London Creative Industry Policy telah menggariskan 5 peringkat dalam menjayakan industri kreatif. Peringkat pertama: Mengenal pasti sektor kreatif, pihak berkuasa/bertanggungjawab dan struktur dasar sedia ada. Peringkat Kedua: Proses pengumpulan maklumat, pandangan, model kajian sedia ada dan merangka dasar kreatif. Peringkat Ketiga: Mengenal pasti peluang, kaedah pembiayaan, struktur perundangan dan pasaran. Peringkat Keempat: Lawatan ke tempat/acara/pameran berkaitan industri kreatif seperti *London Design Festival* dan mempelajari penganjuran acara sedemikian untuk menyemarakkan industri kreatif tempatan. Peringkat Kelima: Pelaksanaan dasar yang menampakkan hasil akan menarik lebih ramai pengusaha baru industri kreatif.

Negara Jepun mengguna pakai definisi United Kingdom tetapi bidang industri kreatifnya adalah berbeza. Bidang industri kreatif yang dikenal pasti oleh Jepun ialah pengiklanan, seni bina dan kejuruteraan, pasaran antik, barangan *lacquer*, seni reka (rekaan industri, seni kraf, rekaan dalaman, rekaan pakaian, rekaan tekstil, rekaan fesyen); filem dan video; penerbitan, jualan dan sewaan rakaman audio dan video; muzik dan seni persembahan,



penerbitan, aplikasi komputer, televisyen dan radio, institusi kebudayaan, akademik dan artis (Mitsuhiro Yoshimoto, 2003).

Korea juga telah membangunkan industri kreatif. Sebelum kegawatan ekonomi 1997/98 pembangunan industri kreatif tertumpu di Seoul dengan penglibatan syarikat-syarikat konglomerat. Selepas kegawatan, syarikat-syarikat bersaiz kecil dan sederhana telah mengambil alih peranan memajukan industri kreatif di negara berkenaan. Tumpuan pembangunan industri kreatif di Korea adalah kepada permainan video, animasi dan filem. Perkembangan industri kreatif di Korea adalah seiring dengan perkembangan ekonomi negara berkenaan.

Australia telah menjadikan industri kreatif sebagai salah satu dasar di peringkat nasional. Tumpuan pembangunan industri kreatif adalah kepada pembangunan kandungan digital dan perisian komputer sebagai sokongan kepada pertumbuhan sektor perkhidmatan seperti kesihatan, pendidikan, perkhidmatan kerajaan dan perniagaan. Antara dasar utama yang diguna pakai oleh Australia pada masa ini ialah *Australia's Broadband Connectivity* yang dikendalikan oleh *National Office for the Information Economy and*

Directory of Community, Industry and Tourism Australia. Di peringkat negeri dan perbandaran seperti di Queensland dan Brisbane pula, terdapat juga pembangunan industri kreatif yang sedang dibangunkan.

New Zealand telah mengenal pasti 3 sektor utama yang perlu diberi penekanan dalam pembangunan ekonominya iaitu bioteknologi, ICT dan industri kreatif. Bagi industri kreatif, tumpuan adalah kepada bidang penyiaran, filem dan seni reka. Memandangkan New Zealand merupakan sebuah negara yang kecil, bidang seni reka tidak dapat dianggap sebagai sektor utama, sebaliknya adalah sektor sokongan kepada perkembangan industri perkhidmatan seperti kesihatan dan pendidikan. Objektif pembangunan industri kreatif New Zealand ialah meningkatkan export dan kekal sebagai anggota *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)*.

Di rantau ASEAN, Singapura mendahului negara-negara lain dalam membangunkan industri kreatif secara terancang. Dasar Kerajaan Singapura memberi penekanan kepada aspek seni, budaya dan kandungan audio visual dalam pembangunan ICT di negaranya. Tumpuan pembangunan industri kreatif Singapura adalah dalam bidang IT dan aplikasi komputer, pengiklanan, penyiaran, penerbitan, seni reka dalam, grafik dan fesyen; perkhidmatan seni bina, kesenian, perdagangan antik dan kraf; seni persembahan, perkhidmatan pawagam, seni reka industri dan fotografi. Pelaburan dalam bidang ICT telah mengangkat kedudukan Singapura ke tahap yang lebih tinggi di rantau ini. Penekanan juga diberikan kepada bidang pendidikan sebagai pemangkin utama dan pelaburan jangka panjang dalam pembangunan industri kreatif di Singapura.

Industri kreatif memberi impak kepada ketiga-tiga sektor ekonomi (*primary, secondary and tertiary*) Singapura. Pada tahun 2000, sumbangan industri kreatif Singapura dianggarkan bernilai S\$2.98 bilion (RM6.9 bilion) atau 1.9% daripada KDNK negaranya. Industri pengedaran yang berkait rapat dengan industri kreatif, telah meningkat sebanyak S\$2.02 bilion (RM4.7 bilion), seterusnya menjadikan sumbangan keseluruhan industri hak cipta kepada S\$5 bilion (RM11.6 bilion) iaitu 3.2% daripada KDNK.

Dari segi pekerjaan, industri kreatif di Singapura memberi peluang pekerjaan kepada 47,000 atau 2.2% daripada keseluruhan jumlah pekerjaan



dan tambahan 32,000 orang pekerja dalam industri pengedaran. Bilangan pekerja di bawah kluster kreatif adalah 79,000 atau 3.8%. Sektor yang mempunyai nilai tambah dan membuka peluang pekerjaan ialah sektor IT iaitu 38% daripada sektor industri kreatif atau 31% daripada peluang pekerjaan pada tahun 2000.

Produktiviti pekerja dalam industri kreatif dianggarkan bernilai S\$63,543 (RM148,045) seorang, hampir menyamai purata produktiviti sektor perkhidmatan yang dianggarkan berjumlah S\$68,850 (RM160,410) seorang pada tahun 2000.

Kerajaan Jerman dalam laporannya, *Culture And Creative Industries in Germany 2009* mencadangkan beberapa tindakan strategik bagi tujuan memajukan industri kreatif seperti:

- (i) Meningkatkan program sokongan yang sedia ada bagi memudahkan syarikat-syarikat berasaskan inovasi berkembang dalam industri kreatif;

- (ii) Mewujudkan satu rangkaian sokongan pakar kepada para penggiat utama industri kreatif;
- (ii) Mendefinisikan dengan jelas konsep inovasi dalam industri budaya dan kreatif;
- (iv) Mewujudkan platform yang bersifat nasional untuk industri kreatif;
- (v) Membangunkan kriteria penilaian kepada pihak Bank dan institusi kewangan yang merupakan sokongan utama industri;
- (vi) Memastikan bantuan dan sokongan yang berterusan kepada industri budaya dan kreatif yang sebelum ini tidak begitu menyerlah tetapi berpotensi untuk dimajukan;
- (vii) Meneruskan sokongan promosi dalam pameran-pameran dagangan dan industri di peringkat antarabangsa;



- (viii) Kerajaan melalui bank yang dilantik akan mewujudkan lebih banyak bantuan kewangan dalam bentuk pinjaman mikro untuk membantu industri-industri kreatif yang berskala kecil;
- (ix) Memastikan perkembangan industri budaya dan kreatif ini sentiasa dipantau; dan
- (x) Memastikan kajian dan analisis berterusan untuk penambahbaikan kepada struktur industri kreatif sedia ada.

Dalam memajukan industri kreatif di Sepanyol, Kementerian Kebudayaan telah memberi penekanan kepada perkara-perkara berikut:

- (i) Memberi bantuan kredit dengan kadar subsidi kepada industri-industri budaya dan kreatif bagi mewujudkan perniagaan baru serta aktiviti profesional dan juga dalam pembangunan industri kecil dan sederhana;



- (ii) Memberi bantuan dalam bentuk “subsidi jaminan kos” kepada syarikat-syarikat yang memerlukan bantuan kewangan;
- (iii) Menyalurkan pinjaman kewangan kepada projek perniagaan dan industri budaya;
- (iv) Mewujudkan geran modal untuk mempromosikan inovasi dan teknologi kepada para penggiat industri kreatif;
- (v) Mengadakan “*CreArte Awards*” untuk mempromosikan kreativiti di peringkat sekolah; dan
- (vi) Mewujudkan biasiswa di bawah Kementerian Kebudayaan untuk latihan dan aktiviti yang berkaitan dengan industri kreatif.

Pengalaman negara-negara tersebut menunjukkan bahawa peranan pihak Kerajaan dan swasta amat penting dalam usaha untuk memajukan industri kreatif yang boleh memberi peluang dan ruang kepada rakyat untuk memajukan industri berkenaan.

Dari segi peruntukan kewangan pula, Jepun menyediakan sejumlah 1.8 billion Yen (RM62.3 juta) untuk membangunkan industri kreatif di negaranya, manakala di Thailand, sejumlah 178 juta Baht (RM17.7 juta) diperuntukkan melalui pakej ransangan ekonomi bagi mempromosikan industri kandungan kreatif negara mereka. Singapura pula melalui pelan induknya “*Singapore Fusion Media 2015*” telah memperuntukkan S\$500 juta (RM1.2 billion) untuk membangunkan industri kreatifnya dalam bentuk dana pelaburan, termasuk modal daripada bank dan para pelabur strategik. Pelan induk ini bermatlamat menjadikan Singapura sebagai hab media serantau, menarik lebih ramai bakat dari luar dan dalam masa yang sama membina bakat-bakat tempatan.



STATUS SEMASA INDUSTRI KREATIF NEGARA

Sumbangan Industri Kreatif Kepada KDNK

Secara purata industri kreatif di negara-negara maju menyumbang antara 1 sehingga 5% kepada KDNK. Dalam konteks Malaysia, industri kreatif dianggarkan menyumbang 1.27% kepada KDNK (sumber: *Creative Industry Baseline Study*, MDEC 2008) dan sektor pengiklanan merupakan antara penyumbang terbesar bagi jumlah ini. Perkembangan ini menunjukkan bahawa industri kreatif berpotensi menyumbang dan menjadikan ekonomi negara lebih dinamik.

Industri kreatif juga telah mewujudkan peluang pekerjaan yang luas, berdasarkan statistik guna tenaga di negara-negara maju seperti United Kingdom 4.5%, Hong Kong 5.3%, Amerika Syarikat 5.9%, Taiwan 3.6%, Australia 3.8% dan Singapura 3.4% (sumber: *Centre for Cultural Policy Research HD Hong Kong University, Baseline Study on Hong Kong Creative Industries*, 2003). Di Malaysia, guna tenaga dalam industri kreatif dianggarkan

sebanyak 0.4% atau 45,301 pekerjaan (sumber: *Creative Industry Baseline Study*, MDEC 2008). Guna tenaga di Malaysia 2009 ialah 10.89 juta atau 38.5% daripada 28.31 juta penduduk Malaysia (Sumber: Jabatan Statistik, 2009).

Kadar pertumbuhan peluang pekerjaan ini dapat ditingkatkan lagi melalui Dasar Industri Kreatif Negara yang terarah sekali gus boleh menyumbang untuk mengurangkan kadar pengangguran. Kadar pengangguran di Malaysia pada tahun 2009 ialah 3.6%. (Sumber: Jabatan Statistik, 2009).

ISU DAN CABARAN

Secara umumnya, isu dan cabaran industri kreatif di dalam negara yang dikenal pasti adalah berkaitan aspek-aspek seperti berikut:

(i) Kerangka Institusi perundangan, penguatkuasaan, pemantauan dan penyelarasan bagi memartabatkan industri kreatif.

Ketiadaan kerangka institusi perundangan merupakan antara cabaran utama dalam membangunkan industri kreatif tempatan. Sebagai contoh industri seni reka fesyen di negara ini tidak dikawal selia oleh mana-mana institusi menyebabkan ketiadaan perancangan yang teliti untuk membangunkannya. Manakala isu penguatkuasaan, pemantauan dan penyelarasan antara agensi juga menjadi salah satu isu yang sering diperkatakan. Sebagai contoh, industri kandungan mempunyai beberapa agensi yang bertanggungjawab seperti Lembaga Penapisan Filem di bawah Kementerian Dalam Negeri dan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia (SKMM) di bawah Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan. Perkara ini tidak berlaku di Singapura yang industri kandungannya berada di bawah tanggungjawab Media Development Authority (MDA) dan di Korea pula peranan ini dilaksanakan oleh *Korea Creative Content Agency* (KOCCA).

(ii) Kesedaran Terhadap Industri Kreatif

Kurangnya kesedaran terhadap kepentingan dan potensi industri kreatif dalam kalangan masyarakat merupakan antara isu yang dihadapi oleh



industri kreatif di negara ini. Masyarakat Malaysia sering memandang rendah kepada mereka yang terlibat dalam industri ini. Malah, masyarakat beranggapan bahawa bidang ini tidak mempunyai nilai ekonomi dan komersial yang tinggi. Imej karyawan di negara ini jauh lebih rendah berbanding dengan bidang-bidang profesional yang lain.

Selain itu, apresiasi masyarakat terhadap nilai estetika kesenian dan kebudayaan juga masih rendah dan sering dipinggirkan. Ini kerana nilai estetika adalah subjektif iaitu pentakrifan terhadap sesuatu karya atau produk, berbeza antara seorang individu dengan individu yang lain. Oleh itu, karya kreatif sukar dinilai dalam konteks komersial.

(iii) Harta Intelek

Harta intelek merupakan salah satu aspek penting dalam industri kreatif. Pembudayaan harta intelek, yang meliputi kesedaran mempaten dan budaya menghormati harta intelek masih belum dihayati sepenuhnya oleh masyarakat di negara ini. Malah, kesedaran dalam kalangan karyawan dan masyarakat mengenai kepentingan nilai dan manfaat daripada pemeliharaan hak cipta masih rendah. Akibatnya, banyak karya tempatan hilang hak cipta dan peluang meraih pulangan yang sepatutnya.

(iv) Pembangunan Modal Insan

Pembangunan modal insan juga merupakan antara cabaran yang perlu dihadapi oleh mana-mana bidang yang ingin dimajukan oleh sesebuah negara. Industri kreatif merupakan industri yang unik kerana memerlukan modal insan yang terdiri daripada mereka yang mempunyai minat, bakat dan kebolehan tersendiri. Pada masa ini, negara masih kekurangan modal insan yang terdiri daripada karyawan seni dan pekerja berkemahiran tertentu. Selain itu, kebanyakan karyawan memperoleh kemahiran melalui *tacit knowledge*.

(v) Teknologi

Kemajuan teknologi memainkan peranan penting dalam memajukan industri kreatif, namun di negara ini perkembangan teknologi tidak dapat digunakan sepenuhnya berikutan kekurangan pengetahuan





dan kemahiran. Aplikasi teknologi dalam industri kreatif berada di tahap minimum berbanding dengan keupayaannya yang begitu besar yang memerlukan daya kreativiti dan inovasi yang tinggi. Malah, *indigenous knowledge (IK)* seperti seni tenunan tidak dapat diurus dengan baik sehingga mewujudkan risiko kemahiran berkenaan pupus ditelan zaman.

(vi) Dana dan Insentif Kewangan

Antara isu lain yang sering diperkatakan oleh penggiat industri kreatif ialah ketiadaan penyelarasan dalam penyediaan dana oleh Jabatan/ Agensi Kerajaan dan institusi kewangan yang mengendalikannya. Sebagai contoh, terdapat beberapa Jabatan/Agensi Kerajaan yang menyediakan bantuan berbentuk dana kepada industri kandungan iaitu MDEC, SKMM dan FINAS. Selain tiada penyelarasan

dalam penyediaan dana oleh Kerajaan, industri ini juga turut berdepan dengan cabaran kekurangan pelaburan berikutan risiko yang tinggi. Ini kerana tiada jaminan bahawa karya yang dihasilkan boleh membawa keuntungan dan kejayaan sesebuah karya banyak bergantung kepada faktor-faktor di luar kawal seperti cita rasa penonton yang berbeza antara satu sama lain.

(vii) Pasaran dan Promosi

Bagi memastikan sebuah karya kreatif itu berjaya menembusi pasaran, sama ada tempatan mahupun luar negara, aspek pemasaran dan promosi perlu diberi penekanan. Walau bagaimanapun, industri kreatif di negara ini berhadapan dengan cabaran yang mana peluang keusahawanan oleh karyawan masih tidak jelas dalam konteks pasaran tempatan dan luar negeri. Malah, industri ini berhadapan dengan kekangan kekurangan pakar dalam bidang pemasaran yang mampu mempromosikan dan memasarkan karya-karya kreatif tempatan ke pasaran serantau dan antarabangsa.



(viii) Prasarana

Penyediaan prasarana merupakan tanggungjawab yang perlu dikongsi bersama oleh pihak Kerajaan dan swasta. Tanggapan umum bahawa prasarana perlu disediakan oleh Kerajaan perlu diubah. Pihak swasta harus digalakkan untuk terlibat secara aktif dalam membangunkan industri ini. Selain itu, kemajuan prasarana secara terasing, kurang penyelarasan dan tidak digunakan secara optimum merupakan antara cabaran dalam membangunkan industri ini.

(ix) Penyelidikan dan Pembangunan

Kekurangan penyelidikan dan pembangunan dalam bidang kreatif juga merupakan salah satu cabaran yang perlu dihadapi oleh industri ini. Negara pada masa ini lebih memberi tumpuan kepada penyelidikan dan pembangunan dalam bidang-bidang lain seperti kesihatan dan pertanian. Aspek penyelidikan dan pembangunan yang kurang diberi perhatian akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak mencapai kualiti yang sewajarnya. Pengeluaran melalui kaedah tradisional menyebabkan tiada pengkhususan kemahiran pekerja dan kualiti produk tidak dapat dikawal.

(x) Persaingan

Memandangkan Malaysia merupakan salah sebuah negara di Kepulauan Melayu yang mempunyai latar budaya yang hampir sama, aspek persaingan adalah antara aspek yang tidak dapat dielakkan. Persamaan produk dengan negara-negara jiran seperti Indonesia dan Thailand mewujudkan persaingan dalam merebut pasaran yang terhad. Sebagai contoh, industri muzik tanah air menghadapi persaingan yang sengit dengan kemasukan karya-karya daripada Indonesia. Selain itu, persaingan dengan produk-produk luar seperti China dan India yang memanfaatkan teknologi mengakibatkan produk tempatan tidak kompetitif untuk menandingi produk luar dari segi kualiti dan harga. Malah, kelemahan penguatkuasaan dan kawal selia yang bersepadu menyebabkan berlaku lambakan produk-produk asing yang menjejaskan pendapatan karyawan tempatan.



POTENSI

Industri kreatif mampu menjana ekonomi melalui pulangan kewangan yang dihasilkan daripada aktiviti industri berkenaan. Industri kreatif yang berkembang mampu meningkatkan pelaburan dalam aspek-aspek yang berkaitan dan industri sokongan. Antaranya melalui penubuhan syarikat-syarikat baru dalam bidang perfileman, rakaman, percetakan, dan sebagainya. Manakala industri sokongannya pula adalah seperti syarikat pengurusan acara, penyewaan peralatan, sajian, dan sebagainya.

Pembangunan industri kreatif juga mampu meningkatkan dan memantapkan syarikat-syarikat sedia ada sekaligus membuka ruang dan peluang kerjaya dan seterusnya dapat mengurangkan kadar pengangguran di Malaysia.

Penekanan terhadap industri kreatif dapat membantu meningkatkan bilangan dan tahap kepakaran penggiat industri ini. Sokongan padu Kerajaan dan swasta serta persekitaran yang kondusif mampu menarik pakar kreatif dari luar untuk menyumbang kemahiran mereka di negara ini. Industri kreatif membuka lebih banyak peluang dan pilihan pekerjaan tanpa mengira latar belakang dan taraf pendidikan.



Penyelidikan dan pembangunan sama ada fizikal atau bukan fizikal amat penting dalam memajukan industri kreatif. Antara lain penyelidikan fizikal meliputi prasarana, peralatan, teknologi, sumber manusia, sementara penyelidikan bukan fizikal pula merangkumi pengisian dan teknik penyampaian.

Penyelidikan berterusan boleh meningkatkan kreativiti dan membuka ruang inovasi serta eksploitasi teknologi ke arah penghasilan produk-produk baru, sebagai contoh bidang animasi yang menggabungkan seni filem, seni lukis dan perisian komputer melalui platform multimedia.

Penyelidikan berterusan juga mampu meningkatkan mutu sesuatu produk seterusnya membantu penjenamaan produk tempatan bagi tujuan pasaran antarabangsa. Amat penting bagi Malaysia untuk memastikan produk-produk industri kreatif tempatan dapat menyaingi produk-produk di pasaran rantau ini.

Langkah mempaten produk industri kreatif boleh membantu usaha-usaha pemasaran produk tersebut. Langkah ini juga boleh dianggap sebagai usaha mengekalkan warisan seni budaya kerana industri kreatif yang mantap mampu mengangkat seni budaya negara.

Budaya menghargai harta intelek juga dapat diwujudkan dalam kalangan masyarakat Malaysia selaras dengan pembangunan industri kreatif. Usaha-usaha meningkatkan kesedaran mengenai harta intelek akan membantu mengekalkan warisan negara sebagai hak milik negara, di samping menjamin pulangan royalti kepada karyawan berkenaan.

Industri kreatif juga dapat mengukuhkan hubungan antarabangsa sama ada dua hala mahupun pelbagai hala melalui perjanjian persefahaman dan jaringan kerjasama modal insan, prasarana dan produk industri ini. Lawatan budaya dan pertukaran modal insan mampu meningkatkan kemahiran dan kepakaran dan pemindahan teknologi. Penghasilan produk usaha sama mampu meningkatkan hubungan antara negara dan memastikan perkongsian pengalaman dan pengetahuan bagi menghasilkan produk yang lebih bermutu.

PERNYATAAN DASAR

Memperkasa industri kreatif negara secara menyeluruh berasaskan kreativiti dan inovasi bagi menyumbang kepada ekonomi berpendapatan tinggi melalui penghasilan produk berkualiti serta memartabatkan warisan seni budaya.

STRATEGI

Strategi 1:

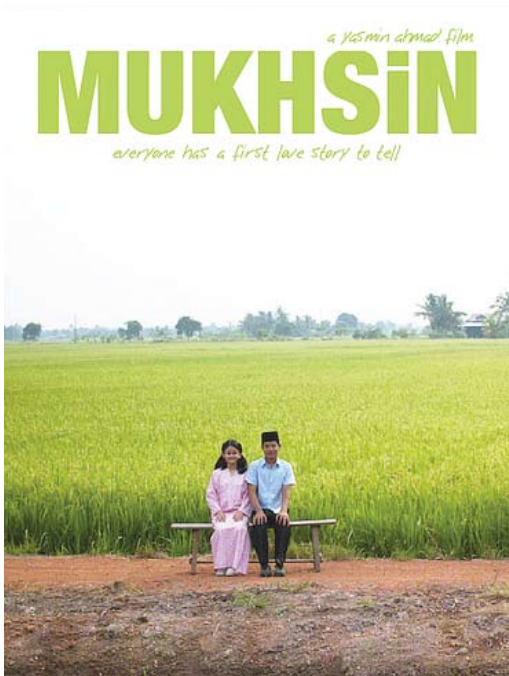
Memantapkan keupayaan modal insan dalam industri kreatif melalui latihan kepakaran, pembelajaran dan peluang berkreaitif.

Strategi 2:

Mewujudkan persekitaran yang kondusif dengan membangunkan institusi, prasarana dan sokongan kewangan (insentif/dana/pelaburan).

Strategi 3:

Memastikan produk jenama Malaysia diterima dalam pasaran tempatan dan mampu bersaing di pasaran serantau dan antarabangsa melalui promosi secara berterusan.



Strategi 4:

Meningkatkan usaha-usaha penyelidikan dan pembangunan berterusan dalam memajukan industri kreatif.

Strategi 5:

Menggalakkan inovasi dan penggunaan teknologi serta meningkatkan kepakaran tempatan ke arah kemajuan dalam penciptaan produk dan karya industri kreatif.

Strategi 6:

Menggalakkan penglibatan syarikat-syarikat swasta, syarikat-syarikat berkaitan kerajaan (GLC) dan syarikat-syarikat multinasional (MNC) untuk memberi sokongan berterusan dalam memajukan industri kreatif negara.

Strategi 7:

Memperkuhkan industri sokongan/ hiburan.

Strategi 8:

Pengurusan, pelaksanaan dan penguatkuasaan undang-undang, akta, peraturan, dan hak cipta untuk memantapkan proses kawal selia bagi setiap produk dan karya industri kreatif.

Strategi 9:

Membangunkan harta intelek sebagai aset baru perniagaan.

Strategi 10:

Menyemai apresiasi dan persepsi positif dalam kalangan masyarakat mengenai imej, potensi dan masa depan industri kreatif agar setaraf dengan bidang profesional yang lain.

Strategi 11:

Memanfaatkan institusi-institusi kreatif Kerajaan, bukan Kerajaan dan NGO sebagai rakan kongsi dalam membangunkan industri kreatif.





**PELAN TINDAKAN
DASAR INDUSTRI
KREATIF NEGARA**

PERNYATAAN DASAR

Memperkasa industri kreatif negara secara menyeluruh berasaskan kreativiti dan inovasi bagi menyumbang kepada ekonomi berpendapatan tinggi melalui penghasilan produk berkualiti serta memartabatkan warisan seni budaya.

Strategi 1:

Memantapkan keupayaan modal insan dalam industri kreatif melalui latihan kepakaran, pembelajaran dan peluang berkreatif.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
1.	Pembangunan modal insan yang terancang dan bersepadu:	KPT ASWARA Institut Latihan Kraf Negara, IPTA/ IPTS, Pusat Latihan Kemahiran & institusi- institusi lain yang berkaitan
	a) Memantapkan sukatan pelajaran di Institusi Pengajian Tinggi supaya menepati keperluan industri.	
	b) Menyediakan elaun galakan di peringkat sekolah menengah sehingga pengajian tinggi.	Kementerian Pelajaran KPT
	c) Menyediakan keperluan latihan bersesuaian kepada penggiat/karyawan industri kreatif.	Swasta/ MDeC/ FINAS

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
	d) Mengiktiraf bakat dan pengalaman sebagai syarat kemasukan ke institusi latihan dan IPT.	KPT ASWARA Institut Latihan Kraf Negara, IPTA/IPTS & institusi-institusi lain yang berkaitan
	e) Meneliti semula proses akreditasi bagi bidang-bidang yang berkaitan dengan industri kreatif dan mengkaji keperluan penglibatan pihak industri sebagai panel penilai akreditasi.	MQA/JPA
	f) Memperkenalkan Program Tunas Kreatif di peringkat sekolah seperti Program Tunas Cemerlang dalam aktiviti sukan.	JKKN/ KPM
	g) Memperbanyakkan pertandingan bagi mencungkil bakat-bakat baru dalam bidang berkaitan.	JMN/ JAN/ FNM/ JWN/ PNM
	h) Mengadakan latihan dan pendedahan bagi mewujudkan kepakaran tempatan dalam bidang pemulihan dan pemuliharaan.	JMN/ JWN
	i) Mewujudkan kerjasama dengan institusi pendidikan di peringkat serantau dan antarabangsa bagi memajukan industri kreatif	KPT/ Institut Latihan Kraf/ IB/ ASWARA/ IPTA/ IPTS
	j) Menyediakan latihan dan kursus bagi memberi pendedahan dan meningkatkan kesedaran mengenai kepentingan hakcipta kepada karyawan.	KPKK/ Kraf/ RTM/ FNM/ FINAS/ MyIPO
	k) Mewujudkan program inkubator bagi industri kreatif.	MDeC/ SKMM

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
2.	Memasukkan elemen-elemen kreatif seperti seni muzik, seni lukis, seni kraf dalam kurikulum di semua peringkat di sekolah rendah, menengah dan IPT.	KPT/KPM/ ITNM
3.	Meningkatkan jumlah tenaga pengajar mengikut bidang seni kreatif.	KPT/ IPTA/ IPTS/ KPM
4.	Menyelaras dan memudah cara melalui kerjasama antara penggiat industri kreatif tempatan dengan pakar dari negara luar.	FINAS/ Perbadanan Kraf/ IB/ MDeC/ agensi yang bersesuaian
5.	Mewujudkan <i>indigenous knowledge system</i> bagi memastikan kemahiran diwarisi secara terancang dan memelihara teknologi <i>indigenous</i> sebagai warisan negara.	JWN/ Kraf/ JMN



Strategi 2:

Mewujudkan persekitaran yang kondusif dengan membangunkan institusi, prasarana dan sokongan kewangan (insentif/dana/pelaburan).

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
6.	<p>Institusi</p> <p>a) Mewujudkan institusi yang bertanggungjawab memajukan industri kreatif negara. Institusi ini berperanan menyelaraskan, menguruskan dana, memantau dan berautoriti melalui penubuhan <i>Majlis Industri Kreatif Negara</i> dan satu Bahagian di bawah KPKK akan menjadi Sekreteriat kepada Majlis ini.</p>	KPKK
	<p>b) Menggalakkan penubuhan persatuan-persatuan industri kreatif bagi mewujudkan kesepakatan antara penggiat industri seterusnya menjana kemajuan industri.</p>	KPKK Jabatan Pendaftaran Pertubuhan
	<p>c) Penubuhan Lembaga Pembangunan Seni Visual Negara bertujuan mempertingkatkan kemajuan seni visual negara.</p>	KPKK
	<p>d) Mengintegrasikan unsur kreativiti dalam perancangan dan pembangunan sektoral negara dengan mewujudkan Seksyen/Unit Kreatif di UPE, JPM.</p>	UPE/ JPM /KPKK

<p>7.</p>	<p>Prasarana</p> <p>a) Menyedia, membangun dan mempertingkatkan prasarana berasaskan keperluan industri:</p> <p>i) Mewujudkan perkampungan seni dan budaya bagi industri kreatif mengikut zon.</p> <p>ii) Mengenalpasti dan mempertingkatkan prasarana sedia ada.</p> <p>iii) Menyelaras keperluan-keperluan industri kreatif dengan industri perkhidmatan sokongan.</p>	<p>KPKK / JKKN / BSLN</p>
	<p>b) Membangunkan prasarana-prasarana industri kreatif seperti:</p> <p>i) Kompleks Perfileman Malaysia di Dengkil, Selangor.</p> <p>ii) Kompleks Muzik Negara</p> <p>iii) Galeri Warisan Negara</p> <p>iv) Perpustakaan Awam</p> <p>v) Taman Budaya dan Pusat Warisan dan Sejarah</p> <p>vi) Muzium Negeri</p> <p>vii) Bangunan Balai Seni Lukis Negara</p>	<p>KPKK/ FINAS/ ASWARA/ FNM/ JWN/ PNM/ BSLN</p>

	c) Menyediakan ruang-ruang kreatif terbuka bagi memberi peluang kepada karyawan (pasar malam, sudut jalanan, Laman Seni / Budaya)	KPKT/ PBT
8.	<p>Kewangan</p> <p>a) Menyediakan kemudahan kewangan dalam bentuk insentif, dana, pinjaman, bagi menyokong pembangunan industri kreatif tempatan (peruntukan dalam bajet Kerajaan, geran-geran, Kerajaan menggalakkan bank-bank perdagangan memberi kemudahan pinjaman kepada pengusaha industri seperti yang dilaksanakan di Jerman):</p> <p>i) Menyediakan dana Produksi Usahasama Antarabangsa sebanyak RM100 juta bagi tempoh 5 tahun (RM20 juta setahun bagi mengeluarkan 2 filem usahasama antarabangsa).</p> <p>ii) Menyediakan insentif-insentif bagi menggalakkan pelaburan industri kreatif dalam dan luar negara melalui insentif-insentif kerajaan (Pajakan tanah, zon industri-industri kreatif, insentif cukai/rebet).</p> <p>iii) Dana Pembangunan Modal Insan, Industri Kreatif Negara.</p> <p>iv) Mengekalkan peruntukan-peruntukan kewangan sedia ada, antaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dana Industri Kreatif (KPKK) • Dana Pembangunan Filem Cereka (FINAS) • Dana Filem Kenegaraan (FINAS) 	<p>MOF/FINAS</p> <p>MIDF/ MOF/ MITI/ LHDN/ MIDA</p> <p>MOF/KPKK</p>

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
	<ul style="list-style-type: none"> • Dana Filem Dokumentari dan Animasi (FINAS) • Dana Pembangunan Seni Filem dan Multimedia (FINAS) • Network Content Development Grant (SKMM) • Dana e-Content (MOSTI) - (di bawah RMKe-9) • Dana Usahasama MDEC 	
	<p>b) Menyediakan peruntukan khas bagi mempertingkatkan kegiatan pemulihan dan pemuliharaan warisan budaya melalui pemberian insentif-insentif tertentu kepada tokoh-tokoh warisan hidup yang mewarisi sesuatu kemahiran agar warisan bangsa tidak pupus.</p>	<p>MOF/ JWN/ ASWARA/ JKKN</p>
	<p>c) Menyediakan geran penyelidikan bagi membiaya usaha-usaha pemulihan dan pemuliharaan.</p>	<p>KPT/ IPTA/ IPTS</p>
<p>9.</p>	<p>Pelaburan Menggalakkan pelaburan domestik dan luar negara dalam bidang kreatif.</p>	<p>MITI/ MIDF/ MATRADE/ MNC/ GLC/ Swasta</p>

Strategi 3:

Memastikan produk jenama Malaysia diterima dalam pasaran tempatan dan mampu bersaing di pasaran serantau dan antarabangsa melalui promosi secara berterusan.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
10.	Menambah nilai bagi produk kreatif.	Karyawan
11.	Memastikan pelaksanaan Kod Kandungan dan Dasar Perfileman Negara dalam penerbitan, khususnya berkaitan 'pemaparan' nilai budaya Malaysia dengan tema tersirat, "Malaysia adalah Negaraku".	SKMM/ FINAS/ FNM
12.	Memperbanyakkan penerbitan dan hasil karya dalam Bahasa Malaysia dan mengenai budaya etnik-etnik serta suku kaum di Malaysia.	PNM/ DBP/ ITNM/ JAN
13.	Menyemai semangat patriotisme, perpaduan, nilai-nilai murni dan amalan-amalan dalam penghasilan produk/ karya kreatif.	KPKK/ JASA/ JP/ RTM/ BERNAMA/ Swasta/ SKMM & Karyawan/ FINAS
14.	Mempertingkatkan aktiviti penterjemahan dari Bahasa Malaysia ke lain-lain bahasa tanpa menjejaskan keaslian karya.	DBP/ ITNM/ IPTA/ IPTS
15.	Memaparkan kejayaan, kisah tokoh-tokoh Malaysia, angkatan tentera dan polis seperti penghasilan karya dalam bentuk dokumentari/filem sebagai teladan kepada generasi muda (contohnya: Almarhum Tunku Abdul Rahman, Tun Tan Cheng Lok dan Tun V.T. Sambanthan; Sultan Mansor Syah dan Puteri Hang Li Po, Penentangan Malayan Union, Penentangan Komunis).	FINAS/ FNM/ RTM/ IB/ JKKN/ JP/ Karyawan

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
16.	Memperkukuhkan jenama Malaysia dalam hasil karya industri kreatif seperti batik, kraf, penulisan, penerbitan filem, muzik, seni persembahan bagi mewujudkan suatu jenama Malaysia di pasaran serantau dan antarabangsa.	Perbadanan Kraf/ PNM/ Jabatan Standard/ Arkib/ DBP/ FINAS
17.	<p>Mempergiatkan usaha-usaha promosi dan pasaran produk industri kreatif di pasaran tempatan dan antarabangsa:</p> <p>a) Mempromosikan acara seperti <i>KL Design Week</i> sebagai suatu acara tahunan yang berprestij bagi mempertingkatkan sokongan dan minat daripada masyarakat umum selain menggalakkan penyertaan pihak luar dalam acara.</p> <p>b) Memanjangkan konsep Sambutan Hari Kraf Kebangsaan ke peringkat negeri dan daerah – pameran dan jualan.</p> <p>c) Meningkatkan promosi produk kraftangan tempatan.</p> <p>d) Pembangunan dan rangkaian peniaga kraf.</p> <p>e) Membantu mendapatkan pasaran baru di luar negara bagi menempatkan produk industri kreatif tempatan yang berpotensi untuk pasaran antarabangsa.</p>	<p>PBT/ MOTOUR/ Kerajaan Negeri</p> <p>KPKK/ JKKN/ Kraf/ BSLN/ IB</p> <p>Kraf</p> <p>Kraf</p> <p>MITI/ KLN/ MATRADE</p>

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
	<p>f) Meneroka, memperluas dan memperkukuhkan pasaran dengan:</p> <p>i) Mencari peluang dan ruang pasaran baru dalam negara; dan</p> <p>ii) Mempertingkatkan pasaran sedia ada.</p>	<p>KPDNKK/Agensi-agensi berkaitan</p>
	<p>g) Mempelbagai kaedah pemasaran dan promosi mengikut <i>trend</i> semasa.</p>	<p>Agensi-agensi berkaitan/ MATRADE/ MOTOUR</p>
	<p>h) Meningkatkan profesionalisme dalam industri penerbitan dan membantu industri penerbitan tempatan (cetak/elektronik/ terjemahan).</p>	<p>Agensi-agensi berkaitan DBP/ PNM/ ITNM</p>
	<p>i) Menganjurkan program-program mempromosikan warisan budaya kepada setiap lapisan masyarakat (golongan kanak-kanak, generasi muda, dewasa dan para pelancong).</p>	<p>KPM/ KPKK/ KPKT/ MOTOUR</p>
	<p>j) Menganjurkan ekspo kandungan tahunan (<i>Creative Content Year</i>).</p>	<p>SKMM/ MDeC/ MOSTI</p>
	<p>k) Program bagi menarik pembeli kandungan luar (<i>buyers fly-in programme</i>).</p>	<p>FINAS</p>
	<p>l) Mengenalpasti agen-agen utama pemasaran di luar negara untuk memasarkan kandungan.</p>	<p>SKMM/FINAS/MDeC</p>
	<p>m) Melatih pegawai-pegawai MATRADE dan Kedutaan Malaysia sebagai ejen pemasaran produk kreatif negara seperti Pegawai di Pusat Kebudayaan Malaysia di luar negara. Mencontohi Goethe Institute, Alliance Francais, British Council, JACTIM, Japan Foundation.</p>	<p>MATRADE/ KLN/ MOTOUR</p>

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
	n) Memasukkan hasil produk kreatif sebagai salah satu agenda promosi MATRADE di luar negara.	MATRADE/ KLN
	o) Mewujudkan dan menyertai <i>Creative Trade Mission/</i> ekspo/ seminar.	FINAS/ Kraf/ JKKN/ ASWARA
	p) Menggalakkan penyertaan kumpulan-kumpulan seni dan kebudayaan tempatan menyertai festival-festival seni antarabangsa bagi menyerlahkan identiti imej seni budaya Malaysia ke mata dunia.	JKKN/ IB/ ASWARA



Strategi 4:

Meningkatkan usaha-usaha penyelidikan dan pembangunan berterusan dalam memajukan industri kreatif.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
18.	Mempergiatkan kajian dan penyelidikan dengan:	ASWARA/ FNM/ IPTA/ IPTS
	a) Menjalankan kajian keperluan pengguna	
	b) Menjalankan kajian kepuasan pengguna	KPKK
	c) Menjalankan kajian kualiti dan potensi produk	Pegiat Seni/ Agensi berkaitan KPKK
19.	Mempelbagai dan menghasilkan produk baru:	Karyawan/ Kraf/ IB/ FINAS/ FNM/ RTM/ ASWARA
	a) Menambah nilai produk sedia ada;	
	b) Mengguna strategi perniagaan yang dinamik; dan	Karyawan/ Kraf/ RTM
	c) Menghasilkan produk-produk kreatif yang unik dan eksklusif	Karyawan/ Kraf/ IB/ FINAS/ FNM/ RTM/ ASWARA



Strategi 5:

Menggalakkan inovasi dan penggunaan teknologi serta meningkatkan kepakaran tempatan ke arah kemajuan dalam penciptaan produk dan karya industri kreatif.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
20.	Mempertingkatkan penggunaan teknologi dalam pengeluaran dan pemasaran tanpa menjejaskan kualiti dan keaslian hasil kreatif	Kraf/ FINAS/ IB/ FNM/ SME Corp
21.	Mencipta teknologi baru dan memanfaatkan penggunaan teknologi	MDeC/ IPTA/ IPTS
22.	Meneroka dan mengadakan perkongsian pintar di kalangan industri dengan: a) Memberi insentif untuk menggalakkan inovasi dalam teknologi b) Mempelbagaikan penggunaan teknologi	MDeC/ MOF/ LHDN/ SME Bank



Strategi 6:

Menggalakkan penglibatan syarikat-syarikat swasta, syarikat-syarikat berkaitan Kerajaan (GLC) dan syarikat-syarikat multinasional (MNC) untuk memberi sokongan berterusan dalam memajukan industri kreatif negara.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
23.	Memperkenalkan program anak angkat antara syarikat dengan bangunan warisan tertentu.	GLC/ MNC/ JWN
24.	Menggalakkan program CSR daripada syarikat-syarikat GLC untuk membaik pulih dan mempertingkatkan kualiti bangunan atau tapak-tapak warisan.	GLC/ MNC/ JWN
25.	Menggalakkan syarikat industri kreatif swasta tempatan untuk melebarkan usahasama dengan syarikat antarabangsa bagi menyalurkan kemahiran dan teknologi terkini.	FINAS/ Kraf/ IB/ ITNM
26.	Menggalakkan kemasukan syarikat-syarikat kreatif antarabangsa bagi mewujudkan peluang kerjaya dan pemindahan kemahiran kepada masyarakat tempatan di dalam industri kreatif.	KPKK/ FINAS/ SKMM/ MDeC
27.	Menggalakkan kemasukan produksi luar melakukan penggambaran berlatar belakang warisan budaya Malaysia bagi mempromosikan tempat-tempat bersejarah dan warisan budaya negara di mata dunia.	FINAS

Strategi 7:

Memperkukuh industri sokongan/ hiliran.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
28.	Melestarikan (<i>sustainability</i>) industri hiliran melalui penyediaan dana, prasarana dan insentif yang bersesuaian.	Agensi-agensi berkaitan
29.	Menggalakkan stesen penyiaran memberi lebih banyak peluang kepada syarikat-syarikat penyedia kandungan bagi memastikan pelaburan berterusan.	RTM / Swasta
30.	Memperkemaskan sistem pembekalan bahan mentah bagi menjana penghasilan produk kreatif (insentif/ galakan Kerajaan).	Agensi-agensi berkaitan



Strategi 8:

Pengurusan, pelaksanaan dan penguatkuasaan undang-undang, akta, peraturan, dan hak cipta untuk memantapkan proses kawal selia bagi setiap produk dan karya industri kreatif.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
31.	Mengkaji perundangan sedia ada bagi menggalakkan industri kreatif.	AG/ Kementerian berkaitan / MyIPO
32.	Mewujudkan kerangka perundangan baru bagi menyelaraskan, melindungi dan membangunkan industri kreatif tempatan.	AG/ MyIPO/ KPKK/ Agensi-agensi lain
33.	Melaksanakan kempen dan publisiti mengenai hak cipta.	MyIPO/ FINAS/ SKMM
34.	Meneliti semula proses dan prosedur berkaitan harta intelek bagi menggalakkan perkembangan karya-karya kreatif.	MyIPO
35.	Membangunkan keupayaan teknologi tempatan di dalam industri kreatif (<i>local core competencies</i>)	MDeC
36.	<p>Menggalakkan pembangunan industri kreatif tempatan melalui kaedah-kaedah berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Akta; ii. Arahan secara pentadbiran; iii. Hubungan Dua Hala (<i>Bilateral Cooperation</i>); dan iv. Pemantauan dan penguatkuasaan Dasar Kandungan Tempatan. 	KLN/ KPKK/ Agensi berkaitan
37.	Mewajibkan pengenalan khas bagi membezakan hasil kreatif tempatan dan luar negara melalui penguatkuasaan undang-undang.	KPDNKK/ MyIPO/ KPKK

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
38.	Memantapkan penguatkuasaan dan pelaksanaan Akta Bahasa Kebangsaan 1963 pindaan 1968 serta mempertingkatkan peranan Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) dalam penghasilan karya-karya berbahasa Malaysia.	DBP
39.	Memantapkan Garis Panduan Penapisan Filem bagi memastikan elemen pembinaan jati diri dan negara bangsa serta memperluaskan peranan Lembaga Penapisan Filem (LPF).	KDN
40.	Mempertingkatkan penguatkuasaan Kod Kandungan, Akta Komunikasi dan Multimedia 1998.	SKMM
41.	Menyelaras garis panduan dan peraturan berkaitan produk iklan bagi media cetak dan elektronik.	KPKK

Strategi 9:

Membangunkan harta intelek sebagai aset baru perniagaan.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
42.	Menganalisa dan mengkaji kemungkinan peluang perniagaan daripada harta intelek.	MyIPO
43.	Memberi pendedahan mengenai hak harta intelek kepada peneraju industri.	MyIPO/ MDeC/ SME Corp
44.	Mempertingkatkan usaha ke arah pembangunan harta intelek sebagai satu komoditi perniagaan.	MyIPO/ MDeC/ SME Corp

Strategi 10:

Menyemai apresiasi dan persepsi positif dalam kalangan masyarakat mengenai imej, potensi dan masa depan industri kreatif agar setaraf dengan bidang profesional yang lain.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
45.	Melaksanakan langkah-langkah jaminan kerjaya/ kebajikan seperti: a) Tabung Kebajikan Penggiat Seni b) Tabung Bantuan Balai Seni Lukis Negara	KPKK/ MDeC/ NGO/ KWSP/ SME Corp/ Syarikat Insurans
46.	Memberikan pengiktirafan kepada individu-individu yang berjaya mengharumkan nama negara.	KPKK
47.	Melaksanakan program-program kesedaran di pelbagai peringkat: a) Mengadakan sambutan Hari/Minggu/ Bulan/Tahun Kreatif Malaysia. b) Mengadakan program kerjasama dengan Kementerian Pelajaran/ Kementerian Pengajian Tinggi melalui Unit Kaunseling dan Kerjaya di setiap sekolah/ IPTA/IPTS. c) Menyertai program-program dan membuka ruang pameran kerjaya yang diadakan di Malaysia. d) Memaparkan kejayaan individu-individu yang terlibat dalam bidang ini melalui media.	KPKK/ JKKN/ Kraf KPM/ KPT/ IPTA/ IPTS /KPKK KPKK BERNAMA/ RTM/ Swasta

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
48.	Mewujudkan lebih banyak program-program seni seperti Citrawarna Malaysia dan Program Merakyatkan Seni bagi menanam rasa cintakan seni kepada masyarakat.	JKKN
49.	Menyemarakkan kembali seni budaya yang semakin terpinggir seperti wayang kulit, makyong, ulik mayang, tarian kuda kepang dan lain-lain sebagai suatu keunikan seni dan budaya Malaysia.	JKKN/ IB / RTM



Strategi 11:

Memanfaatkan institusi-institusi kreatif Kerajaan, bukan Kerajaan dan NGO sebagai rakan kongsi dalam membangunkan industri kreatif.

Bil.	Pelan Tindakan	Agensi Pelaksana
50.	Mempergiatkan aktiviti promosi dan menjelaskan fungsi serta peranan institusi-institusi kreatif dan NGO kepada masyarakat, seperti Yayasan Inovasi	MDeC
51.	Merangka program-program kesedaran dan penggalakan di peringkat akar umbi selaras dengan fungsi dan peranan Yayasan Inovasi Malaysia untuk memupuk dan membangunkan individu yang boleh berfikir secara kreatif dan inovatif.	MDeC



NOTA

dasar industri kreatif negara



KEMENTERIAN
PENERANGAN
KOMUNIKASI
KEBUDAYAAN

