2025년 14호

# 인도네시아 콘텐츠 특화보고서

(2025년 인도네시아 콘텐츠산업 법령 및 지원 프로그램)

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

# 인도네시아 콘텐츠 특화보고서

CONTENT INDUSTRY TREND OF INDONESIA

2025년 14호

| 구분(장르) | 제 목 | Key Word |
|---|---|---|
| 심층이슈 | **인도네시아 콘텐츠 법령**<br><br>**1. 저작권에 관한 법률**<br>1.1 저작권 기본법<br>1.2 하위 법률 제·개정 현황(2014년 이후)<br>**2. 방송에 관한 법률**<br>2.1 방송 기본법<br>2.2 하위 법률 제·개정 현황(2002년 이후)<br>**3. 영화에 관한 법률**<br>3.1 영화 기본법<br>3.2 하위 법률 제·개정 현황(2009년 이후)<br>**4. 인도네시아 콘텐츠 시장 진출 시 검토해야 할 법령 및 규정**<br>4.1 외국 기업 진출·투자 관련<br>4.2 콘텐츠 등급분류, 검열 및 내용 규제<br>4.3 지식재산권(IP) 및 콘텐츠별 저작권/로열티 관련<br>4.4 사업자 등록·허가 절차 및 준수 요건 | 저작권, 지식 재산권, 방송법, 영화법, TV/OTT, 음악, 공연, 게임, 영화, 패션, 애니메이션, 외국인 투자 |
| 콘텐츠산업 정보 | **인도네시아 콘텐츠산업 지원 프로그램**<br><br>**1. 콘텐츠산업 주요 지원 프로그램(정부 부처별)**<br>1.1 창조경제부<br>1.2 디지털통신부<br>1.3 문화부<br>1.4 법무인권부<br>**2. 콘텐츠 부문별 주요 지원 프로그램**<br>2.1 게임 부문<br>2.2 영화/애니메이션 부문<br>2.3 웹툰/만화 부문<br>2.4 패션 부문<br>2.5 VR/AR 부문 | |


작성 | 한국콘텐츠진흥원 인도네시아 비즈니스센터

배포 | 2025.10.22.


한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

K-콘텐츠와 세계로 미래로

# 심층이슈

## I. 인도네시아 콘텐츠 법령

### 작성 순서

1. 저작권에 관한 법률
2. 방송에 관한 법률
3. 영화에 관한 법률
4. 인도네시아 콘텐츠 시장 진출 시 검토해야 할 법령 및 규제

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

## 1 저작권에 관한 법률

### 1.1 저작권 기본법

**개요**

- 인도네시아 저작권법은 2014 년 제정된 "UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (저작권에 관한 법률 제 28 호 2014 년)"이며 19 개 장과 125 조로 구성되어 있음
- 이 법은 2002 년 제정된 저작권법(UU No. 19/2002)을 대체하며, 디지털 시대의 발전과 국제조약 가입에 맞추어 저작권 보호 체계를 강화한 것이 특징임

**제 1 장 (통칙)**

- 저작권의 용어 정의와 법 적용 범위를 규정함
- 저작권(Hak Cipta)은 창작물이 실제 형태로 표현됨과 동시에 자동 발생하는 배타적 권리로 정의
- 저작인접권(Hak Terkait)은 실연자, 음반제작자, 방송기관의 권리를 의미함
- 이 법은 인도네시아 국민·법인의 창작물뿐만 아니라 외국인의 창작물도 보호하며, 외국 창작물의 경우 최초 공표지가 인도네시아이거나 해당 국가와의 양자/다자 조약에 따랐을 때 보호를 받는다고 명시함

**제 2 장 (저작권)**

- 이 장은 저작인격권과 저작재산권의 내용, 양도 및 제한을 다룸
- 저작인격권(Hak Moral)은 저작물에 자신의 이름 표시 여부 결정권, 내용의 동일성 유지권 등을 포함하며 영구적 권리로서 창작자에게 귀속됨
- 저작재산권(Hak Ekonomi)은 복제, 배포, 번역, 공연 등 경제적 이용에 대한 권리로서 창작자에게 부여되며, 창작자는 이를 타인에게 허락하거나 양도할 수 있음
- 이 법은 저작재산권의 양도 방법(상속, 증여, 계약 등)과 제한을 규정하고, 저작권이 무체동산으로서 담보의 대상이 될 수 있음을 명문화함

- 또한, 저작권 보호 기간을 창작자 생존 기간 + 사후 70 년으로 연장함. 이는 이전 법의 50 년에서 연장된 것으로 국제표준에 부합함

**제 3 장 (저작인접권)**

- 실연자, 음반제작자, 방송자의 권리를 규정함
- 실연자의 인격권(자신의 이름 표시권 등)과 재산권(공연 녹음·복제·배포권 등)을 인정하며, 음반제작자와 방송사업자에게도 복제권·배포권 등을 부여함
- 저작인접권의 보호 기간은 ① 실연자, 실연이 음반 또는 시청각 자료로 고정된 때부터 50 년간 존속되며, ② 음반제작자, 음반이 고정된 때부터 50 년간 존속, 그리고 ③ 방송사업자, 방송저작물이 최초로 방송된 때부터 20 년간 존속됨

**제 4 장 (창작자)**

- 창작자의 지위와 권리를 다룸
- 공동저작의 경우 창작자들이 공동으로 권리를 보유하며, 고용 관계나 주문에 따른 저작물의 경우 별도 약정이 없으면 실질적 창작자가 저작자로 추정되는 등 창작자 귀속에 관해 규정함
- 또한, 창작자가 불명인 저작물의 경우 국가가 이를 대리 관리하도록 규정하여 고아저작물[1] 문제를 다루고 있음

**제 5 장 (전통문화표현 및 보호되는 창작물)**

- 전통문화표현에 대한 저작권을 국가가 소유하고 그 보전의무를 진다는 내용을 신설함. 또한, 법이 명시적으로 보호하는 창작물의 종류는 문학·예술·과학 전 분야의 창작물이 망라됨
- 문서, 연설, 음악, 연극, 미술, 건축, 지리·지도, 사진, 영상, 컴퓨터 프로그램, 비디오 게임 등이 모두 보호 대상으로 포함되며, 데이터베이스와 전통문화표현의 편집물도 독창성이 인정되면 보호된다고 규정함
- 국가가 보유한 전통문화표현물에 대한 저작권은 기한의 정함 없이 보호되며, 국가가 보유하고 있고 저작자를 알 수 없는 저작물에 대한 저작권은 해당 저작물이 최초로 공개된 날부터 50 년간 존속됨. 또한, 공표 당사자가 행사하는 저작물에 대한 저작권은 해당 저작물이 최초로 공표된 날부터 50 년간 존속됨
- 한편 보호받지 못하는 것으로 아이디어 자체, 개념·발견, 공공의 이익을 위한 법령이나 판결, 단순 기능적 결과물 등이 있으며, 국가 행사에서 공개된 국가 상징이나 정부 발행물 등은 특별한 표시가 없는 한 저작권이 적용되지 않는다고 명시함

**제 6 장 (저작권 제한)**

- 저작권의 합법적인 이용 예외를 규정함.
- 교육·연구 목적의 인용이나 이용, 시사 보도를 위한 기사 또는 방송 인용, 정부나 기관 명의로 행한 공표물의 복제 등은 권리 침해로 간주하지 않는 행위로 명시함
- 특히 “비상업적이고 창작자에게 이익을 주는 정보기술 매체상의 콘텐츠 공유”도 일정 조건 하에 저작권 침해로 보지 않는다는 조항이 포함되어, 소셜미디어 등에서의 콘텐츠 활용에 대한

1) 저작권 보호 기간이 남아 있지만, 저작권자나 권리 보유자를 식별하거나 연락할 수 없는 저작물을 의미함

유연성을 부여함

- **제 7 장 (기술적 보호 수단)**
  - 이 장은 디지털 시대의 콘텐츠 보호를 위해 도입됨
  - 저작물 보호를 위한 기술적 보호조치를 고의로 훼손·무력화하는 행위를 금지함
  - 예를 들어 DRM[2] 등을 회피하거나 제거하는 행위는 법으로 금지되며(국가 안보 목적 등 예외적인 경우를 제외), 위반 시 제재를 받게 됨
- **제 8 장 (정보통신 기술상의 저작권 콘텐츠)**
  - 이 장은 온라인 플랫폼에서의 저작권 침해 대응을 규정함
  - 정부는 정보기술 기반의 저작권 침해 콘텐츠의 제작 및 유포를 감시하고, 국내외 기관과 협력하여 이를 방지할 권한을 가짐
  - 누구든지 온라인상 상업적 목적의 저작권 침해를 인지하면 법무부 장관에게 신고할 수 있고, 장관은 사실 조사를 거쳐 정보통신부(現 디지털통신부) 장관에게 해당 불법 콘텐츠의 전부 또는 일부를 차단하거나 해당 서비스에 대한 접근 불가 요청을 하도록 규정함
  - 이 절차에 따라 웹사이트의 특정 콘텐츠 차단뿐만 아니라 사이트 전체의 폐쇄까지도 이루어질 수 있음. 다만 웹사이트 전체를 차단한 경우 14 일 이내에 법원의 승인을 받도록 하여 사후 사법심사를 거치게 함. 이후 실제 집행을 위해 법무부(現 법무인권부)와 정보통신부의 공동 장관령으로 구체적 절차를 정하도록 위임함
- **제 9 장 (저작권 및 인접권 존속기간)**
  - 저작인격권과 재산권의 보호 기간을 규정함
  - 저작인격권은 일부 권리를 제외하고 영구 존속함을 명시했고, 저작재산권은 일반 저작물의 경우 창작자 사후 70 년간으로 정함
  - 인접권에 대해서도 실연자의 인격권은 영구적이며, 실연·음반·방송에 대한 인접권의 재산권은 각 조항에서 별도로 규정된 기간(예: 실연 및 음반 50 년 등)으로 보호됨
- **제 10 장 (저작물 및 인접권 등록)**
  - 저작권의 등록 절차를 다룸. 인도네시아에서는 저작권이 창작과 동시에 자동 발생하지만, 임의적 등록제도를 통해 공식적인 저작물 등록부에 창작물과 권리 관계를 기재할 수 있음
  - 이 장은 등록 신청, 권리 양도 기록, 저작자 명의 변경, 등록 취하 및 말소 절차 등을 규정함
  - 등록 신청에는 창작자/권리자의 인적사항, 작품의 종류와 제목, 최초 공표 일시·장소 등의 기본 정보와 함께 신청 일자, 창작물의 견본 또는 대체자료, 권리 소유 확인서 및 수수료 납부 영수증 등의 첨부를 요구함
  - 또한, 전자적 방법으로 등록 신청할 수 있도록 하여 디지털 시대에 맞게 서비스를 개선하였으며, 요건을 모두 갖추면 신속히 등록증을 발급하도록 하고 있음
  - 등록된 저작물이라도 권리자의 요청, 보호 기간 만료, 법원 판결, 공공질서 위반 등의 사유가 발생하면 장관이 등록을 말소할 수 있는 권한도 부여됨 (참고: 인도네시아 저작권 등록은 권리

2) DRM(Digital Rights Management)은 디지털 콘텐츠의 저작권 보호와 사용 제어를 위해 사용되는 기술 및 시스템을 의미함

발생 요건은 아니지만, 분쟁 시 창작자 추정의 효력 등을 주어 권리행사를 보조하는 역할을 함)

- **제 11 장 (라이선스 및 강제실시권)**
  - 권리자는 자신의 경제적 권리를 제삼자에게 이용을 허락할 수 있으며, 라이선스 계약은 서면으로 체결하고 정부에 등록하도록 규정됨
  - 라이선스 계약에 부당하게 국내 경제에 손해를 끼치는 조항이나 창작자의 권리를 박탈하는 내용이 있으면 무효로 하여 공정한 거래질서를 유지하도록 함
  - 또한, 강제실시권 제도를 도입하여, 교육·과학 목적의 저작물 번역 및 복제를 위한 강제실시를 허용하고 그 절차를 규정함. 이는 국제조약(번역권 제한 등, Berne 부속서)에 따른 조치로서, 공익적 목적의 이용을 촉진하려는 것임
- **제 12 장 (집단관리기관)**
  - 저작권료 징수 단체의 설립과 운영을 규정함
  - 창작자·권리자는 자신들의 경제적 권리를 행사하기 위해 집단관리기관(LMK, Lembaga Management Kolektif)에 가입하여야 하고, LMK 가 이용자로부터 합당한 사용료(로열티)를 징수·분배하도록 함
  - 음악 분야의 경우 작곡가와 실연·제작자 측을 대표하는 2 개의 국가공인인 LMK 와 LMKN(LMK Nasional)을 설립해 로열티 징수체계를 운영하도록 함
  - LMK 는 비영리 법인이어야 하며 정부로부터 운영허가를 받아야 하고, 일정 수 이상의 회원(예: 음악 분야 창작자 200 명 이상)을 확보해야 함
  - 또한, LMK 는 매년 재무 및 성과에 대한 공인 회계감사를 시행해 그 결과를 공표하도록 의무화함
  - LMK 의 운영비는 징수 로열티의 20% 이내로 제한하고, 설립 초기 5 년간만 30%까지 허용함
  - 법무부 장관은 LMK 들을 매년 평가하여 요건을 충족하지 못하면 허가를 취소할 수 있으며, 이에 관한 세부사항은 장관령으로 구체화하도록 위임됨
- **제 13 장 (수수료)**
  - 저작권 관련 각종 신청에 부과되는 국가수입 수수료에 관해 규정함
  - 예를 들어 등록 신청, 등록 양도, 이름변경, 라이선스 계약 등록 등의 행위에 수수료를 징수하며 그 수입은 비과세 국고 수입(PNBP[3])으로 귀속됨을 명시함
- **제 14~17 장 (법적 구제 및 집행)**
  - 분쟁 해결, 가처분, 수사, 형사처벌 등을 다룸
  - 저작권 분쟁은 민사소송, 중재 또는 대체적 분쟁 해결로 해결할 수 있으며, 전속관할은 상사법원(Pengadilan Niaga)으로 정함
  - 긴급한 경우 법원에 임시 중지 명령(가처분)을 구할 수 있고, 법원은 국경 조치[4] 등도 포함한 잠정조치를 발령할 수 있음

3) PNBP(Penerimaan Negara Bukan Pajak)는 세금 외에 국가가 거두는 수입으로, 서비스 이용 또는 국가 자원 활용에 대한 직접적 또는 간접적 이익을 받은 대가로 징수함
4) 저작권이나 상표권 등의 지식재산권을 침해한 물품에 대한 세관의 통관 유예 조치

- 수사는 일반 형사 사법절차와 함께 공무원 수사관(PPNS, Pejabat penyidik Pegawai Negeri Sipil)에 의한 지식재산 범죄 수사권을 인정하고, 이들의 권한과 협업을 규정함
- 고의적 저작권 침해 시 최대 수년의 징역과 벌금형 등을 부과하고 재범 가중 등도 다루고 있음. 특히 영리 목적의 해적 행위(불법 복제·배포) 등은 더 무거운 처벌이 규정되어 있으며, 권리자가 원하면 형사고소를 통해 처벌 절차를 진행할 수 있음을 명시함

**제 18~19 장 (경과 및 종결 규정)**

- 기존 법에서 이미 발생한 권리와 의무의 승계, 시행령 제정 명령, 시행일 등을 규정함
- 예를 들어 이 법 시행 전에 설립된 저작권 심의위원회를 해산한다거나, 이 법 시행일로부터 2 년 이내에 필요한 하위 규정을 제정하도록 지시하는 등의 내용이 포함됨
- 2014 년 법률은 2015 년 10 월 16 일부터 발효됨

### 1.2 하위 법률 제·개정 현황(2014년 이후)

**공동부령(법무인권부 제 14 호 2015 년, 디지털통신부 제 26 호 2015 년)「온라인 저작권 침해 콘텐츠의 차단 및 접근금지 시행 절차」**

- 2015 년 7 월 2 일 법무인권부와 디지털통신부가 공동으로 발령한 규정으로, 권리자나 대리인은 온라인 침해사례를 신고할 수 있고, 법무인권부 내 검토팀이 증거를 조사하여 디지털통신부에 차단 요청을 공식 통지하는 절차, 플랫폼 운영자에게 통보 후 콘텐츠 삭제 또는 계정 차단을 이행하는 방식, 사이트 전체 폐쇄 요건 및 법원승인 절차 등을 상세히 규정함
- 이 공동부령으로 정부와 플랫폼의 공조체계가 마련되어 실제로 수천 건 이상의 불법 사이트(예: 해적판 영화 스트리밍 사이트 등) 차단에 활용되고 있음
- 2015 년 최초 규정 이후 2017 년과 2021 년에 개정을 거쳐, 처리기한 단축과 기술적 조치 고도화 등이 반영됨

**법무인권부 장관령 2018 년 제 36 호「집단관리기관(LMK) 운영허가 신청 및 평가 절차」**

- 2018 년 12 월 제정된 이 규정은, 집단관리단체의 설립·운영에 관한 행정절차를 규정함
- LMK 로 인가받기 위한 신청 서류(정관, 회원명부 등)와 요건(비영리 법인, 최소 회원 수 등), 법무인권부의 심사 절차, 운영허가 유효기간(예: 5 년)과 갱신 요건, 정기 평가 및 보고 의무 등을 세부적으로 규정함
- 이 규정에 따라 음악 분야의 국가집단관리기관(LMKN) 두 곳이 2019 년에 인가되었고, 이후 다양한 분야(시각예술, 문예 등)에서 LMK 들이 설립·운영되고 있음. 2025 년 현재 인가 LMK 수는 16 개로 집계됨

**정부령 2020 년 제 16 호「저작물 및 저작 인접물의 등록 절차」**

- 2020 년 2 월 26 일 발효됐으며, 저작권 등록 신청부터 말소까지의 절차, 요건, 수수료 등을 상세히 규정함. 이를 통해 온라인 등록 시스템을 공식화하고, 서류 요건과 처리기한 등이 명확해져 권리자의 편의와 법적 안정성이 향상됨
- 이 법안의 목적은 저작권자의 권리 관계를 명확히 하고 분쟁 시 증거 자료로 활용될 공식

데이터베이스를 구축하는 데 있음

- **정부령 2021 년 제 56 호「노래 및/또는 음악 저작물의 로열티 관리」**
  - 2021 년 3 월 30 일부로 제정되어, 음악 분야 저작권료 징수 및 분배에 관한 체계를 규정함
  - 공연, 방송, 디지털 스트리밍 등을 이용하는 자는 모두 로열티 지급 의무가 있음을 분명히 하고, 국가 음악 데이터센터의 구축, 로열티 징수 절차와 요율, LMKN(국가집단관리기관)의 권한 등을 규정함
  - 이는 2014 년 법에서 정한 창작자의 경제적 권리를 실질적으로 강화하는 것으로, 특히 식당·카페, 방송국, 디지털 플랫폼 등 공중송신 매체들이 반드시 저작권료를 내도록 의무화하여 창작자에게 정당한 보상이 돌아가게 하는 데 있음
- **정부령 2021 년 제 100 호「지적재산 대리인에 관한 규정」**
  - 2021 년 말 제정된 이 정부령은 특허·상표·저작권 등 지식재산 분야 대리인(컨설턴트) 자격과 감독을 규정함
  - 옴니버스(Omnibus) 법률인 2020 년「일자리 창출법(UU Cipta Kerja)」의 지식재산 조항에 근거한 것으로, 지식재산 대리인(컨설턴트)의 자격요건, 등록 절차, 윤리 규범, 징계 등을 정비함
  - 이는 권리자들이 신뢰할 수 있는 전문 대리인을 통해 저작권 출원·분쟁 등을 처리할 수 있게 하고 브로커 난립을 막는 한편, 외국인의 국내 저작권 업무대행에도 일정한 자격을 갖춘 현지 대리인(컨설턴트)이 관여하도록 함으로써 서비스 품질을 높이려는 목적임
- **법무인권부 장관령 2022 년 제 9 호「(음악 로열티 관리) 이행을 위한 시행규칙」**
  - 2022 년 3 월 발령된 이 규정은 '정부령 2021 년 제 56 호「노래 및/또는 음악 저작물의 로열티 관리」'의 구체적인 집행절차를 담고 있음
  - 로열티 징수와 분배를 담당하는 LMKN 의 조직과 온라인 포털 구축, 음악 저작물 데이터베이스 연계, 이용자 로열티 납부절차(계약 체결, 계좌이체 등), 분배 투명성 확보 등을 상세히 규정함
- **법무인권부 장관령 2023 년 제 1 호「지식재산 범죄 수사관리에 관한 규정」**
  - 2023 년 1 월 시행된 이 규정은, 경찰과 특임공무원에 의한 지재권 범죄 수사의 체계와 협력을 다룸. 법무부 산하 지식재산 전문 조사관의 권한 범위, 사건 송치 절차, 경찰과의 공조, 증거 관리, 수사종결 보고 등이 표준화됨
- **법무인권부 장관령 2024 년 제 15 호「도서 및 기타 저작물의 재이용 허가에 대한 로열티 관리」**
  - 2024 년 7 월 제정된 이 규정에서는 도서 등 출판물의 교육·연구 목적 복제나 디지털 이용을 위한 일종의 집단관리/법정허락 제도를 도입함
  - 예를 들어 도서관이 소장 도서를 디지털화하여 이용자에게 제공하거나, 학생들이 교과서를 부분 복제하는 경우를 합법화하기 위한 절차를 규정한 것임. 한편 저작권자의 승낙 없이도 허용되는 대신, 창작자에게 합당한 보상이 지급되도록 정부가 지정한 집단관리기관을 통해 로열티를 징수·분배하게 됨
- **정부령 2024 년 제 45 호「법무인권부 소관 비과세 국고 수입(PNBP) 종류 및 요율」**
  - 2024 년 5 월 제정되어 법무인권부 산하 업무의 각종 수수료 체계를 재정비한 규정으로, 저작권 등록 수수료, 저작권료 징수기관 허가비용, 각종 증명발급 수수료 등이 포함되어 있음

- 이 정부령은 정부 행정서비스 수수료를 합리적으로 조정함으로써 창작자들에게 과도한 비용 부담을 지우지 않고도 충분한 행정서비스 재원을 확보하려는 취지임. 예를 들어 온라인 등록 시스템 도입에 따라 일부 수수료 감면이 이뤄졌고, 소기업이나 학생의 저작권 출원 시 일정 조건 하에 수수료를 낮추는 조항 등이 포함됨

**법무인권부 장관령 2025 년 제 27 호「저작권료 관리 이행 지침」**

- 이 장관령은 '정부령 2021 년 제 56 호'의 구체적인 시행을 위한 기술적 지침을 제공하는 것을 목적으로 함
- 주요 내용으로는 LMKN 위원 선출 방식, 로열티 징수 및 분배의 세부 절차, 투명성 확보를 위한 보고 의무, 그리고 국가 통합 음악 데이터베이스(Pusat Data Lagu dan/atau Musik)의 구축 및 운영에 관한 사항 등이 규정되어, 음악 로열티 시스템이 실질적으로 작동하게 함

## 2 방송에 관한 법률

### 2.1 방송 기본법

**개요**

- 인도네시아 방송법은 2002 년 제정된 'Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran(방송에 관한 법률 제 32 호 2002 년)'이며, 1997 년 방송법인 'Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran'을 대체하는 방송법임
- 2002 년 방송법은 방송의 독립 규제체계(KPI[5] 설치)와 민영·공영·공동체·유료방송의 4 대 사업자 구분, 방송허가제 도입 등의 내용을 담고 있음

**제 1 장 (통칙)**

- "방송(Siaran)"은 음성, 영상 또는 그 혼합 형태의 메시지를 유·무선 전송으로 공개 전달하는 것으로 정의되며, "방송사업자"는 공영방송(LPP, Lembaga Penyiaran Publik), 민영방송(LPS, Lembaga Penyiaran Swasta), 지역방송(LPK, Lembaga Penyiaran Komunitas), 유료방송(LPB, Lembaga Penyiaran Berlangganan) 등으로 구분됨
- 이 장에서는 주파수 스펙트럼은 국가가 관리하며 방송사업자는 국가가 부여한 방송허가(Izin Penyelenggaraan Penyiaran, IPP)를 받아야 함을 명시함
  ·· 방송허가 유효기간은 라디오 5 년, 텔레비전 10 년이며 갱신 가능함

**제 2 장 (원칙, 목적 기능 및 방향)**

- 방송은 판차실라(Pancasila)[6]와 헌법의 이념 아래 공익·공정·법치 등의 원칙으로 운영되어야 함
- 국민 통합, 건전한 국민 정서 함양, 국민 계도와 복지 향상 및 국내 방송산업 육성 등이 방송의 주요 목적임
- 방송의 기능은 정보 제공, 교육, 건강한 오락 제공 등이며, 방향은 국가 정보 질서의 형성과 공평한 정보 접근 보장에 두고 있음

5) 인도네시아방송위원회(Komisi Penyiaran Indonesia, KPI)
6) 판차실라: 인도네시아 공화국의 국가 이념이자 철학

## 제 3 장 (방송의 운영)

- 국가방송체계(Sistem Penyiaran Nasional) 아래에서 모든 방송이 이루어지며, 국가가 방송 주파수를 주권적으로 관리함
- 인도네시아 방송위원회(KPI)가 중앙 및 지역에 설치되어 방송내용 규제와 허가과정에 참여하며, 방송 표준과 행동강령 제정, 준수 감독 및 제재 권한을 가짐
- 이 장은 방송사업자의 설립·운영 요건을 상세히 규정하며, 방송사업 허가는 공공의 이익을 고려하여 KPI 의 심사·추천과 정부 승인 절차를 거쳐 부여됨
- 일반
  - ·· 하나의 방송사업자가 1 개의 주 방송국과 지역 계열국으로 구성된 네트워크 형태로 운영될 수 있음을 규정함
  - ·· 주 방송국은 전국 또는 광역권 대상 프로그램을 송신하고, 지역 방송국은 지역 대상 프로그램을 송신하며, 민영방송(LPS)은 제한된 광역 네트워크만 구성할 수 있음
  - ·· 방송사업 허가는 라디오 5 년, 텔레비전 10 년 단위로 부여되고 연장할 수 있나, 최초 허가 전 라디오 6 개월, 텔레비전 1 년의 시험방송 기간이 요구됨. 허가는 타인에게 양도 금지이며 무단 양도의 경우 취소됨
- 인도네시아 방송위원회(KPI)
  - ·· KPI 는 민간 참여로 구성된 독립기구로서 중앙(KPI Pusat)과 주별(KPI Daerah)로 설치되며, 방송정책의 사회적 합의 창구 기능을 함
  - ·· KPI 는 방송프로그램 기준과 방송 행동강령 제정, 준수 감독 및 위반 제재, 정부·사업자·시민 간 협력을 수행하며, 국민의 올바른 정보 접근권을 보장해야 하는 의무가 있음
  - ·· KPI 위원은 정치인·공무원이 될 수 없고 순수 민간인으로 구성되며, 국회(DPR) 및 지방의회(DPRD)의 심사를 거쳐 임명됨
- 방송 서비스 유형
  - ·· 방송 서비스 유형은 라디오 방송과 텔레비전 방송으로 구분함

  ① 공영방송
  - ·· 공영방송은 국가가 설립한 비영리 독립법인으로서 공익을 위한 방송 서비스를 제공함. 국영 라디오(RRI)와 국영 텔레비전(TVRI)이 이에 해당하며, 필요 시 지방에도 지역 공영방송을 설립할 수 있음
  - ·· 공영방송은 정치·상업적으로 중립이어야 하고 국가 예산 및 비광고 수입으로 운영되며, 광고는 총 방송시간의 15% 이내로 제한됨. 공영방송의 감시·이사회 구성, 임기 등은 관련 법령에 따라 이루어지며, 이사는 공개 절차를 거쳐 대통령(또는 지방정부 수장)이 임명함

  ② 민영방송
  - ·· 민영방송은 상업 목적으로 설립된 인도네시아 법인으로서 라디오 또는 텔레비전 무료방송을 운영함. 초기 자본은 전액 인도네시아 소유여야 하며, 이후에도 외국 지분은 최대 20%로 제한됨. 경영진에 외국인은 원칙적으로 참여 금지되며 재무·기술 분야에만 예외적으로 허용됨

‥ 민영방송은 종사자들에게 주식 참여 기회를 부여하고 이익을 공유해야 함. 또한, 한 명 또는 한 기업이 하나의 지역에서 복수의 방송사를 소유·지배하는 행위가 제한되며, 신문·라디오·TV 간 교차 소유도 금지됨. 재원은 광고와 합법적 부대사업으로 충당하며, 광고방송은 1 일 방송시간의 20% 이내로 제한됨

‥ 하나의 민영 방송사는 하나의 채널만 운영할 수 있고, 전국 방송을 원할 때는 지역 단위의 계열 네트워크를 구축하는 방식으로 진출할 수 있음. KPI 와 정부는 네트워크 시스템 운영의 세부 기준을 공동으로 수립하게 되어 있음

③ 지역방송

‥ 지역방송은 특정 지역사회가 비영리 목적으로 운영하는 소규모 방송으로, 낮은 출력과 제한된 서비스 권역을 가짐. 상업·정치적 중립을 지켜야 하며, 초기 설립·운영에 외국 자금 지원을 받을 수 없음

‥ 광고방송이 원칙적으로 금지되고(운영 재원은 지역 사회후원 등으로 충당), 공익광고나 공지 수준만 허용됨. 지역방송은 항공 안전 등을 위해 특정 구역(예: 공항 주변) 설립이 제한되며, 기술적으로 정부가 정한 소출력 기준을 준수해야 함

④ 유료방송

‥ 유료방송사업자는 가입자를 대상으로 하는 위성·케이블·지상파 방식의 유료 채널 서비스를 제공함

‥ 유료방송도 국내 법인만 설립 가능하며 방송허가를 별도로 받아야 함. 모든 송출 콘텐츠에 대해 내부 심의를 할 의무가 있고, 전체 채널 용량의 최소 10%를 공영·민영 무료채널의 재송신에 할애해야 함

‥ 또한, 외국 프로그램 채널 10 개당 최소 1 개의 국내 제작 채널을 편성하여야 함. 가입비, 합법적 부가서비스 수익으로 운영하며, 위성플랫폼의 경우 인도네시아 영토 전역을 수신권역으로 하고 인도네시아에 지상 중계시설과 제어국을 설치해야 함

‥ 위성·케이블·지상파별 세부 기술기준을 준수해야 하며, 가입자 외 수신 불가 조치(암호화 등)를 통해 콘텐츠가 불특정 다수에 송출되지 않도록 할 책임이 있음. 유료방송 역시 민영방송의 외국인 경영 제한, 교차 소유 제한 등 핵심 조항을 준수하도록 규정됨

- 외국 방송기관

‥ 외국 방송사의 국내 설립·송출을 원칙적으로 금지함. 국외에 본사를 둔 방송사나 그 특파원이 인도네시아에서 취재·보도 활동을 할 경우, 인도네시아 법령과 취재 지침을 준수하고 사전에 정부와 KPI 가 정한 절차를 밟아야 함

‥ 이는 해외 위성채널 등이 국내에서 활동할 경우 현지 법규 준수 및 당국 허가를 받도록 한 것임

- 방송국 및 방송 권역

‥ 전국 단위 방송을 원하는 공영방송은 전국을 단일 권역으로 송출할 수 있으나, 민영방송은 지역 권역을 기본으로 하고 필요한 경우 몇 개 지역을 묶는 제한적 네트워크만 구성 가능함

‥ 하나의 민영방송 네트워크에는 중앙방송국(네트워크 본사)과 각 지역의 계열방송국이

참여하며, 계열사는 일정 시간대에 본사 프로그램을 최대 90%까지 중계할 수 있고 최소 10%는 지역 자체제작물을 편성해야 함

·· 지역 계열방송국의 최초 자본과 경영은 해당 지역 주민이 우선 참여하도록 규정하여 지역성을 보호하고 있음

- 기술기준

·· 방송 설비와 주파수 이용에 관한 기본계획과 기술적 요건 준수를 의무화함. 방송국 설립 및 송출은 정부가 정한 전국 주파수 할당계획 및 무선설비 기술기준에 부합해야 하며, 구체적인 기술기준은 KPI 와 정부가 함께 수립함

- 방송허가

·· 방송사업자는 송출 개시 전 반드시 방송허가(IPP)를 취득해야 함. 허가 신청자는 방송사명, 비전·미션, 편성형태 등을 제시하고 법령상의 요건을 갖추어야 함

·· 방송허가는 공공성(시청자의 권익과 편의)을 최우선으로 심사되며, KPI 가 신청자와 공개 청문 절차를 거쳐 적격성 의견을 제시하면, 정부와 KPI 의 공동 회의 합의를 바탕으로 최종 국가 명의의 허가증이 발급됨

·· 허가 발급 후 30 일 내 절차를 완료하도록 하며, 허가 수수료는 국고에 납부됨. 허가 조건 위반 시 갱신 거부 또는 취소될 수 있으며(무단 3 개월 이상 방송중단, 허가권역 밖 송출 등은 취소 사유), 허가권은 타인에게 양도하거나 대여할 수 없음

**제 4 장 (방송 이행)**

- 이 장은 방송의 내용 및 운영 행위에 관한 구체적 의무와 제한을 다룸
- 방송프로그램은 정보·교육·오락의 조화를 이루고 국민의 지식·도덕 함양과 국가 통합에 이바지해야 하며, 방송 편성과 내용의 공익성과 품위를 유지해야 함
- 민영·공영 텔레비전의 경우 전체 편성 프로그램의 최소 60%를 국내 제작물로 편성하도록 하여 국내 콘텐츠를 보호·육성함
- 아동·청소년 보호를 위해 방송사는 연령별 시청 등급을 알리고 적절한 시간대에 편성해야 함
- 방송 내용상의 금지사항으로는 허위·모욕·선동적 요소, 과도한 폭력·선정·도박, 마약 등 불법행위 미화, 특정 종교·인종에 대한 비하 및 국제적 분쟁 조장 금지 등이 명시되어 있음
- 방송언어는 원칙적으로 인도네시아어를 사용해야 하며, 지역방송의 경우 지역어를 부수적으로 사용할 수 있음
- 외국어로 제작된 프로그램을 방송할 때는 텔레비전의 경우 반드시 인도네시아어 자막을 제공하거나 필요한 경우 더빙해야 하고, 외국어 프로그램의 더빙은 전체 외국 프로그램 편수의 30%를 넘길 수 없음
- 방송프로그램 편성 구매 시 지식 재산권을 확보해야 하며, 모든 방송물 기록을 최소 1 달 이상 보관하여 분쟁이나 심의 발생 시 제출할 의무가 있음
- 광고방송의 경우 상업광고와 공익광고로 구분되며, 민영방송의 상업광고 시간은 20%, 공영방송은 15% 이내로 제한됨. 광고 내용은 타 종교나 특정 집단을 모욕하거나 미신을 조장하는 광고, 허위과장 광고 등을 금지하며, 외국산 광고의 경우 현지 제작에 의한 것만

방송하도록 의무화됨

- 제삼자가 방송시간을 구매하여 자체 프로그램을 내보내는 행위는 원칙적으로 금지되며, 예외적으로 정규 광고 형태만 허용됨

**제 5 장 (방송 행동강령)**

- 방송의 내용과 사업 운영에 관한 자율규제 기준을 규정함
- KPI 는 방송법에 따라 방송 행동강령과 방송프로그램 기준을 제정할 권한이 있으며, 모든 방송사업자는 이를 준수해야 함
- 이 장은 KPI 가 정한 강령의 법적 근거를 명시하고, 방송사 내부에도 자체 윤리강령을 둘 수 있도록 규정함. 핵심적으로 폭력 미화, 선정적 표현, 사생활 침해 방지 등 방송윤리 기준과 정정 보도 의무 등의 원칙이 이 강령을 통해 구현됨. 방송사업자는 방송강령 준수에 대한 책임을 지며, 위반 시 제재를 받음

**제 6 장 (사회 참여)**

- 일반 국민의 방송 참여와 감시 권리를 보장함
- 모든 국민은 좋은 방송을 누릴 권리와 유해방송으로부터 보호받을 권리를 가지며, 동시에 건전한 방송 발전을 위해 의견을 제시하고 감시할 의무를 짐
- 국민은 KPI 등을 통해 프로그램에 대한 의견 제기, 시정 요구, 신고를 할 수 있고, 방송사도 청중 의견수렴을 위한 창구를 마련해야 함
- 이 장은 시청자위원회 구성 등 시청자 참여 제도를 도입하고, 여론 조사 등을 통해 방송 품질 개선에 국민이 기여할 수 있음을 규정함

**제 7 장 (책임)**

- 방송사업자와 규제기관의 책임을 규정함
- KPI 는 독립기구로서 활동하되 그 운영에 대해 국회(중앙의 경우 DPR, 지역의 경우 DPRD)에 보고하여 책임을 짐
- 방송사업자는 허가 조건과 방송강령에 대한 책임방송 원칙을 지켜야 하며, 방송의 내용에 대한 최종 책임은 방송사 경영진에게 있음을 명문화함. 또한, 방송사는 연간 보고서 제출 등 운영상 의무보고를 통해 투명성을 유지해야 함

**제 8 장 (행정제재)**

- 이 장은 방송법과 허가 조건을 위반할 경우 부과되는 행정처분을 규정함
- KPI 와 정부는 경미한 위반에 대해 경고, 프로그램 일시중지, 방송시간 제한 등의 조처를 할 수 있고, 위반이 중대하거나 반복될 경우 과태료 부과, 일정 기간 정지, 허가 갱신 거부 또는 취소까지 할 수 있음
- 제재는 서면 경고를 3 회까지 부과하고 시정되지 않으면 점진적으로 강도가 올라가는 단계적 제재를 취하도록 규정됨

**제 9 장 (수사)**

- 이 장은 방송법 위반의 형사 절차를 규정함
- 방송법상 범죄 행위(예: 무허가 방송 송신, 중대한 금지 콘텐츠 방송 등)에 대한 수사는

형사소송법 절차에 따라 이뤄지며, 특히 무허가 주파수 사용 등 기술적 위반의 경우 정보통신 분야의 특별공무원이 수사할 수 있도록 정함

- **제 10 장 (형사처벌)**
  - 이 장은 심각한 방송법 위반행위에 대한 형사벌 규정임
  - 무허가로 방송사업을 영위하거나 허가증을 양도한 경우, 또는 외국인이 불법으로 방송사를 소유한 경우 등은 최대 2~5 년의 징역 및 벌금형에 처할 수 있음
  - 무허가 방송 송출 시 최대 5 년 징역 또는 100 억 루피아 벌금, 금지된 유해내용 방송 시 최대 2 년 징역 또는 5 억 루피아 벌금 등의 조항이 있음
  - 형사처벌은 법인에 대해서도 벌금형을 부과할 수 있으며, 행정제재와 별도로 공공 이익을 심각하게 침해한 경우에 적용됨
- **제 11 장 (경과조치)**
  - 이 장은 새로운 방송법 시행에 따른 과도기 조치를 담고 있음
  - 법 시행 당시 기존 방송사들은 허가 유효기간 동안 계속 운영하되, 2 년 이내에 본 법의 조건에 맞게 전환하도록 규정됨. 특히 이전 체제에서 설립된 방송사업자는 새 법령의 요건(예: 지분 구조, 네트워크 제한 등)에 맞게 조직과 운영을 조정해야 함
  - 또한, 법 발효 후 1 년 이내에 KPI 를 설치하도록 하여, 법이 요구하는 규제기관을 조속히 가동하게 함. 이행 기간 내에 새로운 시행령과 행정규칙을 마련하여 법과 충돌되는 과거 규정들을 정비하도록 명시함
- **제 12 장 (부칙)**
  - 이 장은 방송법 발효와 관련한 최종 내용을 담고 있음
  - 2002 년 12 월 28 일 법률 공포와 함께 시행되었음을 밝히고, 기존 1997 년 방송법 제 24 호는 본 법으로 대체되어 효력을 상실한다고 명시함

## 2.2 하위 법률 제·개정 현황(2002년 이후)

- **2003 년 방송위원회(KPI) 출범**
  - 방송법에 따라 2003 년 인도네시아 방송위원회(KPI)가 구성·출범함
  - 국회가 추천한 민간위원들로 중앙 및 33 개 주(당시 기준)에 KPI 조직이 꾸려졌으며, 방송 내용 심의와 사업자 허가 심사 참여 등 업무를 시작함
- **2005 년 방송법 시행령 일괄 제정**
  - 정부령 2005 년 제 11 호「공영방송 운영에 관한 기본 규칙」
    - ·· 국영방송사인 RRI(라디오)와 TVRI(TV)의 중립성, 예산, 광고 제한(15%)과 지역 공영방송 설립요건 등을 상세히 규정함
  - 정부령 2005 년 제 12 호「공영 라디오 방송기관에 관한 규정」
    - ·· 국영 라디오(RRI)의 조직·재정 등을 규정하고 RRI 를 진정한 공영 라디오로 재편함
  - 정부령 2005 년 제 13 호「공영 텔레비전 방송기관에 관한 규정」

·· 국영 TV(TVRI)를 위한 규칙으로, 이사회 구성, 정부로부터의 편성 독립 확보, 예산지원 구조 등을 명문화함

- 정부령 2005 년 제 49 호「외국 방송기관의 취재 활동 지침」
  ·· 외국 방송사의 취재 활동 기준을 담아, 외신의 보도 허가절차와 준수해야 할 사항을 정함
- 정부령 2005 년 제 50 호「민영 방송기관의 방송 시행」
  ·· 민영방송 시행령으로, 네트워크 방송 시행세칙(계열사 중계 90% 제한, 로컬 콘텐츠 10% 의무 등)과 허가절차의 구체화(사업자 청문 절차), 소유 제한 기준 등을 규정함
- 정부령 2005 년 제 51 호「지역 방송기관의 방송 시행」
  ·· 지역방송 시행령으로, ERP[7] 50W 미만 소출력, 2.5Km 이내 단거리 송출, 외국인 지원금지 등의 기술·재정 요건을 상세화하고, 지역방송의 광고 불허 원칙과 허가절차를 규정함
- 정부령 2005 년 제 52 호「유료 방송기관의 방송 시행」
  ·· 위성·케이블·지상파 유료방송의 형태별 조건(예: 위성방송은 인도네시아 위성 또는 국내 게이트웨이 사용 의무, 케이블은 시/군 단위 지역사업자로 제한)을 정하고, 의무 재송신(국내 FTA 채널 10% 용량) 및 외국 채널 편성비율(외국 10: 국내 1) 준수, 가입자 정보보호 및 성인채널 PIN 잠금 의무 등 세부 운영기준을 도입함

**디지털통신부 장관령 2008 년 제 28 호「방송 허가절차 및 요건에 관한 규정」**

- 허가 신청 시 사업계획서, 기술계획, 지역 도달 범위 등을 제출하고 KPI 의 공개청문 일정을 거치는 세부 프로세스가 마련됨
- 이 규정은 2016 년 장관령 제 18 호로 대체되며 폐지됨

**디지털통신부 장관령 2008 년 제 39 호「경제·비경제 선진지역의 방송 시행에 관한 규정」**

- 방송 서비스 지역을 "발전지역"과 "낙후지역"으로 구분하여 낙후지역 사업자에 일부 규제 완화(예: 네트워크 연결비율 상향 등)를 인정함으로써 지역 간 방송 발전 형평을 도모함

**정부령 2009 년 제 7 호「비과세 국가수입(PNBP)의 유형 및 세율에 관한 규정」**

- 정보통신부 소관 방송 분야의 수수료(주파수 사용료 등) 기준을 신설함

**디지털통신부 장관령 2009 년 제 42 호「외국 방송기관의 방송 활동 허가 취득 절차에 관한 규정」**

- 이 규정은 외국 콘텐츠 제공자(예: 해외 위성채널의 인도네시아 지사, 외신 등)가 국내에서 취재·제작하려면 사전에 부처 등록 및 KPI 통보를 해야 하고, 허가된 범위 내에서만 활동할 수 있도록 요구함

**디지털통신부 장관령 2009 년 제 49 호「무선 주파수 대역 배치에 관한 규정」**

- 방송기술 기본계획을 수립하여, 주파수 대역별 방송국 수용량, 디지털 전환을 대비한 주파수 계획 등을 제시함

**디지털통신부 장관령 2009 년 제 51 호「방송 장비에 관한 기술 요구 사항에 관한 규정」**

- 방송송출 장비의 기술기준(송신기 출력, 안테나 규격 등)을 정해 모든 방송사업자는 승인된

7) ERP(Effective Radiated Power): 실효 복사 전력은 송신기 출력에서 급전선 손실을 뺀 값과 안테나 이득을 곱한, 실제로 공간에 방사되는 전파의 세기를 의미함

장비를 사용토록 함

- **디지털통신부 장관령 2010 년 제 13 호「FM 방송 라디오 목적의 특수 전기통신 제공을 위한 무선 주파수 총괄 계획에 관한 규정」**
  - FM 라디오 방송용 주파수에 관한 규정임. 이는 교통부 산하 시절인 2003 년 수립된 계획을 개정한 것으로, 지역별 주파수 채널 재분배, 간섭방지 기준 등을 규정함. 이를 통해 신규 지역 FM 방송의 주파수 할당 근거가 마련되고 FM 대역 내 주파수 이용 효율을 높임
- **디지털통신부 장관령 2011 년 제 22 호「무료 지상파 디지털 텔레비전 방송 시행」**
  - 이 장관령을 통해 지상파 디지털 TV 전환 추진을 공식화함. 이 규정은 "고정형 비가입자용 지상파 디지털 TV 방송" 도입을 선언하고, 인도네시아를 15 개 권역으로 나누어 디지털 방송 실시계획(ASO[8] 계획 포함)을 수립함
  - 기존 아날로그 방송사들을 대상으로 디지털 멀티플렉서 사업자 선정 공모를 하고, 2012~2014 년에 단계적 ASO 일정을 제시했으나, 명확한 법률 근거 부족으로 2012 년 해당 장관령은 대법원(MA)에 의해 취소됨. 대법원은 방송의 기술체계 변경은 법률로 규정해야 할 사항이라고 판단하여 정부의 행정규칙만으로 추진된 디지털화 계획에 제동을 검. 이에 따라 2011 년 규정에 근거한 디지털 방송 허가절차와 ASO 일정은 잠정 중단됨
- **디지털통신부 장관령 2013 년 제 32 호「지상파 시스템을 통한 디지털 텔레비전 방송 및 다중화 방송 시행」**
  - 정부는 2011 년 제 22 호가 취소됨에 따라 "지상파 시스템을 통한 디지털 텔레비전 방송 및 다중화 방송 운영"에 관한 세부사항을 담아 2011 년 규정을 대체함
  - 주요 내용으로 디지털 TV 사업자는 별도로 '콘텐츠 사업자'와 '멀티플렉스 사업자'로 구분하고, TVRI 및 일부 민영사에 멀티플렉스 운영권 부여, 기존 방송사들의 디지털 전환 절차, 재정적 지원 없는 동시송출(simulcast) 기간 운영 등을 규정함
  - 또한, ASO 기한을 다시 명시하지 않고 향후 정책에 위임하는 한편, 시범방송 허용 등의 완화조치를 포함함
- **2020 년 옴니버스법에 따른 방송법 일부 개정**
  - 2020 년에 제정된 옴니버스법(정부령 2020 년 제 11 호)을 통해「방송에 관한 법률 2002 년 제 32 호」에 처음으로 개정이 진행됨
  - 옴니버스법 제 72 조에서 방송법에 "방송은 기술 발전에 따르며, 아날로그에서 디지털로의 이행을 포함한다"라는 근거를 마련함. 즉 디지털 방송 전환의 법적 명시가 이루어진 것으로, ASO 를 2 년 이내에 완료하도록 규정함. 또한, "ASO 관련 세부사항은 정부령(PP)으로 정한다"고 위임하여, 정부가 후속 규정을 제정할 수 있는 권한을 부여함
  - 이외에도 옴니버스법은 방송사업 허가절차를 일반 기업허가체계에 편입시켜 리스크 등급에 따른 간소화를 도모하고, 일부 조문을 정비함

8) ASO: Analog Switch Off

**정부령 2021 년 제 46 호「우편, 전기통신 및 방송에 관한 규정」**

- 이 정부령은 우편·전기통신·방송을 망라한 통합 시행령으로, 방송 부분에서는 디지털 전환과 신규 허가체계를 반영함
- 지상파 디지털 방송을 "방송프로그램 서비스"와 "멀티플렉싱 서비스"로 구분하고 각각의 사업요건을 규정했으며, 기존 방송사의 디지털 전환 허가절차와 네트워크 방송국 구성요건(로컬 콘텐츠 10% 등)을 세부화함
- 또한, 위성·IPTV 등을 통한 유료방송 규제를 현행화하고, OTT(Over The Top)에 대해서는 "인터넷 기반 콘텐츠 제공"으로 별도 정의하지 않고 전자시스템 서비스에 포함하는 형태를 취함. 이에 따라 순수 OTT 플랫폼은 방송사업자로 분류되지 않지만, 전기통신법과 전자거래법 하의 의무를 지게 됨

**디지털통신부 장관령 2021 년 제 6 호「방송 시행에 관한 규정」**

- ASO 이행을 위한 "디지털 방송 이행 및 동시송출 규정"을 시행함. 이 규정은 아날로그-디지털 동시송출 기간 운영 지침과 5 단계에 걸친 지역별 아날로그 종료 일정을 명시해, 2022 년 11 월 2 일까지 전국의 모든 아날로그 TV 송출 종료를 목표로 함
- 동 규정에 따라 2021 년 하반기부터 단계적 ASO 가 진행되었고, 2022 년 11 월 2 일 자정을 기해 인도네시아 전역에서 지상파 아날로그 TV 방송이 중단됨

**디지털통신부 장관령 2023 년 제 7 호, 제 9 호「비과세 국가수입(PNBP)의 유형 및 세율에 관한 규정」관련**

- 디지털화 완료 이후, 디지털통신부는 2023 년 제 7 호를 통해 방송허가 수수료(PNBP) 부과 기준을 개편함. 이는 지역별 방송사업자의 경제권역 지수와 매체 영향력 지수를 산정해, 수도권 등 발전지역의 방송사는 높은 요율을, 낙후지역은 낮은 요율을 적용하도록 한 것임
- 또한, 제 9 호를 통해 허가 수수료 산정 및 징수 절차를 구체화하고, 방송사의 연간 보고 의무 및 방송평가 인증제 등을 도입하여 행정 관리를 디지털 전환 이후 환경에 맞게 정비함

## 3 영화에 관한 법률

### 3.1 영화 기본법

**개요**

- 인도네시아 영화법은 2009 년 제정된 "Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman(영화에 관한 법률 제 33 호 2009 년)"이며, 1997 년 영화법인 "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman"을 대체함

**제 1 장 (통칙)**

- "영화"의 개념(영상·음향을 갖춘 문화예술 작품)과 "영화산업" 관련 용어들을 정의하고 있으며, 해당 법 적용 대상에서 텔레비전 보도영화 등 일부를 제외함. 이를 통해 극장·배급사·제작사 등 영화산업 주체와 영화검열 등의 개념이 명확히 설정함

### 제 2 장 (원칙, 목적 및 기능)

- 영화산업 진흥의 기본원칙과 영화의 사회적 기능을 다룸. 영화는 문화적 가치를 지닌 대중매체로써 교육, 창의력 계발, 도덕함양, 국가 이미지 홍보 등의 목적을 가지며, 국가와 정부는 영화산업 발전을 위해 적극적인 지원과 보호책임을 진다는 점을 명시함

### 제 3 장 (영화 활동 및 영화사업)

- 영화 제작·배급·상영 등 영화산업의 모든 분야를 포괄적으로 규율함
- 영화콘텐츠에 대한 금지사항(폭력, 음란물, 종교모독, 사회분열 조장 금지 등)과 등급분류(모든 연령/13+/17+/21+) 의무를 규정하여 모든 영화는 사전에 등급을 표시해야 함
- 영화산업 활동으로 제작, 기술서비스, 배급, 상영, 영화감상 행사, 보존, 수출·수입 등이 있으며, 이들 영화사업자는 인도네시아 국적의 법인(또는 거주민)이어야 하고 사업자 등록 및 허가를 받아야 함
- OTT 플랫폼을 통한 영화상영은 법적으로 "정보통신망을 통한 영화상영"으로 분류되어 별도의 방송/전자거래 법령에 따라 허가를 받아야 함
- 사업자들은 외국영화를 수입하거나 상영할 때 국내 영화의 우선 상영 및 국내 인적·물적 자원 우선 활용 의무가 부과되며, 이를 구체화한 시행규정에 따라 OTT 플랫폼도 콘텐츠 편성 시 인도네시아 영화와 현지 자원을 우선해야 함
- 수직통합 금지 조항에 따라 동일한 사업자가 영화 제작-배급-상영 등 여러 단계를 직접 소유·지배하는 행위가 제한되며, 영화수입업자와 극장 간의 독점적 거래나 특정 영화만 편중 상영하는 행위도 금지됨
- 특히 극장 사업자는 특정 제작사/배급사(또는 수입사)의 영화만을 전체 상영시간의 50%를 초과하여 상영하는 행위를 금지하고, 최소 60% 이상의 상영시간을 인도네시아 국내 영화에 할애해야 한다는 상영 쿼터제를 명시함. 또한, 극장은 6 개월마다 관객 수 등을 정부에 보고하고, 정부는 영화별 관객 통계를 정기 공표하도록 규정됨
- 영화 제작사(현지 법인)는 영화 제작에 착수하기 전에 제작 예정 영화의 제목·시나리오를 문화부에 신고해야 하며, 신고 후 3 개월 내 촬영을 시작하지 않으면 신고가 실효됨. 모든 영화 제작사는 완성된 영화의 최종본 필름 또는 디지털 파일 1 부를 국가 영화자료원에 제출하여 영구 보관토록 하는 의무가 있음

### 제 4 장 (권리와 의무)

- 일반 국민, 영화인, 영화사업자 등 주체별 권리·의무를 규정함
- 관객 등 일반 국민은 질 높은 영화 향유와 영화산업 참여 기회를 가질 권리가 있으며, 영화 관람 시 법령을 준수하고 공중도덕을 존중할 의무가 있음
- 영화인(감독·배우 등)은 창작의 자유, 적정한 보상과 법적 보호를 받을 권리와 함께 자신의 역량에 맞는 직무능력을 갖추고 윤리와 품위를 지킬 의무가 있음
- 영화사업자는 자유로운 창작과 공정한 산업 발전 기회를 누리고 법적 보호와 정부 지원을 받을 권리가 있으며, 동시에 영화 분야의 사업 자격과 인증을 갖추고 모든 거래를 서면계약으로 체결하며 업계 윤리를 준수할 의무가 부과됨

### 제 5 장 (중앙 및 지방정부의 책무)

- 영화산업 진흥을 위한 정부와 지방자치단체의 의무와 권한을 다룸
- 중앙정부는 전국 영화진흥 기본계획을 수립·시행하고, 영화교육·인력양성, 영화인 검열 기구 지원, 국내 영화 제작 지원 등의 책임과 의무를 짐
- 영화산업에 대한 세제 지원 권한의 경우, 중앙정부는 영화 관련 특정 국세 및 수입 관세 감면 조치를 시행할 수 있고, 지방정부도 극장 영화에 부과되는 지방세나 행정수수료 등을 감면하여 지역 영화산업을 지원할 수 있음. 또한, 지방정부는 중앙 정책에 따른 지역 영화산업 계획을 수립·추진하고, 지역 내 영화관·영화자료원 등 인프라 제공 및 허가 업무를 수행함

### 제 6 장 (영화검열)

- 영화 및 예고편의 사전심의 절차와 검열기구에 관해 규정함
- 대중에 유포되거나 상영될 모든 영화 및 광고는 공식 검열을 거쳐 "검열 통과증서"을 발급받아야 하며, 영화검열은 내용의 예술성·사회성을 평가하고 연령등급을 최종결정하는 절차로 이루어짐
- 인도네시아 영상물 등급위원회(Lembaga Sensor Film, LSF)는 독립적인 상설기구로서 대통령 산하 문화부 하에 설치되며, 본부는 자카르타에 두고 필요한 경우 각 주에 사무소를 둘 수 있음
- LSF 는 영화법 제 6 조의 내용 기준과 제 7 조의 연령등급 기준에 따라 검열 업무를 수행하며, 심의 과정에서 영화권리자와 대화 원칙을 통해 자진 수정·편집을 권고할 수 있음. 부적절한 장면이나 대사가 있는 경우 해당 영화 또는 예고편을 제작자에게 반려하여 수정하도록 하고, 검열 미필 적발 등의 위반사항에 대해서는 행정제재를 정부에 건의할 수 있음
- LSF 는 일반 대중에게 영화등급 기준을 홍보하고, 창작자에 대해서도 사전교육을 시행하여 건전한 영화 제작을 유도하는 책무를 짐. LSF 는 위원 17 명(민간 12 명, 정부 5 명으로 구성되며 문화부 장관이 공개모집·심사를 거쳐 대통령에게 제청하여 임명하며, 임기는 4 년(1 회 연임 가능)임
- LSF 예산은 국가 및 지방예산으로 충당되고, 심의 서비스 수수료도 받을 수 있는데, 검열 수수료 및 금액 등 세부사항은 정부령으로 정하게 되어 있음

### 제 7 장 (사회 참여)

- 영화산업 발전을 위한 민간 부문의 역할을 규정함
- 일반 국민과 영화 관련 단체들은 영화 제작·상영, 영화교육·워크숍 개최, 연구, 영화클럽·영화박물관 운영, 영화제 개최, 영화비평, 해외영화제 참가, 영화촬영지로서의 인도네시아 홍보, 우수 영화 및 영화인 포상 등 다양한 방식으로 영화문화 발전에 참여할 수 있음
- 민간 참여 장려를 위해 인도네시아 영화위원회(Badan Perfilman Indonesia, BPI) 설립 근거가 마련되어 있으며, 영화계 인사들이 주축이 되어 조직된 BPI 를 정부가 재정적으로 보조할 수 있도록 규정함
- BPI 는 국내영화제 주관, 해외영화제 참가 지원, 해외 인도네시아 영화주간 개최, 해외 합작 촬영유치, 영화산업 정책자문, 영화산업 연구개발, 우수 작품·공로자 포상, 특정 우수 영화의 제작자금 조성 지원 등의 임무를 수행하는 독립 민간기구로 규정됨
- 정부는 BPI 설립을 촉진하고 필요한 경우 재정 지원(예산 보조금 형태)을 할 수 있으며,

2014 년에 이 조항에 따라 BPI 가 공식 출범하여 현재까지 인도네시아 영화산업 진흥을 위한 역할을 하고 있음

**제 8 장 (포상)**

- 우수 영화와 공로자에 대한 정부와 민간의 포상제도를 규정함
- 국내외 영화제 등에서 수상한 영화는 정부 또는 지자체로부터 상장, 트로피 등을 수여 받고 장려될 권리가 있으며, 뛰어난 성과를 낸 영화인·사업자도 정부, 지자체 또는 영화 관련 단체로부터 훈장, 장학금, 보험, 취업 지원 등의 형태로 포상을 받을 수 있음

**제 9 장 (교육, 역량 및 인증)**

- 영화 분야 인재 양성 및 자격 인증에 관한 조항임
- 정부와 지방자치단체는 영화 전문인력의 교육과 훈련 프로그램을 운영·지원하여 영화인의 역량 강화를 도모해야 하며, 모든 영화인은 정부가 정한 직무능력 표준을 충족해야 한다고 명시됨. 이 능력 표준은 자격증 제도를 통해 보장되며, 업계의 직능단체나 국가공인 전문인증기관, 관련 대학 등이 영화 분야 자격 인증을 시행하도록 규정함

**제 10 장 (재원 조달)**

- 영화산업에 필요한 재원 마련과 투자에 관한 규정임
- 영화 발전을 위한 재원은 정부·지방정부, 영화인·영화사업자, 일반 국민이 공동 책임으로 분담한다고 공표하고, 영화진흥 기금의 조성·관리는 공정성, 효율성, 투명성 원칙에 따라 이루어져야 한다고 규정함. 구체적인 재원 출처로는 국가 및 지방 예산지원, 민간 모금, 상호이익에 기반을 둔 협력 투자, 무상 해외 원조, 기타 합법적 수입 등이 있음

**제 11 장 (행정제재)**

- 영화법상의 각종 의무를 위반한 경우 부과되는 행정처분을 규정함
- 콘텐츠 내용 제한(제 6 조), 등급 표시(제 7 조), 국내 영화 우선 상영·자원사용 의무(제 10 조), 수직통합 금지(제 11 조), 사업허가 관련 조항(제 14 조 등), 제작사 사전신고 의무(제 17 조), 공개 상영 규칙(제 29~31 조), 극장의 상영 쿼터 60% 준수 의무(제 32 조) 등을 위반한 경우 문화부 장관이나 지방정부가 시정명령, 경고, 영업정지, 허가취소 등의 행정제재를 부과할 수 있음
- 예를 들어, 극장이 6 개월간 인도네시아 영화 상영시간을 60% 미만으로 편성하거나 특정 배급사 영화만 50% 초과 편중 상영하면 제재 대상이 됨. 행정제재의 세부 절차와 과태료 액수 등은 정부령으로 정하도록 위임되어 있음

**제 12 장 (형사처벌)**

- 영화법 위반행위 중 중대한 사항에 대한 형사처벌 규정임
- 검열을 거치지 않은 영화를 내용 위법성(제 6 조) 여부를 알고도 유포·판매·상영한 경우 최대 징역 2 년 또는 벌금 10 억 루피아의 형이 부과되며, 극장이 특정 배급사의 영화만 50% 초과 상영하여 독점·불공정 경쟁을 초래한 경우 최대 징역 6 개월 또는 벌금 1 천억 루피아가 부과됨
- 또한, 영화산업 사업자들끼리 다른 업체의 영화 공급을 부당하게 차단하는 담합 행위도 6 개월 이하 징역 또는 1 천억 루피아 벌금형 대상임. 법인(회사)이 이러한 범죄를 저질렀을 때 해당

벌금형을 1/3 가중하고, 회사와 경영자 모두에 형사책임을 물을 수 있다고 규정함

- **제 13 장 (경과조치)**
  - 법 시행 당시의 기존 기구와 규정에 대한 경과규정임
  - 2009 년 법 시행 전에 임명된 인도네시아 영상물 등급위원회(LSF) 위원들의 임기는 잔여기간 동안 유효하며, 기존의 시행규칙들은 법에 저촉되지 않는 범위에서 계속 유효하다고 규정함. 또한, 이 법에 따른 신설 기구나 시행령 제정에 필요한 사항도 경과 기간을 두어 정비하도록 명시함
- **제 14 장 (부칙)**
  - 법 시행 및 기존 법률의 폐지에 관한 사항임
  - 2009 년 영화법은 1992 년 영화법을 전면 개정·대체하는 것이므로, 1992 년 법을 폐지한다고 명시함. 또한, 이 법의 시행령과 규칙들을 정할 수 있는 위임조항이 포함되어 있으며, 법은 2009 년 10 월 8 일 공포된 날부터 시행됨

### 3.2 하위 법률 제·개정 현황(2009년 이후)

- **정부령 2014 년 제 18 호「영화검열 기관에 관한 정부령」**
  - 인도네시아 영상물 등급위원회(LSF)의 조직, 운영 및 재정에 관한 세부사항을 규정함
  - 이 정부령은 LSF 위원 선발 절차, 검열 수수료 징수근거 등 영화법에서 위임한 사항들을 정비한 것으로서 2014 년 11 월경 발효됨
  - 같은 해에는 영화법 제 7 장에 따라 인도네시아 영화위원회(BPI)가 출범하였고, 대통령령(2014 년 제 32 호)을 통해 BPI 가 공식 인정됨
  - 이에 따라 정부 관련 부처는 BPI 의 영화제 개최, 해외 진출 지원 등에 행정·재정적 협력을 제공할 법적 근거를 확보함
- **대통령령 2016 년 제 44 호「외국인 투자금지 및 조건부 개방 사업 분야에 관한 목록(네거티브 리스트)」**
  - 영화 제작·배급·상영 사업에의 외국인 투자 100% 허용
  - 이 법안에 따라 할리우드 직접 배급이나 외국계 극장 체인 설립이 합법화되어, 영화관(Screen) 수가 증가하고 글로벌 OTT 의 현지 법인 설립도 촉진됨
- **문화부 장관령 2017 년 제 39 호「영화사업 허가 신청 및 사업 등록에 관한 규정」**
  - 영화 제작사·배급사·극장 등의 등록 및 인허가 절차를 명문화하고, 영화산업 데이터베이스 관리 체계를 구축하도록 한 법령
  - 이 규정에 따라 영화사업 허가는 해당 지방자치단체를 통해 무료로 발급되며, 신청서류와 처리기한(7 영업일 이내) 등이 표준화됨. 허가 유효기간은 일반적으로 5 년이며, 갱신 가능함
  - 그러나 OTT 플랫폼을 통한 영화상영이나 TV 방송 영화상영의 경우는 기존 방송/전자거래 관련 법령에 따른 인허가로 간주하여 본 영화사업자 등록 대상에서 제외됨

- **문화부 장관령 2019 년 제 30 호「인도네시아 영화 및 국내자원 우선 사용에 관한 규정」**
  - 이 규정은 영화법 제 10 조의 “국내 영화 및 인적·물적 자원 우선 활용” 원칙을 구체화함
  - 이 규정은 모든 영화 제작·배급·상영 사업자(수입배급사 제외)에게 인도네시아 문화 표현이 담긴 영화콘텐츠 개발을 장려하고, 영화 제작 시 현지 인력·장비 사용을 최대화하도록 의무화함
  - OTT 플랫폼 등에도 자체 편성정책에서 현지 콘텐츠를 강화하도록 유도하는 조치가 포함됨
- **문화부 장관령 2019 년 제 34 호「영화 배급·상영·수출입에 관한 규정」**
  - 영화 배급사의 극장 공급의무 및 극장의 공정상영 의무(특정 배급사 작품 편중 금지 등)를 명확히 하고, 외국영화 수입절차와 필수 제출 자료, 국산 영화상영 쿼터(1 년 동안 전체 상영일의 최소 60%, 다큐멘터리, 단편, 교육용 영화, 특별 상영행사 등은 별도 분류) 이행 여부의 산정방식 등을 구체적으로 규정함
  - 또한, 옥외 상영 허용 기준, 영화판매·임대업 관리, 영화 수출입 필수 신고절차 등도 정비되어, 극장업자·해외 배급사 등이 실무적으로 참고해야 할 세부 지침이 마련됨
- **정부령 2020 년 제 11 호「일자리 창출 특별법(옴니버스법)」**
  - 이 법안에 따라 2009 년 영화법도 일부 개정됨
  - 영화산업 분야의 사업허가제도를 전면 개편하여, 영화 제작·배급·상영 사업의 인허가를 다른 산업과 통합된 온라인 단일창구(OSS) 및 위험기반 허가체계로 편입시킴
  - 이에 따라 영화사업자가 지방정부에서 별도로 받던 사업허가는 중앙정부의 통합허가로 전환되었고, 허가 유형도 사업 규모·리스크에 따라 등록이나 표준인증, 허가 등으로 구분됨
  - 또한, 일자리 창출법은 영화법상의 일부 규제 완화도 포함하여, 수직계열화 금지 규정의 문구가 간소화되고 영화업 간 겸업 제한을 완화하였으며, 외국인의 영화 제작 활동에 대한 절차도 간소화되었다는 평가를 받음
  - 이로써 극장 체인의 자본 확충 등 영화산업 구조 변화에 대비한 유연성이 확보되었으나, 국내 영화 보호를 위한 쿼터제, 검열제도 등 핵심 규제 장치는 유지됨
- **정부령 2021 년 제 5 호「위험기반 사업허가 시행령」**
  - 영화산업을 포함한 모든 산업 분야의 인허가 세부 절차를 정립함
  - 이 시행령에 따라 영화 제작·배급·상영업은 중간 위험도로 분류되어 표준인증 및 허가절차를 OSS 시스템으로 받도록 규정됨
  - 예를 들어, 영화관 사업은 공중이용시설로서 중위험 사업으로 분류되어 안전기준 관련 인증과 사업허가가 필요하지만, 소규모 영화상영 행사 등은 저위험으로 간주되어 신고만으로 영업할 수 있게 되는 등 차등화됨
- **2022~현재**
  - 2020 년 옴니버스법의 입법 절차 문제로 인도네시아 헌법재판소가 보완 입법을 명령함에 따라, 2022 년 12 월 정부는 옴니버스법 내용을 "대통령령 2022 년 제 2 호"로 재발령함. 이어 2023 년 3 월 이 법안을 국회가 승인하면서 "정부령 2023 년 제 6 호"로 확정함
  - 2023 년부터 문화부와 창조경제부가 영화산업 지원을 위해 영화인 역량 강화, 디지털 OTT 관리 등에 관한 새로운 정책을 추진하였으나, 2025 년 현재까지 영화법 자체의 전면 개정은

이루어지지 않은 상태임

## 4 인도네시아 콘텐츠 시장 진출 시 검토해야 할 법령 및 규제

### 4.1 외국 기업 진출·투자 관련

**지상파·유료방송 사업**

- 방송법에 따라 방송사업자는 반드시 인도네시아 법인이어야 하며, 초기 설립 시 지분은 전적으로 인도네시아 자본으로 구성되어야 함
- 외국 자본 참여는 추가 출자 형태로 총 지분의 20% 이내까지 허용되며, 최소 2 인 이상의 주주로 분산되어야 함. 또한, 외국인은 방송사 경영진에 참여 불가(재무·기술 분야 예외) 규정이 있어 콘텐츠 편성 등 핵심 경영진은 내국인이어야 함

**OTT**

- 인도네시아는 디지털 플랫폼에 대해 100% 외국인 투자를 개방함. 따라서 국내 OTT 서비스도 현지 자회사(PMA[9] 법인)나 지사 없이도 온라인 서비스를 제공할 수 있지만, '디지털통신부 장관령 2021 년 제 10 호'에 따라 모든 인터넷 플랫폼은 인도네시아에 전자시스템 운영자(Penyelenggara Sistem Elektronik, PSE) 등록을 해야 함
- 단, 2025 년 옴니버스법 논의에서 OTT 에도 영화·방송과 같은 콘텐츠 심의 기준을 적용하기 위한 규제가 추진 중이므로, 향후 현지 법인 설립이나 검열 준수 의무가 강화될 가능성에 유의해야 함

**배급·방송 관련 분야**

- 프로그램 배급, 광고업 등은 대부분 외국인 투자에 개방적임
- 특히 2016 년 투자 자유화 이후 영화 및 TV 프로그램 제작·배급, 영화관 운영 등은 외국인 100% 지분 투자가 가능하며, 2021 년 투자 리스트에서도 이러한 개방 기조가 유지됨
- 그러나 뉴스·시사 콘텐츠 매체(신문, 뉴스 통신 등)는 별도로 외국인 지분 20~49% 제한 규정이 있으므로, 시사성이 강한 방송 채널을 기획할 경우 관련 규정을 검토해야 함

### 4.2 콘텐츠 등급분류, 검열 및 내용 규제

**방송프로그램 등급**

- 인도네시아에서는 연령별 등급제가 시행되며, TV 프로그램에는 상시 등급 표시가 의무화돼 있음
- 인도네시아 방송위원회(KPI)의 방송 행동 수칙 및 방송프로그램 기준에 따라 방송사는 프로그램을 ① P(미취학 아동용, 2~6 세), ② A(아동용, 7~12 세), ③ R(청소년용, 13~17 세), ④ D(성인용, 18 세 이상), ⑤ SU(전체연령 시청가) 등 5 개 등급으로 분류해야 함
- 13 세 이하 등급(P/A/R)의 경우 자막으로 보호자 동반 권고를 추가하도록 규정되어 있으며, 방송사는 이 등급에 맞게 아동 보호 시간대 준수 및 부적절한 내용 제한 의무가 있으며,

9) PMA(Penanaman Modal Asing): 외국인 투자회사

방송위원회(KPI)가 정한 금지 콘텐츠(포르노, 극단적 폭력·미신 묘사, 특정 인종·종교 비방 등)를 방송할 수 없음

**방송 편성 규제**

- 방송법 및 시행령은 국내제작 프로그램 편성 비율을 명시하고 있음
- 민영 방송사의 전체 편성 중 최소 60%는 국내 프로그램을 방송해야 하며, 외국어로 제작된 프로그램(수입콘텐츠)은 전체 프로그램 수의 최대 30%까지만 편성할 수 있도록 제한됨
- 이 조항에 따라 K-드라마 등 외국 콘텐츠를 편성할 때는 해당 방송사의 현지 콘텐츠 쿼터(60:40)를 고려해야 함. 라디오도 음악방송 등에서 국내 음악 비중을 높이도록 권장되고 있으며, 2009 년 영화법 통과 당시 국내 음악 60% 방송 권고안이 논의된 바 있음
- 또한, 상업광고는 전체 방송시간의 20% 이내로 제한되고, 공익광고를 전체 광고시간의 10% 이상 포함해야 함

**사전 검열**

- 방송 콘텐츠는 사전심의 없이 송출되지만, 사후에 방송위원회가 모니터링하여 제재하는 자율등급·사후심의제임
- 방송위원회는 방송법에 따라 방송표준 위반 시 시정명령, 프로그램 일시중지 등 행정제재를 가할 수 있고, 심각한 위반의 경우 디지털통신부가 방송허가를 취소할 수도 있음. 예를 들어 폭력성, 음란성, 사회통합 저해 내용 등이 발견되면 경고나 일시 정지 처분이 내려지며, 재허가 심사에도 불이익을 받을 수 있음
- 2008 년 제정된 포르노그래피(Pornography) 법률(정부령 2008 년 제 44 호)에도 시청각 매체에서의 음란물 금지를 규정하고 있어, 방송사는 성적 노출이나 선정적 장면을 엄격히 배제해야 함

**OTT/스트리밍 콘텐츠 규제**

- 2025 년 현재 OTT 플랫폼의 온라인 콘텐츠는 일반 방송과 달리 사전 검열을 받지 않고 자체 등급 체계로 제공되고 있음. 그러나 인도네시아 정부는 OTT 도 영화/TV 와 동일한 필터링을 적용하도록 규제를 준비 중임
- 인도네시아 영상물 등급위원회(LSF)는 "현재 OTT 에는 영화관과 TV 에 적용되는 검열/등급 필터링이 없다"라는 사실을 지적하며, 새 문화법(옴니버스 문화법, Omnibus Law on Culture)을 통해 OTT 콘텐츠도 영화관 상영물처럼 사전심의를 거치도록 추진하고 있음
- 이는 OTT 작품의 출시 전 LSF 의 등급분류 및 검열을 의미하며, 법 통과 시 넷플릭스, 유튜브 등은 현지화 편집이나 출시 지연 등과 같은 이슈가 발생할 수 있음

### 4.3 지식재산권(IP) 및 콘텐츠별 저작권/로열티 관련

**저작권법**

- 2014 년 저작권법이 인도네시아 콘텐츠 전반의 저작권 보호를 규율함
- 방송프로그램, 영화, 음악, 게임, 패션디자인 등 콘텐츠 저작물은 모두 저작권 보호 대상이며,

저작자에게 배타적 권리가 인정됨. 예를 들어 방송사는 자체 제작 프로그램에 대한 저작권을 보유하고, 타사 제작물을 방송할 경우 권리자로부터 사용허락(라이선스)을 받아야 함

- 2014 년 저작권법에는 플랫폼이나 인터넷 서비스 제공자의 직접적 책임 조항은 없지만, 정부가 민원이나 직권을 통해 온라인상의 저작권 침해 콘텐츠를 신속히 차단할 수 있는 체계를 구축함으로써 플랫폼이 불법 콘텐츠를 방치하지 못하도록 하는 효과를 거두고 있음
- 권리 침해 신고 시 법무인권부 산하 인도네시아 지식재산총국(DJKI, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual)이 조사 후 디지털통신부에 해당 콘텐츠의 삭제나 차단을 공식 요청하고, 디지털통신부 장관은 명령을 내려 플랫폼이 이를 이행하도록 함
- 이를 시행하기 위해 2015 년에 두 부처(법무인권부, 디지털통신부)가 공동 규정을 제정하여 구체적 절차(예: 권리자 신고는 2 일 내, 임시차단은 14 일 내 사후 법원승인 등)를 상세히 정함
- 아울러 플랫폼이 상업적으로 음악 등을 제공하는 경우 정당한 로열티 지불 의무를 규정하였는데, 예를 들어 공공장소나 플랫폼에서 음악을 트는 경우 반드시 LMK 를 통해 저작권료를 지급하도록 하고, 이를 위반하면 법적 책임이 발생함
- 외국 기업·저작물의 권리 보장
  - ·· 인도네시아는 1997 년 베른협약에 가입하고 TRIPS[10]의 일원으로서 내국민대우 원칙[11]을 따르고 있음
  - ·· 저작권법 제 2 조에서도 외국인의 저작물이라도 조약에 따라 보호하며, 외국에서 먼저 발표된 경우에도 양자 또는 다자 조약이 있으면 동일한 보호를 부여한다고 규정함
  - ·· 실제로 인도네시아는 EU 및 미국과의 저작권 상호 보호 협정(각각 1988, 1989 년)과 2004 년 WPPT(WIPO[12] Performances and Phonograms Treaty, 세계지적재산권기구 실연자·음반제작자 저작인접권 협약) 등을 비준하여 외국 권리자의 음원·실연도 보호함
  - ·· 한편 외국 기업이 인도네시아에서 저작권을 취득·양도하거나 집행할 때도 내국인과 동일한 절차를 따르며, 저작권 등록이나 라이선스 계약 등록 역시 외국 법인 명의로 가능하도록 개방되어 있음

### 방송 편성물의 권리

- 인도네시아 저작권법은 방송 신호(방송사업자의 인접권)도 보호하며, 무단 재송신이나 녹화물을 통한 배포를 금지함
- 방송사는 스포츠 중계, 드라마 등 프로그램의 권리를 확보해야 하며, 별도의 보도 목적 인용 외에는 타사 콘텐츠를 임의로 사용할 수 없음
- 한편 인도네시아 정부는 방송/패션 등에서 인도네시아 전통문화요소 사용 시 적절한 승인을 받을 것을 권고하고 있음

10) TRIPS(Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)는 회원국 간 지적 재산권 보호를 위한 최소 기준을 설정하는 세계무역기구(WTO) 협정
11) 내국민대우 원칙: 국가 간의 무역이나 외국인 투자 등에서 차별을 금지하는 원칙
12) World Intellectual Property Organization(세계지적재산권기구)

### 영화 분야

- 영화는 저작권법상 시네마토그래피(cinematography)[13] 작품으로 보호되며, 감독·각본가 등은 저작인격권을, 제작자는 저작재산권을 갖게 됨
- 2009 년 인도네시아 영화법(정부령 2009 년 제 33 호)은 모든 영화에 인도네시아 영상물 등급위원회(LSF)의 검열을 의무화하면서, 영화제작자에게 창작물 등록·보존 의무를 부과함
- 이는 영화상영을 위해서는 LSF 의 검열증명서(Surat Tanda Lulus Sensor, STLS)을 취득해야 하며, 승인 없이 공개 상영 시 불법으로 간주함

### 음악 분야

- 인도네시아는 음악 저작권료 징수체계를 법제화하여 운영 중임
- 저작권법에 근거한 정부령 2021 년 제 56 호 「노래 및/또는 음악 저작물의 로열티 관리」에 따라, 상업적 목적으로 음악을 사용하는 모든 사람/기업은 국가집단관리기관(LMKN)을 통해 권리자에게 로열티를 지급해야 함
- 정부령 2021 년 제 56 호는 호텔, 카페, 콘서트, 라디오, TV, 영화관, 항공기, 카페, 노래방 등 영리를 목적으로 음악을 트는 모든 공개장소를 구체적으로 명시하고, 이들에게 LMKN 에 사용료 납부 의무를 지도록 함

| No. | 구분 | 저작권료(루피아) |
|---|---|---|
| 1 | 세미나 및 상업 회의 | - 500,000/일 |
| 2 | 레스토랑, 카페, 펍, 바, 비스트로, 나이트클럽, 디스코텍<br>- 식당, 카페: 좌석당 부과<br>- 바, 펍, 바, 비스트로: 제곱미터(m2)당 부과<br>- 디스코텍, 나이트클럽: 제곱미터(m2)당 부과 | <br>- 60,000/년<br>- 180,000/년<br>- 180,000/년 |
| 3 | 음악회<br>- 유료 음악회(유료입장권, gross ticket box)<br>- 유료 음악화(무료입장권, complimentary ticket)<br>- 무료 음악회 | <br>- 총 입장권 판매액의 2%<br>- 총 입장권 판매액의 1%<br>- 음악 제작비의 2% |
| 4 | 항공기, 기차, 선박, 버스<br>- 항공기(항공기당)<br>- 기차(승객 좌석당)<br>- 선박(승객 좌석당)<br>- 버스(승객 좌석당) | <br>- 3,500,000/년<br>- 200/년<br>- 200/년<br>- 200/년 |
| 5 | 박람회, 바자회 | - 1,500,000/일 |
| 6 | 극장(스크린당) | - 3,600,000/년 |
| 7 | 은행, 사무실, 전화 대기음<br>- 은행, 사무실: 제곱미터(m2)당 연간 부과<br>- 전화 대기음: 전화 회선당 연간 부과 | <br>- 6,000/년<br>- 100,000/년 |

13) 영화 촬영 또는 영화 제작 기술. 영화 촬영기나 영사기를 사용하여 촬영하는 기술과 영화 제작 전 과정

| | | |
|---|---|---|
| 8 | 사업장(슈퍼마켓, 쇼핑몰, 상점, 미용실, 피트니스센터 등)<br>- 사업장의 저작권료는 제곱미터($m^2$)당 연간 부과 | - 500 ㎡ 이상: 7,000/년<br>- 1000 ㎡ 이상: 6,000/년<br>- 3000 ㎡ 이상: 5,000/년<br>- 5000 ㎡ 이상: 4,000/년 |
| 9 | 호텔 및 호텔 시설<br>- 객실 1~50 개<br>- 객실 51~100 개<br>- 객실 101~150 개<br>- 객실 151~200 개<br>- 객실 201 개 이상<br>- 호텔 전용 리조트 및 부티크 호텔<br>- 호텔 시설은 호텔의 라운지, 로비, 카페, 레스토랑, 스파, 피트니스센터, 수영장, 놀이터, 미용실, 아울렛 및 상점, 리프트 등을 포함 | - 2,000,000/년<br>- 4,000,000/년<br>- 6,000,000/년<br>- 8,000,000/년<br>- 12,000,000/년<br>- 16,000,000/년 |
| 10 | 레크리에이션 센터<br>- 유료 레크리에이션 센터<br>- 무료 레크리에이션 센터 | - (1 일 총 입장권 수입 X 1.3%) X 300 일<br>- 6,000,000/년 |

| 표 1 | 음악·노래와 관련된 창작물 및 제품 권한 사용에 대한 사용료
(출처: 2016년 인도네시아 법무인권부 장관령)

- LMKN 은 여러 분야의 집단관리기관(LMK)을 총괄하는 정부 위탁기구로, 음악 저작권자 및 인접권자(가수, 제작사)의 경제적 권리를 대리함
- 예를 들어 인도네시아에서 K-POP 음악을 서비스하는 스트리밍 플랫폼은 국내외 권리자로부터 사용허락을 받아야 하며, LMKN 을 통해 공중송신 사용료를 납부해야 함
- 로열티는 LMKN 이 구축한 '음악/노래 정보시스템(Sistem Informasi Lagu dan/atau Musik, SILM)'에 등록된 곡 정보를 기준으로 분배되며, 미가입 권리자의 미분배 분은 일정 기간 보관 후 산업발전기금으로 전용될 수 있음
- 이와 같은 로열티 제도에 따라 방송사와 OTT 도 음악을 방송/스트리밍할 때 사용된 음악에 대한 사용료를 LMKN 에 내고 있으며, 호텔 등 사업장도 별도의 연간 라이선스 비용을 내고 있음

**패션 관련**

- 패션 분야는 의상디자인 자체에 대한 저작권 보호는 제한적이지만, 섬유 패턴, 그래픽 디자인 등은 저작권으로 보호될 수 있음
- 또한, 의류의 독창적 디자인은 산업디자인법(2000 년 제 31 호)에 따라 의장권 등록을 통해 보호 가능하며, 브랜드 로고와 상표는 상표법(2016 년 제 20 호)으로 보호됨
- 국내 패션 기업은 인도네시아 진출 시 상표 선등록을 통해 브랜드를 보호하고, 필요 시 디자인에 대해 현지 의장권 출원도 검토해야 함. 인도네시아는 세계지식재산기구(WIPO) 조약 가입국으로, 국제출원 제도를 활용할 수 있습니다. 아울러 패션산업에서 유명 상표 모방이 빈번한 만큼, 현지 유통 시 병행수입이나 위조품 단속 등 집행 이슈에도 대비해야 함

**게임/애니메이션 관련**

- 게임 소프트웨어와 애니메이션 영상은 모두 저작권법으로 보호되며, 코드, 그래픽, 스토리 등에 대한 권리가 인정됨
- 인도네시아 정부는 2024 년 게임산업 발전 로드맵(대통령령 2024 년 제 19 호「국가 게임산업 발전 촉진에 관한 법률」)을 통해 게임 IP 보호 및 산업진흥을 강조하고 있음
- 게임 퍼블리셔는 저작권 침해에 대응하기 위해 작품을 저작권 일반등록부에 기록할 수 있고, 디지털통신부에 콘텐츠 분류 등록 시 게임명세와 권리정보를 제출하게 됨
- 애니메이션의 캐릭터나 설정 등도 저작권으로 보호되며, 상표/의장 등록을 통해 캐릭터 상품화 권리를 확보할 수 있음
- 국내 기업이 인도네시아에서 게임/애니메이션 서비스를 할 경우, 현지 파트너와의 IP 라이선스 계약을 명확히 맺고 저작권 침해 소지가 없도록 해야 함. 또한, e 스포츠나 이차적 저작물 활용에 관해서도 현지 법령에 근거한 권리처리(예: 스트리밍 권한 등)를 검토해야 함

## 4.4 사업자 등록·허가 절차 및 준수 요건

**방송사업 허가**

- 방송법 및 디지털통신부 규정에 따라 모든 방송국은 정부의 허가를 받아야 함. 절차상 먼저 방송위원회(KPI)의 콘텐츠 심사를 거쳐 디지털통신부가 최종 허가를 발급하는 이원 체계임
- 현재 인도네시아는 온라인 단일창구(OSS)를 통해 방송 분야 사업허가를 처리하며, 방송은 고위험 사업 분야로 분류되어 사업허가가 요구됨
- 민영방송의 경우 주파수 할당이 수반되므로, 공개경쟁 또는 정부 지정 방식을 통해 주파수를 확보해야 함. 허가증은 유효기간(보통 10 년)을 가지며, 연장 시 KPI 의 연차 평가를 반영함
- 또한, 방송사는 허가 후에도 주요 주주 변경이나 외국 자본 유치 시 디지털통신부 승인을 받아야 하며, 프로그램 편성 비율(국내 콘텐츠 60% 등) 및 송출 기술기준 준수 등의 허가 조건을 이행해야 함

**유료방송/플랫폼 사업자 등록**

- 케이블 TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송 서비스도 별도의 구독방송 허가를 받아야 함. 과거 정부령 2005 년 제 52 호에서 케이블·위성 등 유료방송 허가절차를 규정했고, 현재는 디지털통신부 장관령 2021 년 제 6 호에 통합되어 있음
- 유료방송에는 채널 구성에 대한 사전승인(예: 성인채널 편성 제한), 가입자 데이터 보고 등의 의무가 추가됨
- 한편 OTT 스트리밍 플랫폼은 방송사업자로 간주하지는 않으나, 2022 년 시행된 디지털통신부의 전자시스템운영자(PSE) 등록제도에 따라 전자시스템운영자 인증서를 취득해야 함. 이는 온라인 신고로 이뤄지며, 넷플릭스, 디즈니+ 등은 모두 이 인증을 갖춘 상태임
- 그러나 현재 OTT 도 방송에 준하는 콘텐츠 사전심사 등록제 도입이 논의되고 있어, 향후 별도 OTT 라이선스 제도가 만들어질 가능성이 있음

### 영화 배급 및 상영허가

- 인도네시아에서 영화관을 운영하거나 영화를 배급하려면, 영화법(정부령 2009 년 제 33 호) 및 영화사업 시행령에 따른 허가/신고를 해야 함
- 영화관 운영사업은 지방정부에 영화상영 사업자 등록을 해야 하고, 외국영화 수입·배급업은 과거 제한됐으나 2016 년 이후 100% 외국인 투자 허용과 함께 신고제로 완화됨
- 그러나 모든 상영 영화는 영상물 등급위원회(LSF)의 검열 통과 필증을 발급받아야 하므로, 배급업자는 개봉 전 충분한 시간을 두고 LSF 에 필름 또는 파일을 제출해야 함. LSF 는 검열 후 연령등급을 부여하고 필요한 경우 편집을 요구함. 검열을 통과하지 못한 영화는 상영·배포가 금지됨
- OTT 로 제공되는 영화콘텐츠는 현재 이러한 절차를 거치지 않지만, 추후 온라인 공개 전에 LSF 심의를 받는 체계가 도입될 수 있음
- 이외에 인도네시아에서 영화 촬영을 할 경우, 외국 촬영팀은 관광부의 촬영 허가를 받아야 하며, 문화유산 지역 촬영 시 별도 승인과 현지 지방정부의 협조가 필요함

### 음악/공연 관련

- 음악 스트리밍 플랫폼, 음원 유통사 등은 별도의 허가절차 없이 일반 통신판매/정보기술서비스로 OSS 에 등록함
- 음악 저작권 사용에 관해서는 정부 신고가 요구되는데, 일반적으로 LMKN 과 사용료 징수계약 체결 및 정기 보고 형태로 진행됨
- 공연기획사는 공연법(공연 관련 별도 포괄법은 없고, 지역 조례 등으로 규제) 및 대중음악 규정에 따라 지방경찰 등으로부터 공연 허가를 받아야 함. 특별한 경우 사전심의를 받는 사례도 있음 (예를 들어 가사에 사회적으로 민감한 내용이 없는지 등)
- 국내 아티스트가 인도네시아에서 공연할 경우 아래와 같은 비자를 필수적으로 취득해야 함 (상세 내용은 한국콘텐츠진흥원의 "[인도네시아 25-11 호] 인도네시아 음악 시장 및 K-POP 공연 현황" 보고서 참조)

| 비자 종류 | 대상 | 체류 기간 | 연장 여부 | 입국 유형 |
|---|---|---|---|---|
| C7A | 음악 공연자 | 30일 | 연장 불가 | 단수 입국 |
| C7B | 공연 스태프 | 30일 | 연장 불가 | 단수 입국 |
| C7C | 기술 시연자 | 30일 | 연장 불가 | 단수 입국 |
| D7 | 공연자, 스태프 | 30일 | 연장 불가 | 복수입국 |

| 표 2 | 공연 관련 비자 종류 비교 (출처: 인도네시아 이민국, 비자 대행사 등)

### 패션산업 관련

- 의류 제조는 일반 산업으로 구분되어 산업허가를 OSS 통해 취득하면 됨. 패션 유통·소매업은 무역부 규정에 따른 유통업 라이선스(Surat Izin Usaha Perdagangan, SIUP)를 받아야 함

- 외국 패션 브랜드가 직접 리테일 진출할 경우, 과거에는 매장면적 요건 등이 있었으나 현재는 완화되어 단독 현지 법인으로 백화점/온라인 판매가 가능함
- 한편 패션쇼, 모델공연은 창조경제부에 신고해야 하며, 음란죄 등 타 법률에 저촉되지 않도록 복장 노출 수위 등을 자체 준수해야 함
- 인도네시아의 노동법상 외국인 모델/디자이너 고용 시 근로허가서(IMTA)를 받아야 하는 점도 유의해야 함

**게임산업 규제 및 신고**

- 대통령령 2024년 제19호 「국가 게임산업 발전 촉진에 관한 법률」에 따라 외국 게임 퍼블리셔는 현지 법인 설립 또는 합작법인(Joint Venture) 등과 같은 필수 방침이 도입되고 있음
- 현재는 과도기적으로 해외 업체도 디지털통신부의 전자시스템운영자(PSE) 등록만으로 영업할 수 있지만, 2025년 중 신설되는 게임의 인도네시아 표준산업분류(Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia, KBLI) 코드를 통해 현지 법인 없는 게임 서비스는 차단될 수 있음
- 따라서 국내 게임사는 인도네시아 외국인 투자법인(PT PMA) 설립 또는 현지 업체와 합작법인을 통해 합법적으로 서비스해야 함
- 또한, 모든 게임은 출시 전 자체 연령분류 후 디지털통신부의 승인을 받아야 하며, 분류 등급(3+, 7+, 13+, 15+, 18+)을 게임 소개, 포장, 광고물에 표시해야 함. 등급은 매년 재검토가 요구되며, 도박성 게임, 포르노 영상 포함 게임, 불법행위 조장 콘텐츠 등은 분류 불가(발매금지)로 지정됨. 미분류 게임을 유통하거나, 등급 표시 의무를 위반하면 경고, 서비스 차단 등의 행정처분이 내려짐

# 콘텐츠산업 정보

## I. 인도네시아 콘텐츠산업 지원 프로그램

### 작성 순서

1. 정부의 콘텐츠산업 주요 지원 프로그램
2. 콘텐츠 부문별 주요 지원 프로그램

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

## 1 콘텐츠산업 주요 지원 프로그램(정부 부처별)

### 1.1 창조경제부

#### Apresiasi Kreasi Indonesia(AKI)

- 개요
  - ·· 창조경제부가 2021 년부터 운영하는 대표적인 중소기업 육성 프로그램으로, 창조경제 분야의 소상공인과 중소기업이 경쟁력을 강화하고 시장을 확대할 수 있도록 지원하는 것을 목표로 함
  - ·· 초기에는 식음료, 공예, 패션 등 일부 분야에 집중했지만, 점차 게임, 애플리케이션, 음악, 영화 등 디지털 및 기타 창조경제 분야로 지원 범위를 넓혀가고 있음
- 주요 사업 내용

  ① 교육 및 역량 강화(부트캠프, Bootcamp): 제품 개발, 브랜딩, 마케팅, 재무 관리 등 비즈니스 운영에 필수적인 다양한 주제에 대한 집중 교육과 전문가 멘토링을 통해 문제 해결 능력 향상 지원

  ② 전시·홍보: 인도네시아 주요 도시를 순회하며 열리는 전시회를 통해 참가 기업들은 자사의 제품과 브랜드를 대중에게 선보일 기회 획득. 2023 년 16 개, 2024 년 12 개 도시에서 개최

  ③ 네트워킹 및 비즈니스 매칭: 프로그램 참가자들 간의 교류를 포함해 잠재적 투자자, 유통업체, 파트너사와 연결될 기회를 제공하여 비즈니스 생태계를 확장할 수 있도록 지원

  ④ 수출 지원 프로그램: 이전 참가자들을 대상으로 '수출 학교(Sekolah Ekspor)'와 같은 심화 프로그램을 운영하여, 내수 시장을 넘어 해외 시장으로 진출할 수 있는 잠재력을 가진 기업 지원
- 주요 성과
  - ·· 2021 년 4,251 명이었던 참가자 수는 2023 년 7,000 명으로 매우 증가함
  - ·· 2022 년에는 전시회를 통해 발생한 총 거래액이 300 억 루피아(약 25 억 원)에 달하는 등 실질적인 경제적 성과를 창출함

‥ 2023 년에는 영화 부문 참가자 3 명이 인도네시아 현지 OTT 플랫폼과 작품 계약을 체결함

- 웹사이트: 인스타그램 @apresiasikreasiindonesia

### FINSCOIN(Financing Scheme for Content Creators in Indonesia)

- 개요
  - ‥ 창조경제부가 주관하는 콘텐츠 펀딩 프로그램인 'Finscoin'은 직접 자금 지원 프로그램이 아니며, 창조경제 분야 기업(영화, 음악, 게임, 애니메이션 등)이 자본에 더 쉽게 접근할 수 있도록 설계된 '자금 조달 매칭 플랫폼'임
  - ‥ 2022 년 10 월, 발리에서 열린 '세계 창조경제 콘퍼런스(WCCE, World Conference on Creative Economy) 2022'에서 공식적으로 출범함
- 주요 내용
  - ‥ 창작자나 제작사가 자신의 프로젝트(영화 시나리오, 애니메이션 기획안 등)를 FINSCOIN 플랫폼에 제출하면, 정부와 전문가 그룹이 프로젝트 사업성, 완성도, 잠재적 가치 등을 평가
  - ‥ 선별된 우수 프로젝트는 FINSCOIN 이 주관하는 투자 유치 설명회(Pitching Forum)를 통해 잠재적 투자자들에게 직접 프로젝트를 소개할 기회를 얻음
  - ‥ 프로젝트가 은행 대출이나 투자를 받기에 적합하도록 사업계획서 작성, IP 가치평가, 법률 자문 등을 지원
  - ‥ 2022 년 출범 당시, 창조경제부는 FINSCOIN 제도를 통해 향후 몇 년간 최대 2 조 루피아(약 1,600 억 원) 규모의 자금이 창조경제 분야로 유입되는 것을 목표로 함
  - ‥ Adhya Group, Vurch 등 인도네시아의 민간 투자사 및 크라우드펀딩 플랫폼과 협력하여, 정부 예산 의존도를 낮추고 민간 자본이 콘텐츠 IP 에 투자될 수 있는 통로를 마련함
- 주요 성과
  - ‥ 2023 년 2 월 민간투자와 크라우드펀딩을 매칭하는 영화 펀딩 프로그램(Finscoin)을 통해 현지 영화 4 편에 약 500 억 루피아(액 43 억 원)의 제작비 조달 성사
  - ‥ 500 억 루피아 중 Adhya Group 이 400 억 루피아를 지원하고, 크라우드 펀딩 투자 플랫폼 Bizhare 를 통해 100 억 루피아를 조달함

### Ekraf Hunt

- 개요
  - ‥ 창조경제부가 운영하는 지식재산권(IP) 중심의 인재 및 창작물 발굴 플랫폼
  - ‥ 'Apresiasi Kreasi Indonesia(AKI)'가 제품을 가진 중소기업을 육성하고, 'FINSCOIN'이 콘텐츠 제작을 위한 자금 조달을 지원한다면, 'Ekraf Hunt'는 창작자 개인과 그들의 지식재산권(IP) 자체에 집중
- 주요 사업 내용

  ① 인재·IP 발굴(Pencarian Talenta): 디자이너, 포토그래퍼, 비디오그래퍼, 작가, 음악가, 애니메이터 등 17 개 창조경제 하위 분야의 모든 창작자가 자신의 포트폴리오와 IP(작품)를 플랫폼에 등록

  ② 큐레이션 및 데이터베이스 구축(Kurasi IP): 등록된 IP 는 정부와 전문가팀의 심사를 거친 후,

선별된 우수 IP는 Ekraf Hunt 플랫폼에 공식적으로 등재되어 잠재적 파트너에게 노출

③ 비즈니스 매칭 및 상업화(Kolaborasi &Komersialisasi): 자신의 IP를 상업화할 파트너(기업, 투자자, 제작사)를 만날 기회를 얻음. 또한, 기업이나 투자자는 정부가 검증한 우수한 IP 풀(Pool)에서 자신의 프로젝트나 비즈니스에 적합한 창작물이나 인재를 쉽게 찾을 수 있음

④ 프로모션 및 활성화(Activasi): 정부는 'Ekraf Hunt 2025'와 같은 공식 행사를 개최하여 선정된 IP를 국내외 투자자와 미디어에 선보이고, 협업 우선권이나 자금 조달 연계 기회를 제공

- 주요 성과
  - ·· 2025년 5월에 개최된 'Ekraf Hunt 2025'에서 1,399명의 창작자가 프로그램에 등록
  - ·· 이 중 516개의 지식재산권(IP)이 심사 단계를 통과하여 공식 플랫폼에 등재
  - ·· 단순한 작품 전시가 아닌, 이 IP들이 실질적인 투자를 받고 상업화되어 글로벌 경쟁력을 갖춘 국가적 IP로 성장하도록 지원하는 것을 목표로 함
- 웹사이트: hunt.ekraf.go.id

**정부 창작자금 지원(Bantuan Insentif Pemerintah, BIP)**

- 개요
  - ·· 창조경제부가 2017년부터 시작한 창조산업 및 관광 분야 기업을 위한 정보 보조금 지원 프로그램
  - ·· 팬데믹 동안 어려움을 겪는 기업들을 지원하기 위해 2020년부터 더욱 적극적으로 시행됨
- 주요 내용
  - ·· '일반(BIP Reguler)' 부문: 법인 또는 합작회사(VC) 형태의 기업을 대상으로 하며, 사업 확장 및 생산성 향상을 위한 자금 지원
  - ·· '사업 안전망(Jaring Pengaman Usaha, JPU)' 부문: 팬데믹으로 인해 타격을 입은 소상공인을 지원하기 위해 특별히 마련된 것으로, 패션, 식음료, 공예 분야의 개인 사업자와 소상공인을 대상으로 함
  - ·· 지원 대상 분야: 패션, 게임, 애플리케이션, 음악, 영화, 식음료, 공예, 관광 등 다양한 분야의 기업들이 지원 대상
- 주요 성과
  - ·· 매년 수백 개의 기업이 이 프로그램을 통해 자금 지원을 받고 있음. 2020년에는 232개의 관광 및 창조경제 분야 기업이 수혜자로 선정되었으며, 2021년에는 '사회 안전망' 부문에서만 800개의 중소기업·소상공인이 혜택을 받음
  - ·· 2020년에만 총 240억 루피아(약 20억 원)의 예산이 투입되어 기업들이 팬데믹 위기 속에서도 고용을 유지하고 사업을 지속하는 데 중요한 역할을 함
  - ·· 2024년 '일반' 부문은 애플리케이션, 게임, 영화, 음악 하위 부문의 110개 기업에 총 240억 루피아의 자금을 배정함

## 1.2 디지털통신부

### 1000 디지털 스타트업(Gerakan Nasional 1000 Startup Digital)

- 개요
  - ·· 디지털통신부가 2016 년부터 주관한 대표적인 스타트업 육성 프로그램
  - ·· 이 프로그램의 핵심 목표는 2020 년까지(현재는 목표가 연장되어 지속 중) 인도네시아의 디지털 경제를 이끌어갈 1,000 개의 우수한 초기 단계(Early Stage) 디지털 스타트업을 발굴하고 육성하는 것임
- 주요 사업 내용
  - ·· 이 프로그램은 아이디어 발굴부터 투자 유치 전 단계까지 체계적인 방식으로 운영됨. 참가자들은 각 단계를 통과하며 아이디어를 구체화함

  ① Ignition(아이디어 발굴): 전국 주요 도시에서 열리는 대규모 세미나 및 워크숍. 성공한 창업가, 업계 전문가들이 참여하여 창업에 대한 동기를 부여하고 현지 문제 해결의 중요성 강조

  ② Workshop(역량 강화): 'Ignition' 단계를 통과한 참가자들을 대상으로 진행. 비즈니스 모델 수립, 시장 검증(Market Validation), 디자인 씽킹(Design Thinking), MVP(최소 기능 제품) 개발 등 스타트업 설립에 필요한 핵심 실무 교육 제공

  ③ Hacksprint(팀 빌딩 및 프로토타입): 참가자들이 팀을 구성하고(기획자, 개발자, 디자이너 등), 단기간에 집중적으로 아이디어를 프로토타입(시제품)으로 만들어내는 과정

  ④ Bootcamp(비즈니스 심화): 비즈니스 모델을 더욱 세밀하게 다듬고, 법률, 재무, 마케팅 전략 등 실제 사업 운영에 필요한 심화 교육

  ⑤ Incubation & Mentoring(인큐베이팅/멘토링): 최종 선발된 팀들을 대상으로 약 3~6 개월간 1:1 집중 멘토링

  ⑥ Demo Day(투자 유치): 모든 과정을 수료한 스타트업들이 잠재적 투자자(VC, 엔젤투자자) 등에게 발표(Pitching)하고 투자 유치 기회를 얻음
- 웹사이트: 1000startupdigital.id

### HUB.ID 액셀러레이터

- 개요
  - ·· 인도네시아의 성장 단계 스타트업을 유니콘 기업으로 빠르게 성장시키기 위해 자금 조달과 전략적 파트너십을 집중적으로 연결해주는 것을 목표로 함
  - ·· '1000 디지털 스타트업'이 아이디어를 가진 초기 단계(Early Stage) 팀을 발굴하고 육성하는 데 중점을 둔다면, HUB.ID 액셀러레이터는 이미 시장에서 검증되었고(Product-Market Fit) 성과를 내는 성장 단계(Growth Stage) 스타트업을 대상으로 함
- 프로그램 운영 방식
  - ·· 1 단계(스타트업 선발): 이미 시장에서 상당한 매출과 뚜렷한 제품을 보유한 성장 단계 스타트업(주로 시리즈 A 이상 또는 그에 준하는 단계)을 선발
  - ·· 2 단계(멘토링): 선발된 스타트업은 투자자 및 파트너사와의 미팅을 준비하기 위해 업계 최고

전문가(주로 VC 파트너, 대기업 임원)들로부터 비즈니스 모델, 피치덱(Pitch Deck), 협상 전략 등에 대한 집중적인 1:1 멘토링 진행

·· 3 단계(비즈니스 매칭 및 데모데이): 디지털통신부가 사전에 조율한 투자자 및 잠재 파트너사(국영기업, 대기업 등) 리스트를 바탕으로 선발된 스타트업과 수십 차례의 1:1 비공개 미팅을 진행. 이후 모든 투자자와 파트너사 앞에서 스타트업이 자사의 성과와 비전을 발표하는 피칭(Pitching) 행사 개최

- 주요 파트너
  ·· 투자자: East Ventures, Sequoia Capital, AC Ventures, MDI Ventures (Telkom 그룹 산하) 등 인도네시아의 모든 주요 벤처캐피털이 참여
  ·· 기업: Telkom Indonesia, Bank Mandiri, Sinar Mas Group, Astra International 등 인도네시아 최대 규모의 국영기업, 민간 대기업들이 잠재 고객사 또는 전략적 파트너로 참여
- 웹사이트: hub.id

### 1.3 문화부

#### Dana Indonesiana

- 개요
  ·· 2019 년 제정된 창조경제법(정부령 2019 년 제 24 호)에 따라, 문화부는 창조경제부 등과 협력하여 문화예술 분야의 지속 가능한 투자 기반을 조성하기 위해 2021 년에 영구기금인 'Dana Indonesiana'를 출범함
  ·· 2022 년 영구기금 3 조 루피아(약 2,583 억 원)를 조성했고, 2023 년에는 5 조 루피아(약 4,305 억 원)로 증액함. 이 펀드는 재무부 산하 교육기금관리원(LPDP)이 관리함
  ·· 'Dana Indonesiana'는 단순한 연간 예산 사업인 다른 정부 지원금과는 다르게 원금을 유지하고 그 투자 수익금을 매년 문화 예술계에 지원하는 지속 가능한 펀딩 모델임
- 주요 내용
  ·· 지원 분야는 공연·시각예술, 창작 출판, 영화 제작, 문화유산 보전, 문화 스타트업(문화 창업) 등 11 개 카테고리로 다양함
  ·· 신청 대상은 최근 2 년 이상 활동 실적이 있는 개인, 문화공동체, 기관이며, 엄격한 심사를 거쳐 창조적이고 지역사회에 기여하는 사업에 자금을 지원함
  ·· 2023 년에는 음식 문화를 주제로 전통식품 관련 공연·전시 사업들이 선정되었고, 영화 부문에서는 독립영화 제작 5 건이 보조금을 받음
  ·· 2025 년 기준 약 4,650 억 루피아(약 400 억 원)가 배정됐으며, 매년 상반기 정기적으로 공모를 진행함
- 웹사이트: danaindonesiana.kemenbud.go.id

## 1.4 법무인권부

### 지식재산권(IP) 지원 사업

- 법무인권부 산하 지식재산총국(DJKI)은 창작자의 IP 출원·등록을 간소화하고 비용 부담을 줄이는 조치를 시행
  - ·· 2023 년부터 온라인 원스톱 출원 시스템을 고도화하여, 상표·저작권 등의 전자출원 평균 처리 기간을 2020 년 대비 30% 이상 단축함
  - ·· 또한, 각 지역 지식재산 서비스센터를 통해 찾아가는 IP 접수창구(모바일 IP 클리닉)를 운영, 지역 예술인들이 손쉽게 브랜드 상표나 저작권을 등록할 수 있도록 함
  - ·· 그 결과 2023 년 저작권 등록 건수는 전년 대비 약 20% 증가함

### IP 담보대출 제도 추진

- 2019 년 제정된 창조경제에 관한 법률(UU No. 24/2019)의 시행령인 2022 년 정부령 제 24 호(PP No. 24/2022)에는 특허, 상표, 저작권 등 지식재산을 은행 및 비은행 금융 기관의 담보물로 활용할 수 있도록 명시함
  - ·· 지식재산총국은 2025 년에도 'IP Expose 2025'와 같은 행사를 개최하고, 공증인들의 적극적인 역할을 독려하는 등 IP 담보대출 제도를 활성화하기 위한 노력을 지속하고 있음
  - ·· 인도네시아는 이 제도를 도입함으로써 IP 기반 금융을 인정한 15 번째 국가가 됨
- 2025 년 현재 법적 장치는 마련되었지만, 금융 현장에서의 실제 대출 실행은 여전히 제한적임
  - ·· IP 의 가치를 객관적으로 평가할 표준화된 방법론과 전문 기관이 부족하다는 점으로 인해 금융 기관이 담보 가치를 신뢰하기 어려움
  - ·· IP 담보대출이 원활하게 작동하는 데 필요한 연관 제도(가치평가, 부실 채권 발생 시 보험, IP 자산 매각을 위한 2 차 시장 등)가 아직 완전히 구축되지 않음
  - ·· 금융 기관과 IP 보유 기업(창작자) 모두 이 제도에 대한 이해와 인식이 낮아 실제 활용으로 이어지지 못하고 있음
  - ·· 대출 상환이 불가능할 경우, 금융 기관이 담보로 잡은 IP 를 압류하고 현금화하는 절차가 복잡하고 불확실하다는 점도 장애물로 작용함

### 콘텐츠 저작권 보호와 국제 협력

- 법무인권부는 온라인 콘텐츠 불법유통 차단을 위해 2023 년부터 디지털 저작권 감시 시스템을 강화함
  - ·· 디지털통신부와 협력하여 불법 스트리밍 사이트 400 여 개를 차단하고, 해외 불법 사이트에 대한 접근도 차단하는 노력을 진행함
  - ·· WIPO(세계지식재산기구) 미팅에서 디지털 환경의 저작권료 징수 국제규범 논의를 주도함
  - ·· 2025 년 10 월 법무인권부를 비롯해 외교부, 문화부, 창조경제부의 합동 작업으로 “디지털 환경에서의 저작권 로열티 관리에 관한 국제법적 장치”를 WIPO 에 제안하여, 전 세계적으로 음악·영상 스트리밍 수익의 공정 분배 체계를 마련하자고 촉구함

**비자 제도 및 기타 지원**

- 법무인권부 산하 이민국은 창조경제부와 협력하여 외국인 창작인력 유치 정책을 시행함
  - 2022 년 말 "세컨드 홈 비자"를 도입하여, 재산 요건을 충족하는 외국인 전문가(원격근무자 포함)에게 5~10 년 거주 비자를 발급하기 시작함
  - 2024 년에는 원격근무자 전용 비자(Remote Worker Visa)[14] 프로그램을 도입하여, 고액 예치금 없이도 1 년간 체류 및 1 년 연장이 가능한 방안을 발표함. 이로 인해 IT, 디자인 등 디지털 노마드들이 발리 등지에 장기 체류하며 현지 스타트업과 협업할 길이 열림

## 2 콘텐츠 부문별 주요 지원 프로그램

### 2.1 게임 부문

**국가 게임산업 금융 제도**

- 대통령령 2024 년 제 19 호「국가 게임산업 개발 가속화에 관한 규정」에 따라 창조경제부가 게임산업을 위한 자금 지원 제도 구축을 담당함
- 주요 내용으로는 ▲ 지식재산권(IP)을 담보로 인정하는 국가 게임산업 금융 제도 개발, ▲ 게임 개발을 위해 매년 6,000 억 루피아(약 513.6 억 원) 규모의 인도네시아 게임 펀드 조성, ▲ 게임 개발·퍼블리싱 기업의 세금 혜택 등이 포함됨
- 2025 년 현재 창조경제부는 디지털통신부와 이 법안의 세부 규정을 준비 중임

**인도네시아 게임 개발자 교류(IGDX, Indonesia Game Developer eXchange)**

- 디지털통신부가 인도네시아게임협회(AGI, Asosiasi Game Indonesia)와 협력하여 매년 개최하는 대표적인 개발자 육성 프로그램
- 단순한 콘퍼런스를 넘어, 유망 게임 스튜디오를 발굴하여 집중 멘토링을 제공하는 'IGDX 아카데미'와 '부트캠프', 국내외 투자자 및 퍼블리셔와 연결해주는 'IGDX 비즈니스' 등 실질적인 성장 지원에 초점을 맞춤
- 웹사이트: www.igdx.id
- IGDX 커리어(게임산업 채용 정보): career.igdx.id

**게임 시드(Gameseed)**

- 창조경제부가 후원하고 인도네시아게임협회(AGI)와 다국적 기업(Garena, Tencent 등)이 협력해서 개최하는 대규모 게임 개발 경진대회 및 인큐베이팅 프로그램
- 개발자들이 시장성 있는 게임을 만들 수 있도록 돕고, 우수한 스튜디오가 지속 가능한 사업을 영위할 수 있도록 지원
- 웹사이트: gameseed.id

14) https://www.imigrasi.go.id/wna/permohonan-visa-republik-indonesia

### Baparekraf Game Prime

- 창조경제부가 인도네시아게임협회(AGI)와 e 스포츠 디지털 미디어 플랫폼인 GGWP 등과 협력하여 개최하는 인도네시아 최대 규모의 게임산업 전시회 및 콘퍼런스
- 2024 년 행사는 약 200 개 이상의 현지 개발사가 참여했으며, B2C 전시회뿐만 아니라 현지 개발사를 위한 비즈니스 매칭, 올해의 게임상 선정, 멘토링 등 다양한 프로그램으로 진행
- 웹사이트: 고정 공식 웹사이트는 없으며, 행사 개최 시기마다 관련 기관의 웹사이트를 통해 정보 배포(창조경제부, 인도네시아게임협회, GGWP 웹사이트 참고)

### Indigo Game

- 인도네시아 국영 통신사인 텔콤(Telkom)이 운영하는 인도네시아 최초의 게임 스타트업 인큐베이션 프로그램
- 주요 성과
  - ·· 2019 년부터 Indigo Game incubation program 을 운영. 33 개 게임 스튜디오가 참가했고 9 개사가 글로벌 퍼블리셔 계약을 체결함
  - ·· 프로그램은 PlayTest Day 등 활동을 통해 게임성·아트·기술을 검증하고, 자금 지원, 퍼블리싱 지원, 네트워킹, 멘토링, 최첨단 시설을 제공해 국내외 시장 진출을 지원함
- 웹사이트: game.indigo.id

### Agate Academy

- 인도네시아의 최대 게임개발사 중 하나인 Agate International 이 운영하는 게임 교육 플랫폼
- 주요 프로그램

  ① Studi Independen Kampus Merdeka: 교육부와 협력해 학생들이 5 개월간 실제 게임 프로토타입을 만들며 산업 현장을 경험하도록 설계됨. 2024 년까지 3 년간 689 명의 학생과 60 개의 게임 프로토타입을 배출해 실질적인 인재 풀을 형성함

  ② Agate Game Course for Teachers: 교사들이 학생을 대상으로 게임 제작 수업을 진행할 수 있도록 역량을 향상시키는 과정. 게임 엔진 활용, 3D 아트, 레벨 디자인 등을 포함하며, 표준형과 맞춤형으로 운영됨

  ③ DTS FGA Game Incubation: 디지털통신부의 Digital Talent Scholarship 와 공동으로 진행하는 무료 인큐베이션 프로그램으로, 참가팀은 3 개월 동안 멘토링·네트워킹·사업개발 지원을 받아 아이디어 개발에서 실제 게임 개발까지 진행함
- 웹사이트: academy.agate.id

### Toge Game Fund Initiative(TGFI)

- 인도네시아 인디 게임개발사이자 ‘Coffee Talk’ 제작사인 Toge Productions 가 운영하는 'TGFI'는 동남아 인디 개발자에게 최대 1 만 달러를 지원함
- 자금은 개발 일정별로 지급되며, 개발사가 실패하더라도 상환 의무가 없음. 개발사는 IP 를 전적으로 보유하며, Toge 는 완성된 게임에 대한 우선 협상권만 가짐. 또한, 프로젝트 관리와 멘토링, 테스트·피드백 등을 제공하여 개발 과정의 위험을 줄여줌
- 웹사이트: togeproductions.com/tgfi/#:~:text=

### GAM3 Arena Pitch Battle Grants

- e 스포츠·블록체인 게임 커뮤니티 W3GG 가 2023 년 출범한 프로그램
- 인도네시아 인디 개발자에게 우수작은 5,000 달러, 인기작은 1,000 달러를 지급하며, 자금은 마일스톤을 달성할 때마다 분할로 제공됨
- 참가자는 멘토링과 인프라 지원을 받고, 퍼블리싱 기회와 추가 투자 가능성을 가짐
- 웹사이트: w3gg.io/indie-pitch-battle

## 2.2 영화/애니메이션 부문

### Film Matchfund

- 인도네시아 영화산업의 해외 진출을 촉진하기 위해 연간 약 1,300 만 달러 규모의 국제 공동제작 영화 보조금 프로그램을 도입
- 이 펀드는 문화부에서 시행하며, 'Dana Indonesiana(위의 '1.3 문화부' 내용 참조)' 사업의 일환으로 진행
- 2023 년 칸 영화제에서 발표된 이 프로그램은 인도네시아 영화인이 해외 파트너와 협업하여 만든 작품에 대해 해외에서 확보한 제작비와 같은 금액을 정부가 매칭 지원하는 것을 골자로 함
- 주요 사례
  - ·· 2024 년 칸 영화제에서 발표된 인도네시아 Film Matchfund 1 기에 4 편의 영화 프로젝트가 선정됨. 이들 작품은 선정 당시 유럽의 영화 지원기금(Hubert Bals Fund, World Cinema Fund 등)으로부터 총 138 만 유로(약 150 만 달러) 규모의 해외 지원을 확보하고 있었으며, 인도네시아 정부는 동일한 규모의 제작비를 각 프로젝트에 매칭 지원함

### House of Indonesiana(HOI)

- 한국의 공적개발원조(ODA) 사업의 일환으로 인도네시아 문화부와 대한민국 문화체육관광부가 공동으로 주관하며 한국콘텐츠진흥원이 시행 담당 기관으로 한국의 콘텐츠산업 노하우 전수
- 인도네시아의 풍부한 문화유산과 이야기를 한국의 선진 디지털 기술과 결합하여, 인도네시아 청년 인재들이 글로벌 무대에서 경쟁력 있는 콘텐츠를 만들도록 지원하는 '창조 인재 인큐베이션 허브'를 비전으로 함
- 주요 교육 분야는 애니메이션, 다큐멘터리 영화, 모바일 콘텐츠 등이며, 교육과정은 기초, 중급, 고급으로 나뉘어 체계적으로 진행
- 인도네시아내 자카르타, 마카사르, 잠비, 치르본, 시카, 바둥 등 총 6 개 지역 양성센터로 구성, 2025 년 약 500 명의 수료생을 배출할 예정임

### Ekraf Academy

- 2024 년 10 월 창조경제부와 영국문화원이 협력해 시작된 Ekraf Academy 2024 는 영화·애니메이션·공연예술 등 창조경제 분야의 실무자와 정책 담당자에게 국제 인증 과정을 제공
- 프로그램은 온라인과 오프라인으로 진행되며, 100 명의 참가자 중 30 명이 대면 워크숍에 선발

### SCENE 프로그램

- 창조경제부가 주관하는 드라마·영화 시나리오 역량을 높이기 위한 마스터 클래스 프로그램
- 매년 4 개 도시에서 진행. 약 200 명의 참가자가 TV/OTT 표준에 맞는 각본 개발을 배우고, 상위 20 개 프로젝트는 제작사 앞에서 발표하는 'ShowcaSCENE' 행사 진행

### Reel Life Film Camp

- 족자-넷팩 아시안 영화제(JAFF, Jogja-NETPAC Asian Film Festival)와 넷플릭스(Netflix)가 공동 출범한 전문인력 양성 프로그램
- 인도네시아 영화산업에 필요한 현장 실무 인력(프로덕션/회계/후반/음향/VFX/연기 등)을 체계적으로 양성하고 업계와 연결을 목적으로 함
- 프로그램 재원은 넷플릭스의 'Fund for Creative Equity'가 담당
- 2024 년 운영 실적
  - ·· 전국 지원자 600 명 이상에서 75 명 선발 → 온라인 트레이닝(다양한 직군 트랙) → 상위 성과자 24 명을 선발해 욕야카르타 오프라인 세션(11 월 29 일~12 월 2 일) 참여 → 이어 JAFF Market 'Talent Day'에서 업계 네트워킹 진행
  - ·· 우수 수료자는 넷플릭스 인도네시아 제작 현장에서 일자리 기회를 제공(프로덕션/회계/후반 어시스턴트 등)

### Festival Film Bulanan

- 창조경제부는 2021 년부터 지역 영화 커뮤니티 성장을 도모하기 위해 월례 단편영화 경연 프로그램을 운영하며 전국의 영화인을 발굴
- 2023 년에는 800 편 이상의 단편이 출품되어 이 중 600 편이 1 차 예선을 통과했고, 최종 20 편의 우수 작품이 선정됨
- 우수 작품으로 선정된 팀에는 영화 제작 워크숍, 지역 순회 상영회, 국제 영화제 연계 상영 기회 등이 제공됨. 2023 년 수상작 중 6 편은 2024 년 프랑스 클레르몽페랑 단편영화제 필름 마켓에 출품됨

### IP Bootcamp

- 인적자원개발청(BPSDMI) 산하 덴파사르(Denpasar) 산업교육훈련센터가 주관
- IP 부트캠프는 스토리텔링·캐릭터 디자인·보이스오버·스토리보딩·애니매틱스 등 애니메이션 IP 제작 전 과정을 집중교육한 뒤 하이브리드 비즈니스 인큐베이션으로 이어짐
- 덴파사르 산업교육훈련센터는 2015~2022 년 9,481 명의 애니메이션 교육생을 배출했으며, 매년 10~20 개의 디지털 콘텐츠 스타트업을 육성하고 있음
- 2023 년 부트캠프에는 6 팀이 참가했으며, Brown Bag Films 와 Timeline Studio 등 56 개 산업 파트너가 협력함

### 국가 간 협력 파트너십

- 2023 년 인도네시아 문화부는 한국 부천국제판타스틱영화제(BIFAN)와 인도네시아 자카르타 필름위크(JFW) 간에 아시아 영화 인재 교류 프로그램 공동 추진을 위한 업무협약(MOU) 체결
- 이를 통해 한국과 인도네시아 양국은 젊은 영화인들의 공동 워크숍, 인턴십, 프로젝트 교류 등을

지원하고, 인도네시아 영화인들의 국제적 역량 강화를 함께 도모하기로 함

- 또한, 인도네시아 영화제작자협회(APROFI)와 이탈리아 우디네(Udine)의 Far East Film Festival 과 협약을 맺어, 인도네시아 영화 프로젝트가 해당 영화제의 프로젝트 마켓(Focus Asia) 및 공동제작 아카데미(Ties That Bind 프로그램)에 적극적으로 참여할 수 있도록 지원함

### 2.3 웹툰/만화 부문

**W-TOON Camp**

- 인도네시아 최대 웹툰 제작사 중 하나인 Kisai Entertainment 가 2023 년부터 운영하는 순회 웹툰 창작 부트캠프. 차세대 웹툰 작가 1000 명 양성을 중장기 목표로 함
- 자카르타, 반둥, 수라바야 등 여러 도시의 젊은 작가 지망생들을 대상으로 교육
- 이 프로그램은 현직 웹툰 작가와 에디터들이 스토리 구성, 콘티 제작, 디지털 드로잉, 컬러링 등 실무를 지도하며, 참가자들은 단편 작품을 완성해보는 실습 중심 커리큘럼으로 진행

**Kisai Studio Incubation Program(SIP)**

- 2025 년 3 월 Kisai Entertainment 가 출범한 인큐베이션 프로그램
- 초기 단계의 로컬 스튜디오(Bonob Beneb Studio, Goxtoon Studio 등)를 선발하여 자금 지원, 멘토링, 비즈니스 개발 교육을 제공함

**KY Academy(웹툰 아카데미)**

- 2024 년 10 월 Kisai Entertainment 는 한국의 유명 웹툰 기획사 YLAB 의 교육기관 YLAB Academy 와 협력하여 인도네시아 최초의 웹툰 아카데미 설립을 발표함
- 이 아카데미는 5 년간 50 억 루피아(약 4.3 억 원)를 투입해 2025 년 초 개원할 예정이며, 5 년 내 500 명의 프로 작가를 양성하는 것을 목표로 함
- YLAB Academy 는 국내에서 다수의 인기 웹툰 작가를 배출한 커리큘럼을 제공하며, 현업 기준의 실습 중심 교육과정을 인도네시아에 이식함
- 웹사이트: kyacademy.id

**Webtoon Championship**

- Kisai Entertainment 와 일본의 디지털 만화 출판사 Sorajima 가 동남아시아 창작자를 발굴하기 위해 2024 년 말부터 공동으로 진행한 동남아시아 최초의 단편 웹툰 공모전
- 동남아시아 국가에 거주하는 크리에이터를 대상으로 하며, 액션·판타지 장르의 '단편(원샷) 웹툰' 제출. 참가자는 각자의 언어로 작품을 제출할 수 있고, 심사는 내용과 연출 완성도를 기준으로 진행
- 총상금 약 3 만 5 천 달러 규모이며 대상 4,000 달러, 편집자 상 1,000 달러 등이 수여되며, 이외에도 그래픽 태블릿(800 달러 상당), Clip Studio Paint EX 1 년 라이선스, 향후 Sorajima 에서의 연재 제안 등 특전이 제공됨

**Jakarta Creative Conference B2B**

- 무역부와 자카르타 창조경제국, 인도네시아만화협회(AKSI)가 공동으로 2024 년 8 월 창조경제 콘퍼런스를 개최해 일본 기업 10 개와 인도네시아 애니메이션·만화·게임 업체

15 개(Gamechanger, Kisai Entertainment 등)의 B2B 매칭을 주선함
- 이 행사에서 총 120,000 달러 규모의 잠재 거래가 성사됨

**Futura Connectiva 2025**
- 인도네시아만화협회(AKSI)와 자카르타 창조경제국이 공동 개최
- 애니메이션·만화·게임 산업의 최신 동향을 공유하고 라이선스·파트너십 매칭을 제공함
- 프로그램에는 창조 콘퍼런스, B2B 매칭(30 개 이상 기업 참가), 인도네시아 IP 전시(15 개 이상), 네트워킹 등이 포함됨

## 2.4 패션 부문

**Indonesia Fashion Forward(IFF)**
- Jakarta Fashion Week(JFW)과 Indonesian Fashion Chamber(IFC)가 운영하는 IFF 는 영국(런던)의 Center for Fashion Enterprise 와 협업한 1 년 프로그램으로, 신진 디자이너에게 비즈니스와 창의 전략을 교육해 글로벌 브랜드로 성장시키는 것을 목표로 함
- 프로그램 참여자들은 소매 매장 173% 증가, 팀 구성원 165% 증가, 생산량 174% 증가, 국제 시장 진출률 22%에서 90%로 확대라는 성과를 거둠
- 웹사이트: https://indonesiafashionforward.com/

**Young Batik Entrepreneurs Fashion Fellowship**
- 인도네시아 최대 통신 타워 공급업체인 PT Tower Bersama Infrastructure 와 Indonesian Fashion Chamber(IFC)의 협약으로 2025 년 7 월 출범
- 프로그램은 인도네시아의 젊은 바틱(Batik) 장인들이 현대적 감각과 국제 시장 요구에 맞춰 창작할 수 있도록 창의적 기술과 경영 역량을 강화하는 것을 목표로 함

**PINTU Incubator**
- Jakarta Fashion & Food Festival(JF3), Lakon Indonesia(패션 브랜드) 및 프랑스 대사관이 2025 년 공동 설립한 패션 인큐베이터 프로그램
- 2025 년 프로그램은 비즈니스, 수출입, 재무, 머천다이징, 법률, 브랜딩 등 29 개의 멘토링 세션을 제공. 6 개월 과정 후 참가자는 프랑스 패션 박람회 'Première Classe Paris'에서 컬렉션 전시
- 2025 년부터는 프랑스 디자이너가 3~4 개월 동안 인도네시아에 머물며 현지 장인과 협업하는 레지던시(residency) 프로그램이 신설됨

## 2.5 VR/AR 부문

**Virtual Learning Academy**
- 디지털통신부와 메타 인도네시아(Meta Indonesia)가 협력해 2022 년부터 운영(AR 필터 제작과 VR 개발을 위한 온라인 교육과정)
- 이 프로그램은 메타의 Immersive Learning Academy(MILA)와 연계하여, 현지 IT 교육기관(Hacktiv8 등)과 협력해 진행

- 2023 년에는 'Metavolution with Spark AR'라는 AR 크리에이터 경진 프로그램도 진행되어, 우수 AR 개발자를 선발해 포상함

**XR 커뮤니티 및 스타트업**

- 인도네시아에는 AR/VR 스타트업과 개발자 커뮤니티도 증가하고 있음
- 2023 년 자카르타와 반둥 등에서 AR/VR 해커톤과 메타버스 밋업(Meetup)이 개최되어, 대학생과 스타트업들이 가상현실 게임, 문화유산 AR 투어 앱, 산업훈련용 VR 등 다양한 프로토타입을 선보임
- 특히 반둥공대(ITB)의 한 팀은 전통 예술 교육을 위한 AR 애플리케이션으로 국내 대회에서 입상하여, 교육부의 지원으로 상용화 작업을 진행 중임

| 인도네시아비즈니스센터 담당자 연락처 | | |
|---|---|---|
| 이지환 센터장 | +62-21-252-3151 | koccaindonesia@kocca.kr |
| 전주희 대리 | +62-21-252-3151 | koccaindonesia@kocca.kr |



| 인도네시아 콘텐츠 특화보고서 | |
|---|---|
| 2025년 | |
| 주관기관 | 한국콘텐츠진흥원 |
| 감수 | 이지환 (인도네시아비즈니스센터장) 전주희 (인도네시아비즈니스센터 대리) |
| 집필자 | 이현석 (PT EPIN 팀장)<br>이수연 (PT EPIN 매니저) |
| 발행인 | 유현석 (한국콘텐츠진흥원장 직무대행) |
| 발행일 | 2025년 10월 22일 |
| 발행처 | 한국콘텐츠진흥원 |
| 주소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351) |
| 전화 | 1566-1114 |
| 홈페이지 | www.kocca.kr |
| ISSN | 2733-5798 (비매품) |



- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 〈콘텐츠지식〉에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”

OPEN 공공누리 출처표시 상업용금지 변경금지 공공저작물 자유이용허락