

Peran Animasi Upin & Ipin Sebagai Diplomasi Publik Malaysia Terhadap Indonesia

Redha Fithri Karima

Hubungan Internasional, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

redhafithrikarima@gmail.com

Abstract

Malaysia is a country famous for the world of Malay, Malaysia is a country that has multi-cultural, multi-religious, and multi-ethnic. In instilling tolerance and a sense of nationalism with its young generation, Malaysia develops values, norms, life, habits of Malay people through an animation that began in 1946. Besides aiming at continuing the value of Malay, the animation that has been produced aims to counteract the influence Western and Japanese animation, where these two countries have different values, norms and habits from the countries of Southeast Asia, especially Malaysia, Brunei, and Indonesia.

Malaysian animation has also developed in the 2000s both in terms of animation quality and its development in the international market. In 2005 a successful animation company was established, namely Les Copaque Production. In 2007 the company created the Upin & Ipin animation series so that it successfully redeemed the international market and was very well known in Indonesia. Indonesia is a country that has the same values and norms as Malaysia, this is because Malaysia and Indonesia have the same historical development that creates a similar culture. Therefore Malaysia and Indonesia often experience sensitive conflicts, namely the recognition of cultural heritage.

Upin & Ipin animation is an instrument of Malaysian public diplomacy and is a new thing that has happened in Southeast Asia including Malaysia and Indonesia. It is evident that the animation of Upin and Ipin brings Malaysian value like the meaning of multiculturalism, promotes women's rights, until the addition of Susanti's character in this animation makes Malaysia give privilege to Indonesia as a form of friendship.

Keywords : *Animation, Upin & Ipin, Public Diplomacy, Malaysia, Indonesia*

Pendahuluan

Malaysia dan Indonesia adalah negara yang berdampingan dan memiliki kemiripan khas bahasa Melayu yang juga tersebar di beberapa daerah di Indonesia seperti Sumatra saat abad 13 tersebar hingga ke semenanjung Malaysia, sehingga Indonesia dan Malaysia memiliki kesamaan dari segi budaya, bangsa, dan agama. Sebagaimana ucapan Tunku Abdul Rahman Putra Al-Haj selaku Ketua Menteri Malaysia di Jakarta 08 November 1955; " Bahawasanya tidaklah dapat disangkal oleh dunia akan perhubungan antara bangsa Melayu dengan bangsa Indonesia yang mana pada satu masa kita dikenali sebagai satu bangsa yang mendiami Gugusan Pulau-pulau Melayu...Sungguhpun kita bercerai di satu babak tapi bersatu yang lain yaitu babak kebudayaa".¹ Hal ini membuktikan bahwa Malaysia dan Indonesia memiliki kedekatan yang sangat erat. Namun kedua negara ini kerap mengalamikonflik pengakuan budaya sehigga membuat keduanya memiliki hubungan yang sensitive terlebih masalah pulau Sipadan Ligitan yang telah menjadi milik Malaysia. Malaysia dan Indonesia adalah negara yang memiliki beberapa kesamaan mengenai keragaman dan letak geografis yang sangat dekat membuat hubungan keduanya naik-turun yang disebabkan oleh kasus-kasus ketidakharmonisan, seperti tahun

¹ Rohani Hj. Ab Ghani dan Zuhlilmi Paidi, "Malaysia-Indonesia: Pengalaman Hubungan Dua Negara Serumpun" . Seminar on National Resilience. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/12118565.pdf> . Pada tanggal 13 November 2018. Pukul 20:54

2002 ketika Mahkamah Internasional memutuskan hak kepemilikan pulau Sipadan dan Ligitan oleh Malaysia yang menyisakan percikan citra negatif Malaysia terhadap opini masyarakat Indonesia hingga menimbulkan ketegangan diantara kedua negara ini yang juga meningkat pemberitaan dalam menggiring opini publik pada tahun 2007 kasus Reog Ponorogo, dan 2008 kasus Tari Pendet. Walaupun begitu Malaysia dan Indonesia telah memiliki banyak hubungan kerja sama yang bergerak pada bidang social, budaya dan ekonomi termasuk pada Industri film dan musik, sebagaimana kerjasama ini dilakukan untuk tetap menjaga hubungan Malaysia dan Indonesia.

Dalam perkembangannya Malaysia telah menyiapkan rancangan dan kebijakan lewat Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia dengan program DKIN atau dasar industry kreatif negara (National Creative Industry Policy)². Dimana dalam kebijakan ini memuat hal hal yang dapat di promosikan dengan kreativitas, keterampilan dan bakat individu yang memiliki kekayaan intelektual, lalu yang meliputi tiga kategori : Industri Kreatif Multimedia, Industri Kreatif Seni Budaya, dan Industri Kreatif Warisan Budaya. Sehingga DKIN ini tak lepas dari peran Lembaga pemerintah Malaysia pula, khususnya MDEC atau (Malaysia Digital Economy Corporation) yang berhak mengurus multimedia Malaysia sebagai kawasan industri dan perdagangan teknologi yang bertaraf internasional. DKIN banyak berperan dalam menciptakan peningkatan taraf ekonomi Malaysia hingga membentuk Dewan Nasional Industri Kreatif Negara dibawah naungan Kementerian Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan, sebagaimana Lembaga pemerintahan ini bertujuan untuk mengembangkan pasar internasional dan mengeksport budaya Malaysia seperti film dan music.³ Oleh karena itu Malaysia membuat rencana tindakan dalam kegiatan diplomasi publik nya menjelaskan tentang rencana yang akan dilakukan Malaysia untuk mendukung wawasan 2020. Sebagaimana diplomasi publik yang telah dirancang Malaysia guna untuk mendorong negara Malaysia yang mencakupi bidang ekonomi, politik, sosial, kerohanian, psikologi dengan melibatkan keadilan social, kestabilan politik, system pemerintahan, kualitas hidup, serta keyakinan. Pada table di atas menunjukkan bahwa Malaysia berusaha menuangkan rencana yang akan di lakukan Malaysia untuk menunjang kemajuan negara dengan dibagi tiga penjelasan tabel yang saling mendukung yakni; strategi, program, dan indikator yang mendukung. Program (1) memperkenalkan ke pada publik secara luas untuk memahami informasi pemahaman mengenai kebijakan luar negeri Malaysia yang telah di putuskan. Dalam penyebaran informasi tersebut Malaysia dibantu oleh Kementerian Komunikasi baik dalam hak pers dan penggunaan media sosial. Program (2) melakukan program program penjangkauan seperti mealakukan publikasi dengan menggunakan artikel, brosur, poster, pamflet, dan video serta melakukan wawancara yang memberikan partisipasi terhadap media cetak atau elektronik lokal dengan asing untuk menciptakan kesadaran yang tinggi terhadap peran dan fungsi Kementerian Dalam Negeri maupun Kementerian Luar Negeri sebagai misi luar negeri yang dilakukan Malaysia. Program (3) Mengadakan pertemuan tingkat tinggi atau pertemuan internasional lainnya dengan negara lain, mempromosikan budaya Malaysia, melakukan klarifikasi terhadap citra negatif Malaysia yang tersebar pada publik di negara lain maupun masyarakat internasional dan menciptakan pemberitaan mengenai citra Malaysia kepada negara lain untuk meningkatkan citra positif Malaysia di luar negeri yang memiliki nilai seni dan budaya dengan melibatkan media asing dan lembaga terkait. Program (4) Meningkatkan kegiatan pelatihan tentang hubungan antar media baik untuk lembaga maupun IDFR atau Institute of Diplomacy and Foreign Relations Malaysia guna untuk meningkatkan keterampilan media massa Malaysia. Program (5) Melakukan registrasi yang berbasis online registration system terhadap warga Malaysia

² Barker,T. And Y.B.Lee. 2017. "Making creative industries policy: The Malaysian case" *Kajian Malaysia* 5(2):21–37. Hlm 22. Diakses dari <http://web.usm.my> .Pada tanggal 30 September 2018 pada pukul 22:56

³ Ibid., Hal 23.

yang berada di luar negeri. Program (6) Memperkuat hubungan dengan lembaga inti yang menciptakan program dalam membantu mempromosikan Malaysia.

Dari rencana diplomasi publik yang di lakukan Malaysia ini cenderung mempromosikan citra Malaysia kepada negara lain, selain itu diplomasi publik digunakan oleh Malaysia untuk tetap menjaga keharmonisan hubungan bilateral, yang juga memaikan peran media lokal maupun media asing sebagai pendukung dalam memberitakan Malaysia sebagai negara yang makmur untuk direalisasikan pada tahun 2020. Beberapa rencana diplomasi publik dilakukan oleh Malaysia adalah upayah yang telah dilakukan untuk mengurangi hubungan yang tidak harmonis dan mereda beberapa ketegangan, sehingga sangat berguna dalam menggiring opini publik yang lebih positif dalam memahami sikap dan perilaku Malaysia. Sebagaimana pemerintah dapat menempatkan publik sebagai subjek maupun objek dari kegiatan diplomasi publik.

Desember 2005 berdiri nya perusahaan Les Copaque Production oleh sepasang suami istri yakni Burhanuddin bin Md. Radzi dan Ainon Binti Ariff yang pada tahun 2007 ketika di rilisnya Upin & Ipin menjadi meledak di beberapa negara Asia bahkan Indonesia. Sebagaimana bahwa animasi Upin & Ipin ini adalah kejayaan Les Copaque Production yang mampu menebus seluruh negara di ASEAN lewat Disney Channel Asia hingga ke Turki melalui saluran Hilal TV, serta animasi ini pun memiliki eksistensi yang tinggi di saluran televisi Indonesia sejak tahun 2007 di MNCTV. Pembuatan animasi Upin & Ipin ini telah dirancang oleh Burhanuddin untuk bisa menyamakan kepopuleran Doraemon dari Jepang, dimana mampu menembus minat internasional dan meningkatkan kerjasama di bidang ekonomi. Atas pengaruh animasi Jepang dan Barat 1985-an terdapat produksi animasi Malaysia yang kurang menggambarkan identitas Melayu, hal-lainnya adalah tidak ada tren khusus terhadap animasi sehingga, animasi yang ditampilkan akan menjadi sulit untuk menggambarkan dan memahami bagaimana budaya Melayu di Malaysia melalui animasi.⁴ 10 tahun perjuangan produksi animasi Malaysia untuk menciptakan budaya lokal dengan mengabaikan budaya barat yang telah menjadi identitas animasi Barat atau Jepang, maka tahun 2005 direspon baik oleh perusahaan Les Coupaque untuk memproduksi film animasi 3D pertama di Malaysia karena banyaknya anak- anak di Malaysia yang suka menonton tayangan seperti Mickey Mouse, Tom & Jerry, Spongebob dan Doraemon. Sehingga terciptalah serial pertama Upin & Ipin dengan judul Geng: Pengembara Bermula dengan mengusung budaya Malaysia. Menurut Burhanuddin bin Md.Radzi animasi Upin & Ipin adalah sebuah kesempatannya untuk bisa menawarkan animasi nya ke seluruh dunia seperti Amerika Serikat dan Jepang dengan mengangkat nilai nilai budaya asli Malaysia yang tidak hanya sekedar imajinasi namun sebuah pembelajaran bagi anak-anak dan agar animasi ini menjadi kekayaan intelektual Malaysia.⁵ Yang juga membantu Malaysia dalam mempromosikan animasi khas Melayu yang berbeda dengan animasi lainnya di dunia. Harapannya studio Les Coupaque dapat menyamai studi PIXAR maupun Disney.

Metode Penelitian

Dalam penulisan ini penulis akan menggunakan tehnik pengumpulan data melalui studi kepustakaan atau library research dan Internet research, serta data data sekunder melalui buku, majalah, jurnal, dan artikel hingga tulisan lainnya yang relevan. Maka data data yang telah di cantumkan dalam penulisan ini akan dianalisa untuk dapat menunnjukkan titik terang dalam menghimpun jurnal ini secara runtut.

⁴ Ibid.UKEssays

⁵ NEF ADMIN,"Aspirasi: The Succesful Upin & Ipin, Haji Burhanuddin Md. Radzi Les' Copaque Production Sdn Bhd". Otakit 28 Agustus 2016. Diakses dari <https://otakit.my> Pada tanggal 16 Mei 2018.

Kerangka Pemikiran

1. Diplomasi Publik

Diplomasi Publik pertama kali dikemukakan oleh Dean Edmun Gullion pada tahun 1965 ia mendefinisikan diplomasi publik ialah “melalui diplomasi publik, kita memahami maksud yang dilakukan suatu negara, kelompok kepentingan, dan individu dalam bersikap dan beropini dengan seseorang maupun negara lain sehingga dapat mempengaruhi keputusan kebijakan luar negeri negara lain”.⁶ Sedangkan menurut terminologi hubungan internasional “diplomasi publik merujuk pada program-program yang disponsori oleh pemerintah dengan maksud untuk menginformasikan atau mempengaruhi opini publik dinegara lain melalui publikasi, film, pertukaran budaya, radio, dan televisi sebagai instrument utama”.⁷ Oleh sebab itu kegiatan diplomasi publik yang dilakukan oleh sebuah negara tidak lepas dari dukungan lembaga pemerintahan yang membantu dalam bentuk fasilitas ataupun pendanaan.

Mark Leonard menyatakan bahwa diplomasi publik adalah cara untuk membangun sebuah hubungan dengan negara lain dengan cara memahami kebutuhan, budaya, dan masyarakat, mengomunikasikan pandangan, membenarkan misperceptions yang ada dalam masyarakat internasional, serta mencari area yang dapat menemukan pandangan yang sama.⁸ Mark Leonard mengklasifikasikan kegiatan diplomasi publik dalam 3 tujuan yaitu, untuk menyampaikan informasi, membangun image yang positif mengenai negara dan membangun hubungan jangka panjang yang baik antar negara. Menurut Leonard ada 3 dimensi dalam diplomasi publik yang berdasarkan kebutuhan spesifik yang diarahkan ke berbagai bidang politik, militer, ekonomi, social dan budaya serta kombinasi diantara bidang-bidang lainnya yakni; (1) news management atau reaktif yakni menyebarkan pendapat resmi atau informasi dari pemerintah yakni ketika terdapat nya sebuah isu yang mempengaruhi masyarakat dinegara lain maka harus bereaksi cepat untuk menjelaskan dan mengklarifikasi pada khalayak publik, (2) strategis communications atau proaktif ialah membuat agenda berita atau menyebarkan pesan dengan bentuk kegiatan atau acara (event) yang bertujuan memperkuat inti pesan yang dimaksud dan sebagai cara untuk mempengaruhi persepsi, (3) relationship building ialah membangun hubungan untuk jangka panjang yang dilaksanakan melalui berbagai kegiatan seperti visi yang sama di bidang politik, bidang budaya, dan bidang pendidikan dengan program pertukaran pelajar, melakukan proyek bersama untuk menciptakan hubungan baik dengan negara lain, serta dengan cara memberikan akses pada media.⁹ Sebagaimana dengan pemikiran Walter Lippman bahwa sebuah diplomasi publik memiliki tujuan untuk membangun sebuah citra suatu negara¹⁰.

Leonard menyatakan bahwa diplomasi publik erat kaitannya dengan pembentukan image dan issue, karena setiap negara memiliki isu yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi hubungan negara dengan lingkungan domestik dan internasional nya.¹¹ Sehingga isu-isu pada sebuah negara dapat diubah

⁶ Edward R. Murrow Center for The Study and Advancement of Public Diplomacy, “Difinitions of Public Diplomacy”, The Fletcher School, Tufts University, Massachusetts. Diakses dari <http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html> pada tanggal 06 Oktober 2018. Pukul 04:04

⁷ Public diplomacy Alumni Association, “What is Public Diplomacy ?”. Diakses dari <http://www.publicdiplomacy.org/1.html> Diakses pada tanggal 06 Oktober 2018. Pukul 04:08

⁸ Mark Leonard, “Public diplomacy: The Foreign Policy Centre”, 2002:London. Hlm 08-09. Diakses dari https://www.files.ethz.ch/isn/20958/Public_Diplomacy.pdf pada tanggal 06 Oktober 2018. Pukul 07:17

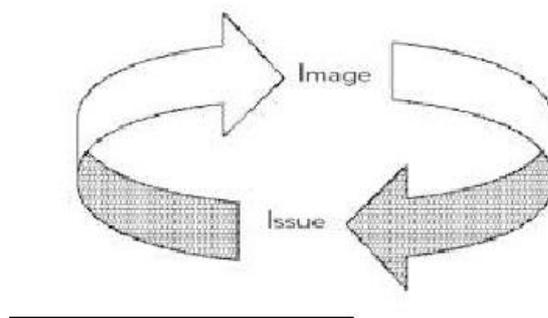
⁹ Melina Skourouliakou, “The Communication Factor in Greek Foreign Policy: An Analysis”, Hellenic Observatory Papers on Greece and Southeast Europe”, 2012: European Institute. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/2799805.pdf> .Hlm 08-09. Pada tanggal 07 November 2018. Pukul 20:44

¹⁰ Walter Lippman, “Public Opinion”, The Macmillan Company, New Jersey:1998. Hlm 310

¹¹ *Ibid.* Mark Leonard. Hlm 08

melalui pembentukan image oleh aktivitas diplomasi publik. Maka dari hal tersebut diplomasi publik berusaha mempengaruhi persepsi kepada masyarakat yang berfungsi sebagai sebuah alat untuk membentuk sebuah image dan issues.

Gambar 1.1 Lingkaran Diplomasi Publik



(Sumber: https://www.files.ethz.ch/isn/20958/Public_Diplomacy.pdf)

Leonard juga menjelaskan bahwa diplomasi publik Leonard pun menjelaskan bahwa kegiatan diplomasi publik dapat memberikan dampak seperti;

1. Meningkatkan rasa kekeluargaan dengan negara lain (membuat mereka berfikir bahwa negara lain memiliki citra yang baik)
2. Meningkatkan apresiasi terhadap negara lain (membentuk persepsi positif)
3. Mengeratkan hubungan dengan masyarakat dinegara lain (melakukan kerjasama ilmiah di bidang pendidikan, menarik wisatawan, membuat masyarakat lain membeli produk lokal, distance learning, hingga membuat masyarakat lain mengikuti dan memahami nilai dari negara yang melakukan kegiatan diplomasi publik)
4. Mempengaruhi masyarakat dinegara lain untuk melakukan investasi dan menjadi teman bisnis yang dapat dipercaya serta memberikan kepercayaan sebagai mitra yang baik bagi politisi.¹²

Diplomasi publik memuat kepentingan nasional suatu negara yang memiliki tujuan kegiatan image building untuk membentuk branding sebagai tugas sebuah negara.¹³ Sebagaimana pemikiran Leonard bahwa premis dasar dari diplomasi publik ialah membentuk citra atau reputasi yang merupakan “public goods” dengan memungkinkan seseorang dapat melakukannya atau pun diabaikan. Sehingga citra itu menjadi brand image yang sengaja diletakkan oleh negara untuk menunjukkan gambaran publik dan pemerintah di negara lain mengenai suatu negara¹⁴.

¹² Bound Kristen, “Cultural Diplomacy”, Demos, London, 2002. Hlm 23

¹³ Iva Rachmawati, “Pendekatan Konstruktif Dalam Kajian Diplomasi Publik Indonesia”, Jurnal

Hubungan Internasional, Universitas Pebangungan Nasional “Veteran” Vol. 5 Edisi 2 / Oktober 2016 - Maret 2017: Yogyakarta. Diakses dari <https://media.neliti.com> . Hlm 121. Pada tanggal 06 November 2018 . Pukul 03:36

¹⁴ *Ibid.* Iva Rachmawati. Hlm 114

Sebagaimana hadirnya diplomasi publik yang positif merupakan upaya untuk memelihara kesepahaman dan relasi keberadaan suatu negara dalam pergaulan antar negara. Sebagaimana bahwa diplomasi publik hadir yang tidak dilakukan oleh negara tetapi juga para actor non negara secara domestic sebagaimana kemampuan actor non negara yang bergerak di dimensi domestic, dapat membantu sebuah negara dalam memelihara relasi antar negara nya.¹⁵ Diplomasi publik tidak akan begitu mulus ketika hanya dijalankan oleh pemerintahan saja atau konteks aktor negara namun harus ada batuan dari aktor domestik negara karena negara dalam mengembangkan diplomasi publik memiliki tujuan *government to people contact* sebagaimana bersama dengan masyarakat melalui media diplomasi publik akan menciptakan aktivitas yang efektif. Sebagaimana diplomasi hadir sebagai usaha untuk menyampaikan, mengkoordinasikan dan mengamankan sebuah kepentingan nasional.¹⁶ Selain itu diplomasi publik salah satu strategi sebuah pemerintah sebagai *central coordination of policies*¹⁷, oleh karena itu peran pemerintah dalam mendukung sebuah diplomasi publik sangat di butuhkan.

Bahkan Louis Diamond Philip menjelaskan bahwa diplomasi publik dapat menerapkan beberapa jalur diluar actor non negara sebagai track One adalah negara, yakni multitrack diplomacy dengan Sembilan jalur track diplomacy ; track two yaitu non government/professionl, track three adalah business, track four adalah private citizen, track five adalah research, training, and education, track six adalah activism, track seven adalah religion, track eight adalah funding dan track nine adalah communication and media.¹⁸ Sebagaimana bahwa track nine mewujudkan diplomasi publik melalui aspirasi media yakni percetakan, film, video, radio, system elektronik dan kesenian. Layak nya film dapat memberikan persepsi yang luas untuk masyarakat dengan memberikan informasi suatu budaya, ekonomi, dan politik di negara lain hingga cara membangun sebuah identitas nasional suatu negara.¹⁹ Dalam kegiatan seni, sastra dan pendidikan banyak di pengaruhi oleh budaya populer yang tersebar oleh media massa²⁰. Sehingga media ini memainkan banyak peran untuk menyampaikan sebuah pesan dan nilai budaya negara lain melalui konten yang tertanam untuk penontonya. Diplomasi publik melalui media film banyak diterapkan oleh negara seperti Jepang yang berhasil menggunakan film kartun Doraemon sebagai alat diplomasi dan Amerika melalui Hello Kitty. Sesuai dengan pemikiran Carnes Lord “ diplomasi publik merupakan program program yang didukung oleh pemerintah dengan tujuan untuk memberikan informasi serta mendorong opini publik di negara lain, dengan menggunakan instrument sarana publikasi seperti film, pertukarang budaya, radion dan televisi.²¹ Sehingga menciptakan motivasi sendiri bagi negara negara lainnya untuk melakukan aktivitas diplomasi publik melalui media massa.

Malaysia adalah negara yang multikulturalisme dengan penduduk asli ialah “bumiputera” yakni populasi Melayu dengan memiliki sebagian besar penduduk dari etnis Cina dan India.²² Pemerintah Malaysia menyadari pentingnya menjaga dan meningkatkan rasa satu kesatuan diantara etnis yang berbeda di Malaysia bahkan pada tahun 2009 pemerintah Malaysia memperkenalkan gagasan

¹⁵ Iva Rachmawati, “ Karakter Diplomasi Publik Indonesia Terhadap Indonesia”, Jurnal Hubungan Internasional Vol.6 No.1 April-September 2017

¹⁶ Sukawarnisi Djelantik, “ Diplomasi antara Teori dan Praktik”. Graha Ilmu : Yogyakarta 2008.

¹⁷ Jan Melissen, “ The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations”, Netherlands Institute of International Relations, Clingendael: Palgrave Macmillan, 2005. Diakses dari <https://books.google.co.id>

¹⁸ Iva Rachmawati, “Diplomasi Publik : Meretas Jalan Bagi Harmoni Dalam Hubungan Antarnegara”, CALPULIS, Yogyakarta: 2016. Hlm 87

¹⁹ DJosef, Angeline. Cultural identity through thr small screen in globalization scene. Erasmus school of history, culture and communication. Erasmus University, Rotterdam.

²⁰ Joseph S. Nye. Jr., “ Public Diplomacy and Soft Power”, The Annals of The American Academy of Political and Social Science”. Hlm 96

²¹ J. Michel Waller, “The Public Diplomacy Reader”, The Institute of World Politics Press: Washington, 2003. Hlm 27. Diakses dari <https://books.google.co.id>

²² Melissa Lin, “People of Malaysia: Truly Asia, Truly Divided?”, 09 Oktober 2010: Latitude. Diakses dari <https://latitudes.nu/people-of-malaysia-truly-asia-truly-divided/> . Pada tanggal 11 November 2018. Pukul 22:08

“1 Malaysian”, dimana gagasan ini di promosikan langsung kepada masyarakat Malaysia untuk menjaga persatuan yang satu pemahaman dan dapat menerima etnis lainnya. Sebab gagasan ini mencerminkan bahwa kehidupan yang harmonis ialah orang-orang yang berbeda ras, suku dan agama dapat hidup berdampingan dimana hal tersebut dapat menjaga kerukunan bangsa dan memperkuat perdamaian dan keharmonisan negara. Gagasan ini pun muncul karena kekhawatiran Malaysia terhadap ketegangan rasial dan etnis akibat perbedaan sosio, ekonomi, dan budaya pasca kemerdekaan Malaysia tahun 1957 dapat terjadi kembali apabila masyarakat tidak di edukasi.²³ Oleh sebab itu Perdana Menteri Malaysia yakni Tun Mahathir menyatakan tujuannya yang tertuang pada kebijakan “Vision 2020” sebagai berikut;

- 1) National integration and the development of a “Bangsa Malaysia” (Malaysian “race”).
- 2) Creating a psychologically liberated and secure Malaysian society.
- 3) Developing a mature and democratic society based on communitarian democracy.
- 4) Establishing a mature liberal and tolerant society.
- 5) Establishing a caring society and caring culture.
- 6) Ensuring an economically just society.
- 7) Establishing a moral and ethical society.

Pada saat bersamaan Malaysia berupaya meningkatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjadikan masyarakat Malaysia yang modern dan maju serta mengembangkan tingkat ekonomi pada tahun 2020 sehingga pemerintah Malaysia membangun Multimedia Super Corridor atau MSC sejak 1996 yang juga memberikan dana bantuan untuk perusahaan lokal terkhusus pada bisnis animasi yang mampu menampilkan budaya Malaysia yang juga dapat menembus akses internasional. Hal ini menjadi giat, sebab stasiun TV Malaysia didominasi animasi Jepang dan Barat karena banyaknya produksi animasi yang masuk di Malaysia seperti Doraemon. Sebab sebelum tahun 2005 Malaysia tidak dapat bersaing atas dominasi animasi produk luar dikarenakan kualitas rendah dari sinematografi, gambar dan akting. Sehingga lewat DKIN Malaysia menggalakkan studio yang memproduksi animasi untuk menciptakan animasi lokal yang dapat menembus pasar global yang di maksudkan untuk menyaingi produk animasi dari Jepang dan Barat. Oleh sebab itu tahun 2005 direspon baik oleh perusahaan Les Coupaque untuk memproduksi film animasi 3D pertama di Malaysia karena banyaknya anak-anak di Malaysia yang suka menonton tayangan seperti Mickey Mouse, Tom & Jerry, Spongebob dan Doraemon. Sehingga terciptalah serial pertama Upin & Ipin dengan judul Geng: Pengembara Bermula dengan mengusung budaya Malaysia.

Menurut Burhanuddin bin Md.Radzi animasi Upin & Ipin adalah sebuah kesempatannya untuk bisa menawarkan animasi nya ke seluruh dunia seperti Amerika Serikat dan Jepang dengan mengangkat nilai-nilai budaya asli Malaysia yang tidak hanya sekedar imajinasi namun sebuah pembelajaran bagi

²³ UKessays, “Malaysia is A Multicultural Society Media Essay”. 05 Desember 2016. Diakses dari <https://www.ukessays.com>. Pada tanggal 11 November 2018. Pukul 22:44

anak-anak dan agar animasi ini menjadi kekayaan intelektual Malaysia.²⁴ 2007 Les Copaque menjadi kiblat industry animasi Malaysia dengan bantuan MSC sebesar RM 10 Juta, yang berhasil masuk pada Disney Chanel Asia tahun 2009 di 17 negara dengan bahasa Melayu, Cina, dan Inggris seperti Indonesia, Brunei, Singapura, Kamboja, Myanmar, Filipina, Thailand, Timor Leste, Hongkong, Korea Selatan Vietnam serta Turki²⁵, bahkan tahun 2016 “1 Malaysia” menjadi konten dalam film animasi Upin & Ipin yang berjudul “We Are 1 Malaysia”.

Upin & Ipin masuk televisi Indonesia melalui TVRI yang sekarang adalah MNCTV, dalam menayangkan film animasi Upin & Ipin Les Copaque Production berusaha memasukan unsur budaya dalam setiap karakter terutama karakter Susanti yang merupakan teman Upin & Ipin yang berasal dari Jakarta dengan mempertahankan bahasa Indonesia pada karakter tersebut. Animasi ini-pun sangat populer karena menggambarkan kampung “Durian Runtuh” dengan kehidupan yang sederhana dengan mengutamakan amanah, kejujuran, dan kesetiaan serta nilai toleransi terhadap orang lain yang berbeda suku, ras dan agama. Sebagaimana identitas kampung di Indonesia yang merupakan negara tetangga Malaysia yang juga memiliki keberagaman suku, ras, bahasa dan agama atau multikultur, identitas kampung di Indonesia terutama di Jawa seperti penggambaran hal gotong royong, kerukunan, dan menjunjung solidaritas yang tinggi²⁶.

Animasi Upin & Ipin mengutamakan perbedaan paradigma of edutainment dengan menggunakan gambaran interaksi budaya etnis yang berbeda yang bertujuan menyebarluaskan rasa keharmonisan dan stabilitas bangsa. Hal ini menunjukkan Malaysia sebagai negara yang memiliki kepekaan, toleransi, harmoni dan unik. Hal lain adalah animasi Upin & Ipin mampu memberikan nilai nilai moral dan islam lewat campuran khas budaya yang berbeda. Bryan Turner menyatakan bahwa fenomena kepopuleran Upin & Ipin akan memberikan dua dampak yakni pemikiran Islam secara lebih sistematis dan agama pada saat yang sama akan menjadi sebuah komoditas. Maka Upin & Ipin tak sekedar sebuah film animasi namun juga sebuah tuntunan yang bermoral²⁷. Animasi ini mampu menggambarkan gaya hidup di Malaysia sebagai “Truly Asia” sejak tahun 1999 yang sering digunakan Malaysia untuk mempromosikan pariwisatanya yang menampilkan “all in one” yakni mewakili tiga kelompok etnis besar di Asia Cina, India, dan Melayu.

2. Konsep Budaya Populer

Raymond William menyampaikan istilah budaya dengan tiga definisi yakni (1) budaya mengacu pada suatu proses perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis; (2) budaya berarti pandangan hidup dari kalangan masyarakat, suatu periode, maupun dari kelompok tertentu; (3) budaya merujuk pada karya dan praktik intelektual, terutama pada aktivitas artistic. Sedangkan istilah populer menurut William memiliki empat makna yaitu; (1) banyak disukai orang; (2) jenis kerja rendah; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; (4) budaya yang sengaja dibuat oleh seseorang untuk dirinya sendiri. Sehingga budaya populer menurut William adalah kebudayaan yang telah berkembang

²⁴ NEF ADMIN, “Aspirasi: The Successful Upin & Ipin, Haji Burhanuddin Md. Radzi Les’ Copaque Production Sdn Bhd”. Otakit 28 Agustus 2016. Diakses dari <https://otakit.my> Pada tanggal 16 Mei 2018.

²⁵ Les Copaque, “Peringkat Upin & Ipin di Indonesia”. Blog Les Copaque :2009. Diakses dari <http://goo.gl/35QLU> . Pada tanggal 11 November 2018. Pukul 23 :11

²⁶M.Endy Saputro, “Upin & Ipin: Melayu Islam, Politik dan Dekomodifikasi New Media”, Jurnal Kontekstualita, Vol.26, No.1, 2011. Hal 48-49. Diakses dari <https://www.researchgate.net> Pada tanggal 30 Oktober 2018. Pukul 01:46

²⁷ *Ibid.* M.Endy Saputro

dengan suatu pandangan hidup, praktik, dan karya yang banyak disukai oleh banyak orang.²⁸ Sedangkan menurut Ben Agger jika sebuah budaya masuk dalam dunia hiburan maka budaya itu pada umumnya akan menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya, maka budaya tersebut memperoleh kekuatannya apabila media massa digunakan sebagai penyebaran untuk mempengaruhi masyarakat.

Budaya populer atau dikenal dengan budaya pop yakni memiliki latar belakang karena hadirnya industri budaya, dimana industri budaya ini berlangsung karena adanya proses komodifikasi, standardisasi dan masifikasi. Komodifikasi mengartikan produk produk budaya sebagai komoditas yang memiliki tujuan untuk di perdagangkan. Standardisasi ialah menetapkan kriteria atau standar dimana produk budaya tersebut dapat di nikmati oleh orang banyak. Masifikasi adalah memproduksi berbagai hasil budaya dalam jumlah yang dapat menghasilkan pasar seluas-luasnya.²⁹

Animasi Upin & Ipin menggambarkan budaya dan gaya hidup orang Malaysia kepada publik seperti bagaimana mereka berbicara, berpakaian, kebiasaan pada kehidupan sehari-hari. Film animasi Upin & Ipin ini telah di nikmati 300 juta orang hingga penghargaan yang di terima oleh animasi Upin & Ipin menandakan kepopulerannya seperti penghargaan Mom and Kids Award 2015 dan 2017 dengan mengalahkan Adit Sopo Jarwo yakni animasi karya Indonesia. Bahkan di Malaysia sendiri Upin & Ipin mendapatkan penghargaan sebagai animasi paling terkenal oleh Malaysia Book of Records. Animasi Upin & Ipin bahkan mengalahkan rating tayangan Si Bolang dan Laptop si Unyil³⁰, yang merupakan tayangan edukasi anak Indonesia.

Analisis

Malaysia adalah negara yang multikulturalisme dengan penduduk asli ialah “bumiputera” yakni populasi Melayu dengan memiliki sebagian besar penduduk dari etnis Cina dan India.³¹ Pemerintah Malaysia menyadari pentingnya menjaga dan meningkatkan rasa satu kesatuan diantara etnis yang berbeda di Malaysia bahkan pada tahun 2009 pemerintah Malaysia memperkenalkan gagasan “1 Malaysian”, dimana gagasan ini di promosikan langsung kepada masyarakat Malaysia untuk menjaga persatuan yang satu pemahaman dan dapat menerima etnis lainnya. Sebab gagasan ini mencerminkan bahwa kehidupan yang harmonis ialah orang-orang yang berbeda ras, suku dan agama dapat hidup berdampingan dimana hal tersebut dapat menjaga kerukunan bangsa dan memperkuat perdamaian dan keharmonisan negara. Gagasan ini pun muncul karena kekhawatiran Malaysia terhadap ketegangan rasial dan etnis akibat perbedaan sosio, ekonomi, dan budaya pasca kemerdekaan Malaysia tahun 1957, bahkan tahun 2016 “1 Malaysia” menjadi konten dalam film animasi Upin & Ipin yang berjudul “We Are 1 Malaysia”.

Animasi Upin dan Ipin ini merupakan instrument animasi Malaysia dalam menyebarkan nilai-nilai Melayu pada masyarakat internasional, terlebih animasi Upin & Ipin ini merupakan langkah pertama dalam instrument diplomasi publik di Asia Tenggara. Oleh karena itu animasi ini mampu menggambarkan Malaysia secara konkret mengenai perkembangan nilai, norma dan kebiasaan orang

²⁸ Olivia M. Kaparang, “Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi”. *Journal “Acta Diurna”*. Vol.II/No.2/2013. Diakses dari <https://media.neliti.com> . Pada tanggal 12 November 2018. Pukul 23:09

²⁹ Antoni Zajats, “Culture Changes In The Knowledge Civilization”, Rzeszow: Poland, 2010. Lihat dari Muh Hanif, “Jurnal Dakwah & Komunikasi: Studi Media Dan Budaya Populer Dalam Perspektif Modernisasi Dan Postmodernisme”. Universitas Gadjah Mada: Yogyakarta: 2011. Diakses dari http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/MEDIA_DAN_BUDAYA_POPULER.pdf . Pada tanggal 07 Oktober 2018. Pukul 23:55

³⁰ Tempo.co, “Berkat Upin dan Ipin, TPI Raih Peringkat Wahid Program Anak”. 13 Agustus 2010. Diakses dari <https://seleb.tempo.co/read/274674/berkat-upin-dan-ipin-tpi-raih-peringkat-wahid-program-anak> . Pada tanggal 13 November 2018. Pukul 01:30

³¹ Melissa Lin, “People of Malaysia: Truly Asia, Truly Divided?”, 09 Oktober 2010: Latitude. Diakses dari <https://latitudes.nu/people-of-malaysia-truly-asia-truly-divided/> . Pada tanggal 11 November 2018. Pukul 22:08

orang melayu yang saling menghormati dan menghargai budaya orang lain. Animasi ini mampu membangun citra Malaysia secara positif terlebih sasaran nya adalah Indonesia, terbukti karakter Susanti dalam serial ini membantu animasi ini menunjukkan bahwa Malaysia dan Indonesia memiliki hubungan yang sangat dekat.

Animasi Upin & Ipin menggambarkan budaya dan gaya hidup orang Malaysia kepada publik seperti bagaimana mereka berbicara, berpakaian, kebiasaan pada kehidupan sehari-hari. Film animasi Upin & Ipin ini telah dinikmati 300 juta orang hingga penghargaan yang diterima oleh animasi Upin & Ipin menandakan kepopulerannya seperti penghargaan Mom and Kids Award 2015 dan 2017 dengan mengalahkan Adit Sopo Jarwo yakni animasi karya Indonesia. Bahkan di Malaysia sendiri Upin & Ipin mendapatkan penghargaan sebagai animasi paling terkenal oleh Malaysia Book of Records. Animasi Upin & Ipin merupakan animasi yang telah didukung oleh pemerintah dalam melestarikan bahasa, nilai, norma dan kebiasaan orang melayu yang telah dimulai dari tahun 1946. Sehingga perjuangan selama 10 tahun memproduksi animasi, tahun 2007 merupakan masa kejayaan animasi Malaysia karena mampu menarik perhatian negara lain khususnya Indonesia yang memiliki persamaan nilai dan norma masyarakat secara umum dengan Malaysia, oleh karena itu animasi Upin & Ipin merupakan terobosan baru dalam diplomasi publik Malaysia. Mempromosikan hak-hak untuk menghormati perempuan, peran ini bermanfaat dalam mendorong aksi global untuk tidak memperlakukan perempuan dengan kekerasan serta laki-laki memiliki peran sebagai teman, saudara, ayah, pembuat keputusan, tokoh masyarakat dan pemimpin opini³². Upin & Ipin menjadi platform media online dan sosial dalam mempromosikan nilai-nilai tersebut dengan menampilkan episode Upin & Ipin Join UNICEF: "Love, Care & Respect" yang bertepatan dengan "Hari Perempuan Internasional". Hal ini mengajak anak laki-laki untuk menghormati hak perempuan dan tidak menggunakan kekerasan, karena menurut data UNICEF dari 10 anak perempuan dibawah umur 16 tahun dan wanita di dunia melaporkan telah mengalami kekerasan fisik dan seksual, sedangkan di Malaysia lebih dari 90% kasus³³. Upin & Ipin resmi menjadi Duta Besar Nasional UNICEF untuk menciptakan kesadaran pada pria dan anak laki-laki untuk berpartisipasi dalam rasa saling menghormati dan menjaga hak perempuan. Les Copaque dan UNICEF akan berusaha bekerjasama dalam upaya memberikan nilai-nilai sosial yang positif, kekeluargaan dan rasa ikatan persahabatan yang semakin kuat. Sehingga Upin & Ipin menjadi serial anak-anak yang sangat edukatif dan informatif.

Bahasa Melayu dalam Upin & Ipin sangat dijunjung tinggi oleh Les Copaque, karena pemerintah Malaysia telah berusaha dalam mendorong satu bahasa melayu untuk setiap warga negara Malaysia, selain itu untuk menanamkan rasa patriotisme dan nasionalisme kepada generasi muda Malaysia dengan bahasa Melayu yang mereka miliki. Namun dalam produksi internasional Upin & Ipin dibuat dalam versi Inggris dan versi Mandarin. Dalam hal ini Malaysia ingin menambahkan khas animasi global yang memiliki kekhasan Melayu pertama untuk menyamai Disney dan anime Jepang yang bertujuan untuk menambahkan tipe animasi baru dalam produksi animasi global.

Selain itu Kementerian Pariwisata, Seni dan Budaya Malaysia telah mendukung produksi animasi Upin & Ipin dengan memberikan unsur budaya melayu dalam animasi tersebut. Kementerian Pariwisata juga telah menetapkan tanggal pada Upin & Ipin Carnival di tahun 2019 dalam kalender pariwisata. Hal ini dilakukan atas perintah Datuk Rashidi Hasbullah selaku Sekretaris Menteri Pariwisata, Rashidi mengharapkan Upin & Ipin Carnival ini nantinya akan menarik wisatawan dari Singapura, Brunei, India, Cina, Indonesia dan beberapa negara lainnya yang telah bekerjasama dengan Les Copaque Production. Tahun 2019 perencanaan ini telah menargetkan untuk menerima 28,1 juta

³² Unicef: For Every Child, "New UNICEF National Ambassadors for Malaysia Upin & Ipin Call on Boys Respect, Love and Care for Girls and Women". Unicef.Org 08 Maret 2003. Diakses dari https://www.unicef.org/people/malaysia_68122.html . Pada tanggal 28 Januari 2019. Pukul 01:00

³³ Ibid, " Unicef: For Every Child"

wisatawan internasional dengan keuntungan pendapatan negara RM 92,2 juta.³⁴ Oleh karena itu Upin & Ipin merupakan aset diplomasi publik Malaysia, pemerintah Malaysia bersama Les Copaque menggunakan instrument diplomasi melalui animasi Upin & Ipin untuk menarik wisatawan sekaligus mendorong hubungan bilateral yang harmoni, seperti aksi bantuan amal yang dilakukan untuk membantu korban gempa Lombok, Nusa Tenggara Barat di Indonesia, bantuan amal yang diberikan sekitar Rp 542 juta³⁵ dan bersama Yayasan Amal Malaysia membantu anak-anak yang berusia sekolah untuk menghilangkan rasa trauma akibat gempa yang terjadi³⁶. Di Indonesia menurut data 2017 Upin & Ipin memiliki peringkat rating tv di atas animasi lokal Indonesia yakni “Adit Sopo Jarwo”, hal ini menunjukkan bahwa penggemar Upin & Ipin sangat diminati di Indonesia.³⁷

Nilai-nilai moral yang disampaikan memiliki kesamaan dengan kebiasaan dan kebudayaan masyarakat Indonesia sehingga animasi Upin & Ipin menjadi media positif Malaysia untuk memanfaatkan hubungan bilateral dengan Indonesia untuk menjadi lebih baik. Oleh karena itu dalam tayangan animasi Upin & Ipin mampu menggambarkan citra positif Malaysia dengan memiliki unsur kesamaan nilai, norma dan kebiasaan masyarakat Indonesia secara umum sehingga animasi ini mudah di terima, sebagai berikut;

A. Mempromosikan Nilai Multikulturalisme

Malaysia adalah negara yang hidup berdampingan bersama dengan etnis lainnya seperti orang Melayu, Cina dan India. Secara politis Malaysia dipengaruhi oleh etnis Melayu sehingga Malaysia sangat mendorong “Unity in Diversity” dalam masyarakat Malaysia yang multikultur untuk menciptakan identitas nasional. Selain itu pemerintah telah mengeluarkan kebijakan “1 Malaysia” untuk melindungi hak-hak etnis yang berbeda, sehingga dalam interaksi sosial masyarakat merupakan satu kesatuan tanpa mempertimbangkan latar belakang tradisi, ras, agama dan budaya seseorang. Kebijakan 1 Malaysia merupakan ide dari Datuk Seri Mohd Najib Tun Abdul pada 3 April 2009 dengan tujuan menyelaraskan masyarakat Malaysia tanpa mengubah identitas mereka sehingga hal ini merupakan persatuan etnis dalam berbagai aspek. Kebijakan ini bersamaan dengan tujuan “People First Performance Now” yakni slogan pemerintah untuk selalu mengutamakan masyarakat. Oleh karena itu dalam mewujudkan kebijakan ini Datuk Seri Mohd Najib Tun Abdul mengekspos kepada semua orang terutama kepada generasi muda Malaysia, karena generasi muda merupakan penentu masa depan Malaysia sehingga 1 Malaysia merupakan nilai wajib untuk memahami interaksi sosial tanpa memandang perbedaan etnis maupun kelompok lainnya.³⁸

Dalam animasi Upin & Ipin konsep 1 Malaysia menjadi bagian serinya yang berjudul “Kami 1 Malaysia” sedangkan versi internasional berjudul “We are 1 Malaysia” yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama seri ini menceritakan tentang perjuangan rakyat Malaysia dalam melawan penjajahan

³⁴ Siti Nur Zawani Miscon, “Upin Ipin Carnival set to get International Fame”. NSTP: 20 Desember 2018. Diakses dari <https://www.nst.com.my/news/nation/2018/12/442382/upin-ipin-carnival-set-get-international-fame>. Pada tanggal 29 Januari 2019. Pukul 16:12

³⁵ Riky Rinovsky, “Luar Biasa Kak Ros, Upin dan Ipin Serahkan Bantuan untuk Korban Bencana”. Wartakepri, 06 November 2018. Diakses dari <https://www.wartakepri.co.id/2018/11/06/luar-biasa-kak-ros-upin-dan-ipin-serahkan-bantuan-untuk-korban-bencana/>. Pada tanggal 30 Januari 2019. Pukul 00:52

³⁶ Noor Yanto, “Upin Ipin akan Hadir Menghibur Korban Gempa Lombok”. Info Publik, 29 Oktober 2018. Diakses dari <http://infopublik.id/kategori/cerita-khas/306993/upin-ipin-akan-hadir-menghibur-korban-gempa-lombok>. Pada tanggal 30 Januari 2019. Pukul 01:00

³⁷ Tim Wow Keren, “Tumbang Sinetron, Rating ‘Upin & Ipin’ dan ‘Adit Sopo Jarwo’ Sukses Tembus Top 10”. Wow Keren 27 September 2017. Diakses dari <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00179072.html>. Pada tanggal 31 Januari 2019. Pukul 10:20

³⁸ Khairul Anuar Shamsuddin, “Malaysia: Etnic Issues and National Security”, *International Journal of Humanities and Social Science*. Vol 5, No 9(1): September 2015. Hlm 139. Diakses dari http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_5_No_9_1_September_2015/12.pdf. Pada tanggal 08 Februari 2019. Pukul 23:12

Jepang dalam merebut kemerdekaan Malaysia. Serta bagaimana kehidupan masyarakat Malaysia ketika masa penjajahan sedangkan bagian kedua animasi Upin & Ipin membantu mempromosikan konsep 1 Malaysia dengan memabangun rasa patriotisme dengan menghargai perjuangan para pahlawan dan menerima ras dan budaya lain tanpa ada bentuk diskriminasi. Seri kedua juga menunjukkan gotong royong mencerminkan kebiasaan orang Malaysia dalam membangun hubungan sosial yang harmoni untuk menunjukkan kestabilan bangsa dan negara. Seri ini di dukung langsung oleh Kementerian Informasi, Komunikasi dan Kebudayaan Malaysia karena menurut Wakil Menteri nya yakni Heng Seai Kie mengatakan “animasi mampu mempengaruhi pola pikiran anak anak dan mengurangi pengaruh nilai-nilai barat yang berbeda dengan budaya orang Malaysia yang tersebar dalam animasi barat. Karakter yang ditampilkan telah menggambarkan multikulturalisme sebagai komoditas. Oleh karena itu animasi Upin & Ipin memiliki seri yang berdasarkan budaya dan nilai nilai kehidupan yang sesuai dengan konsep 1 Malaysia”.³⁹ Animasi merupakan media yang paling mudah dalam memberikan pengetahuan tentang pendidikan multikultural kepada anak anak untuk menyadari adanya perbedaan yang melingkupi perilaku, budaya, etika, dan agama.⁴⁰ Seri animasi Upin dan Ipin banyak menunjukkan Pendidikan multikulturalisme melalui beberapa seri seperti Upin & Ipin: Gong Xi Fa Cai dan Upin & Ipin :Pesta Cahaya (Deepavali).

Walaupun begitu kebudayaan Malaysia pernah berkarya di program TV Indonesia melalui TVRI dan RTM dengan disepakati oleh kedua negara ini pada tahun 1985 yang juga ditayangkan di TV nasional Malaysia, yang berguna untuk melakukan pertukaran informasi dan komunikasi dalam memahami seni, budaya, moral, etika, dan tradisi Melayu dari Malaysia maupun dari Indonesia yang juga bertujuan untuk menguatkan hubungan persaudaraan Malaysia dan Indonesia, yakni acara “Titian Muhibah: Senada dan Seirama”.⁴¹ yang dimana judul tersebut terinspirasi dari film yang berjudul Titian Serambut Dibelah Tujuh yang arti Titian adalah jembatan sedangkan Muhibah berarti niat baik, sehingga dalam memaknai acara Titian Muhibah ini adalah menjalin hubungan harmonis antar dua negara. Dalam beberapa tayangannya memberikan edukasi mengenai kesamaan budaya Malaysia dan Indonesia serta dalam tayangan ini ke dua negara dapat langsung berkomunikasi mengenai pertukaran budaya. Acara ini berawal dari ide yang di bawa oleh Menteri Penerangan saat itu Datuk Rahmat, yang di mulai dengan siaran berbalas pantun melalui RRI dengan Radio Pusat Kuala Lumpur yang kemudian diangkat menjadi siaran Televisi yakni TVRI Indonesia dan Televisi Nasional Malaysia yang disiarkan setiap tiga bulan sekali.⁴² Namun siaran Titian Muhibah ini tidak disiarkan kembali pada tahun 1998 sejak tumbangnya Presiden Soeharto yang tidak di ketahui kejelasannya karena hanya sedikit penulis yang menulis mengenai siaran Titian Muhibah ini. Hubungan Malaysia dan Indonesia pada tahun tersebut ketika Malaysia berada pada Menteri Tun Abdul Razak dan rezim Soeharto memang memiliki kondisi stabil dan harmonis bahkan disebut sebagai “Tahun Emas”.⁴³

Animasi Upin & Ipin merupakan tayangan yang memiliki interaksi yang berberda etnis, agama, dan budaya sehingga menyebarkan rasa harmoni dan mendorong stabilitas bangsa. Animasi Upin & Ipin

³⁹ Norliza Mohamad Zakaria, “Upin & Ipin Bernilai 1 Malaysia”. Utusan Online, 28 Mei 2009. Diakses dari http://ww1.utusan.com.my/utusan/info.asp?v=2009&dt=0528&pub=utusan_malaysia&sec=hiburan&pg=hi_02.htm . Pada tanggal 08 Februari 2019. Pukul 23:53

⁴⁰ Dahlan Bin Abdul Ghani, “Upin & Ipin: Promoting Malaysian Culture Values”. *Historia y Comunicacion Social* Vol.20, Num.1 (2015) 241-258. Diakses dari <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/download/49558/46100> . Pada tanggal 09 Februari 2019. Pukul 00:31

⁴¹ KBRI Kuala Lumpur, “Optimisme Masa Depan Indonesia-Malaysia”. Edisi 65/14 : September 2014. Diakses dari <http://kbrikualalumpur.org/w/wp-content/uploads/2017/02/2014-09-tabloid-caraka.pdf> . Pada tanggal 27 November 2018. Pukul 01:14

⁴² Harmoko, “Budaya Lokal di Televisi”. *Poskotanews* 09 Maret 2017. Diakses dari <http://poskotanews.com> . Pada tanggal 01 Desember 2018. Pukul 16:11

⁴³ Ali Maksum, “Menyingkap Tabir Hubungan Indonesia Malaysia: Mengungkap Fakta Dibalik Berbagai Sengketa Dua Negara”. *The Phinisi Press*, Yogyakarta:2017. Hlm

menggambarkan Malaysia sebagai negara yang berfokus pada kehidupan perdesaan yang damai, sederhana dan rukun. Oleh karena itu terdapat interaksi antar ras dan budaya yang berbeda antara Melayu, Cina, dan India hal ini menunjukkan bahwa Malaysia menghormati perbedaan ras dan budaya yang ada di sekitarnya dan tidak mendiskriminasi satu dengan yang lainnya. Kehidupan sehari-hari yang dicerminkan dalam animasi Upin & Ipin menciptakan rasa saling menghormati, saling menghargai dan rasa toleransi. Animasi Upin & Ipin mencerminkan identitas orang Malaysia yakni memiliki rasa sensitivitas dalam menerima orang lain dengan menghormati segala perbedaan sekaligus mengakui budaya orang lain tanpa membeda-bedakan. Animasi ini tidak hanya untuk menghibur namun berperan dalam mempromosikan nilai-nilai moral dan Islam, sebagaimana Malaysia adalah negara yang memiliki populasi Muslim.⁴⁴ Nilai multikulturalisme yang diterapkan dalam beberapa seri animasi Upin & Ipin banyak menyelipkan sikap toleransi, dalam seri “Teraweh” Upin & Ipin diajarkan untuk tidak mengganggu kekhusyukan orang yang sedang shalat di Masjid.

Indonesia merupakan negara yang juga multikulturalisme, dengan animasi Upin dan Ipin ini mampu memperlihatkan penerapan nilai multikulturalisme yang hampir sama dengan Indonesia dengan corak masyarakat majemuk, walaupun kedua negara ini memiliki sistem pemerintahan yang berbeda. Semboyan “Bhineka Tunggal Ika” merupakan ideologi masyarakat Indonesia yang plural dan multikultur sehingga konsep 1 Malaysia dan Bhineka tunggal ika sama-sama memiliki makna persatuan antara keberagaman ras, agama, suku, dan golongan. Sebagaimana Indonesia memberikan ruang gerak pada budaya lain dalam merayakan upacara adat maupun tahun baru suatu etnis seperti Hari Imlek, Natal, dan Hari Raya Buddha di Bali. Oleh karena itu sikap toleransi dan saling menghormati merupakan sikap penting dalam masyarakat multikultur. Karena sikap ini dapat menghindarkan masyarakat dalam konflik SARA yakni suku, ras dan agama, sebagaimana digambarkan dalam tayangan serial animasi dan Upin & Ipin ini.⁴⁵

B. Memperjuangkan Hak Perempuan

Popularitas Upin & Ipin mampu menjadikannya Duta UNICEF yang bertujuan untuk memperjuangkan hak dan kesejahteraan anak-anak. Selain hiburan dan media pendidikan untuk anak-anak Upin & Ipin diciptakan untuk segala umur karena ceritanya menunjukkan kehidupan sehari-hari yang sederhana sehingga penggemar animasi ini mudah menerima nilai-nilai yang disampaikan dari beberapa serialnya. Dalam serial Upin & Ipin: Boria Suka Suka menunjukkan UNICEF hadir bersama Upin & Ipin untuk membantu hak perempuan dan anak-anak. Sehingga serial ini membantu anak-anak memahami UNICEF dan tujuannya.

Dunia Melayu diartikan sebagai dunia lelaki, wanita hanya diartikan sebagai alat, gundik, atau wanita simpanan sultan sehingga wanita hanya dihargai sebagai alat contohnya ketika wanita digunakan sebagai alat politik untuk perluasan kekuasaan dengan melakukan perkawinan. Seperti Puteri Hang Li Po dari Cina di nikahkan dengan Sultan Malaka untuk perluasan kekuasaannya. Selain itu beberapa hikayat dan cerita rakyat perempuan banyak diceritakan perempuan menyamar seperti laki-laki untuk bebas bergerak.⁴⁶ Oleh karena itu perempuan masih memiliki ruang gerak yang sempit dan tidak dapat

⁴⁴ Noaraini Md. Yusof dan Esmaeil Z.J. “Reconstructing Multiculturalism in Malaysia Through Visual Culture”, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol 8, No 4 S1 July 2017. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/326104224_Reconstructing_Multiculturalism_in_Malaysia_through_Visual_Culture. Pada tanggal 08 Februari 2019. Pukul 23:26

⁴⁵ Suardi, “Masyarakat Multikultural Bangsa Indonesia”, Researchgate, Desember 2017. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/321728030_MASYARAKAT_MULTIKULTURALISME_INDONESIA. Pada tanggal 03 Maret 2019. Pukul 20:20

⁴⁶ Noor Aida Mahmor dan Nasihah Hashim, “Citra Wanita Melayu dalam Cerita Animasi Kanak-Kanak Upin dan Ipin”, *Journal of Education and Social Sciences*, Vol.2,(Oct.) ISSN 2289-9855. Hlm 140 Diakses dari

mengerjakan pekerjaan seperti laki-laki. Sehingga budaya ini menjadi stigma masyarakat, namun pada serial Upin & Ipin wanita Melayu ditampilkan secara positif. seperti Kak Ros yakni kakak Upin & Ipin digambarkan sebagai kakak yang galak namun ia adalah kakak yang penyayang dan lemah lembut. Selain itu terdapat karakter lain yakni Opah yang merupakan nenek Upin & Ipin yang bijaksana, sabar, dan tenang dalam menyampaikan nilai moral dan ajaran agama. Cikgu Jasmin merupakan guru Upin & Ipin di Tadika Mesra yang memiliki pengetahuan luas sedangkan Cikgu Melati memiliki pemikiran terbuka namun tegas.⁴⁷ Memahami citra wanita melayu adalah penting karena hal tersebut merupakan bagian dari budaya pada masyarakat melayu.

Citra wanita melayu dalam Upin & Ipin digambarkan wanita yang penuh kasih sayang, budaya melayu dikenal dengan wanita yang memiliki sifat yang lemah lembut dan berbudi bahasa yang baik. Hal tersebut penting dalam melakukan sosialisasi didalam masyarakat. Animasi ini menampilkan perempuan dengan watak yang pengasih, penyayang, berpengetahuan luas dan tegas, serta pengetahuan agama baik. Oleh karena itu hubungan kekeluargaan yang di bangun menjadi kukuh dan lebih harmoni. Selain itu kehidupan anak- anak dalam animasi ini tidak terabaikan dan berada dalam pengawasan orang tua yang baik. Selain itu animasi ini mengangkat isu perempuan karena karakter Opah yang suka tolong menolong dan sangat terkenal di Kampung Durian Runtuh dalam seri Upin & Ipin: Kenangan Mengusik Jiwa⁴⁸ oleh karena itu wanita dapat menjadi peran penting dalam masyarakat. Selain itu wanita melayu yang di gambarkan dalam animasi ini sangat berpegang teguh pada ajaran agamanya sehingga wanita melayu identik dengan agama islam yang taat. Seri animasi Upin & Ipin memberikan pandangan baru dalam memahami hak perempuan yang memiliki ruang gerak yang luas dan bebas yang berdasarkan sosial budaya⁴⁹.

Di Indonesia dalam memperjuangkan hak perempuan namun harkat dan martabat masih belum mencapai hasil yang diharapkan walaupun perempuan telah banyak memegang kekuasaan di jabatan pemerintahan, oleh karena itu ketidakadilan gender dan ketertinggalan kaum perempuan belum teratasi dengan baik, sehingga kaum perempuan masih termajinalkan di beberapa daerah lainnya di Indonesia⁵⁰. Makna wanita melayu sebagai alat pun merupakan pemahaman yang juga tersebar di Indonesia, oleh karena itu hak perempuan masih rendah dan kurang sejahtera di beberapa provinsi Indonesia. Selain itu kekerasan terhadap perempuan di Indonesia menjadi isu kebijakan sejak tahun 2004⁵¹, tahun 2009 kasus kekerasan terhadap perempuan di Indonesia mencapai 143.586 yang dilaporkan. Selain itu berdasarkan data menteri pemberdayaan perempuan bahwa kekerasan perempuan merupakan konflik tingkat tinggi dari tujuh jenis konflik lainnya di Indonesia⁵². Sedangkan di Malaysia kasus kekerasan perempuan dan anak tahun 2007 mencapai 3.000 kasus dan meningkat di tahun 2016 yakni mencapai 6.000 kasus, walaupun sama sama memiliki tingkat kasus tertinggi, Indonesia menempati urutan pertama di bandingkan Malaysia. Oleh karena itu perlunya pengetahuan luas dan pembelajaran baik dari kaum perempuan dan anak maupun laki-laki sebagaimana televisi memudahkan akses untuk sumber pengetahuan mereka terlebih untuk anak anak yang berpotensi mengalami kasus *Bullying*. Animasi Upin & Ipin mengajarkan perempuan adalah makhluk yang lemah lembut sehingga kekerasan verbal maupun

https://www.researchgate.net/publication/304448414_CITRA_WANITA_MELAYU_DALAM_CERITA_ANIMASI_KANAK-KANAK_UPIN_DAN_IPIN . Pada tanggal 11 Februari 2019. Pukul 00:09

⁴⁷ Ibid, Noor Aida Mahmor dan Nasihah Hashim. Hlm 143

⁴⁸ Ibid, Noor Aida Mahmor dan Nasihah Hashim. Hlm 146

⁴⁹ Ibid, Noor Aida Mahmor dan Nasihah Hashim. Hlm 148

⁵⁰ Dede Kania, " Hak Asasi Perempuan dalam Peraturan Perundang- Undangan di Indonesia", Jurnal Konstitusi, Volume 12, Nomor 4, Desember 2015. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/113990-ID-hak-asasi-perempuan-dalam-peraturan-peru.pdf> . Pada tanggal 03 Maret 2019. Pukul 20:46

⁵¹ Worldbank Documents," Policy Brief: Gender Equality", Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. Diakses dari <http://documents.worldbank.org/curated/en/308981468259733971/pdf/730670REVISED00SA0Gender0brief080bh.pdf> . Pada tanggal 03 Maret 2019. Pukul 20:59

⁵²<https://www.kempppa.go.id/lib/uploads/list/7970a-5a3f9-8.-kekerasan-terhadap-perempuan.pdf>

fisik tidak tepat untuk dilakukan. Mengingat bahwa banyak karakter perempuan dalam tayangan animasi ini dengan pengetahuan luas mengajarkan anak-anak dan orang tua untuk tetap memperlakukan secara bijak terhadap anak perempuan maupun wanita.

C. Mencerminkan Hubungan Malaysia dengan Indonesia

Berdasarkan Malaysia News Center (2008) Upin & Ipin telah berhasil menyaingi animasi Doraemon di Asia, hal ini karena Les Copaque menguatkan peran Upin & Ipin dengan mencetak komik animasi Upin & Ipin maupun pengembangan permainan online. Serta penandatanganan kontrak kerjasama dengan penerbit lokal di beberapa negara termasuk Indonesia, salah satunya ialah penerbit Mizan dengan menerbitkan komik, buku tuntunan shalat, buku mewarnai, dan buku belajar bergambar. Kesuksesan Upin & Ipin yang mampu menarik penggemarnya di Indonesia membuat Les Copaque yakin memasukan unsur Indonesia dalam animasi ini.⁵³ Pada tanggal 6 Desember 2009 animasi Upin & Ipin menambahkan karakter baru yang merepresentasikan Indonesia yang merupakan seri dari Upin & Ipin: Berpuasa Bersama Kawan Baru. Representatif Indonesia ialah karakter Susanti yang berasal dari Jakarta, Indonesia dalam seri ini Karakter Susanti sedang membeli ayam di warung Mail dan membayar dengan uang rupiah, sehingga ibu Mail memaklulkannya karena Susanti baru pindah ke Malaysia, seri ini mengajarkan sikap bersedekah. Selain itu Susanti sangat dekat dengan Mei Mei yang merupakan ras Cina. Karakter Susanti terinspirasi dari pemain bulu tangkis asal Indonesia yakni Susi Susanti.⁵⁴ Hadirnya karakter Susanti ini memberikan makna bahwa Malaysia dan Indonesia memiliki hubungan yang sangat baik. Oleh karena itu Malaysia menyadari banyaknya persamaan budaya dengan Indonesia membuat hubungan kedua negara ini memiliki nilai yang hampir sama. Duta Besar Malaysia di Indonesia-pun mendukung langkah Les Copaque ini dengan meminta produksi seri Upin & Ipin dengan memasukkan unsur lokal Indonesia. Hal ini dilakukan bertujuan untuk merapatkan hubungan Malaysia dan Indonesia.⁵⁵

Persahabatan Upin & Ipin dengan Susanti merupakan gambaran dalam persahabatan Malaysia dan Indonesia, Malaysia sangat menghargai identitas Indonesia sehingga karakter Susanti tetap menggunakan bahasa Indonesia dalam berkomunikasi dan melakukan aktivitas sosial di Kampung Durian Runtuh. Malaysia dalam animasi ini sangat menjunjung tinggi identitas dan budaya dari negara lain sehingga terdapatnya kebebasan ekspresi dan berkarya di negara Malaysia untuk warga negara asing. Seperti seri "Upin & Ipin: Beli, Pakai, Suka" dalam seri ini Upin & Ipin sedang membanggakan produk-produk buatan Malaysia yang tidak kalah dengan negara lain, oleh karena itu ibu guru Jasmine mengajarkan untuk membanggakan produk "Made in Malaysia" di kelas Tadika Mesra untuk semua murid, namun ketika semua mengacungkan tangan karena menggunakan produk Malaysia, Susanti mengatakan bahwa ia menggunakan produk Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa Malaysia menghargai warga negara lain untuk tetap bersikap nasionalisme untuk negara asalnya.⁵⁶

Kesimpulan

Dalam tayangan animasi Upin & Ipin ini mengajarkan banyak nilai dan norma yang dapat diajarkan kepada generasi muda secara dini, sebagaimana Indonesia dan Malaysia memiliki sejarah yang sama membuat kedua negara memiliki nilai dan norma yang hampir sama. Sehingga memudahkan

⁵³ A. Ranggabumi Nuswantoro, "Rasa Lokal Rejeki Internasional", Jurnal Komunikasi, Volume 1, Nomor 5, Juli 2012. 423. Diakses dari <https://www.researchgate.net>. Pada tanggal 11 Februari 2019. Pukul 16:52

⁵⁴ Duniaku Network, "Inilah 14 Karakter Upin & Ipin yang Bikin Gemas. Mana Karakter Favoritmu?", 02 Maret 2018. Diakses dari <https://www.duniaku.net/2018/03/02/karakter-upin-ipin/3/>. Pada tanggal 11 Februari 2019. Pukul 17:27

⁵⁵ Kemalia Othman, "Upin & Ipin di Harap Dapat Eratkan Hubungan Malaysia-Indonesia". Myster 29 September 2010. Diakses dari <https://www.mstar.com.my/spotlight/hiburan/2010/09/29/upin--ipin-di-harap-dapat-eratkan-hubungan-malaysia--indonesia>. Pada tanggal 11 Februari 2019. Pukul 18:32

⁵⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=PSFOoMw79fk&t=3s>

animasi ini masuk dalam penerimaan dan pemahaman masyarakat Indonesia, serta tidak ada konten yang menunjukkan perbandingan kelebihan maupun kekurangan dari kedua negara tersebut, oleh karena itu tayangan dalam animasi Upin dan Ipin kedua negara adalah setara baik pada nilai multikulturalisme dan memperjuangkan hak perempuan maupun sikap nasionalisme.

Maka animasi Upin & Ipin hadir sebagai cerminan kehidupan orang-orang Melayu Malaysia sebagaimana perkembangan membuktikan orang Melayu semakin menyempurnakan budayanya dengan memperjuangkan hak perempuan yang sebelumnya beberapa hikayat Melayu sering mencerminkan perempuan sebagai alat politik dan makhluk yang lemah serta memiliki keterbatasan pengetahuan. Namun dalam animasi Upin & Ipin perempuan dapat memiliki ruang gerak yang luas serta bebas berekspresi. Nilai multikulturalisme digambarkan dalam animasi Upin & Ipin dengan berteman orang-orang yang berbeda ras seperti Cina, India dan Indonesia. Rasa saling menghormati dan menghargai selalu menjadi nilai utama dalam setiap seri animasi Upin & Ipin. Karakter Susanti yang merepresentasikan Indonesia membuatnya tetap mudah bersosialisasi dengan orang Melayu seperti Upin & Ipin, Ehsan, dan Mail.

Citra positif yang telah ditampilkan di banyak seri Upin & Ipin membuatnya semakin populer di Indonesia karena terdapat persamaan nilai dan kebiasaan masyarakat di Indonesia. Kepopuleran Upin & Ipin di Indonesia juga dapat mempengaruhi penontonnya dalam menyerap tayangan animasi Upin & Ipin, salah satunya ialah terkait bahasa Melayu yang masih dapat dipahami oleh orang Indonesia, hal ini menunjukkan telah terjadi pertukaran budaya. Dalam versi internasional Upin & Ipin menggunakan bahasa Inggris dan versi di Cina menggunakan bahasa Mandarin, namun di Indonesia Upin & Ipin tetap menggunakan bahasa Melayu dengan dilengkapi teks bahasa Indonesia.

Selain menjadi alat diplomasi publik Upin & Ipin menjadi jembatan bisnis dengan perusahaan Indonesia. Atas kepopuleran Upin & Ipin beberapa perusahaan perdagangan banyak menggunakan iconnya sebagai produk dagang sebagai merchandise selain itu Upin & Ipin berhasil bekerjasama dengan PT.Consobiz dan PT.Industri Motor Dana Persada Raya yang berasal dari Indonesia, selain itu KFC dan Apple Store. Selain itu Malaysia juga menggunakannya sebagai penarik wisatawan asing untuk mengunjungi Malaysia. Oleh karena itu Upin & Ipin membuat Taman Tema Upin & Ipin di Malaysia untuk membantu Kementerian Pariwisata dan beberapa industri Malaysia, restoran dan katering⁵⁷.

Oleh karena itu terdapat dua poin utama dalam diplomasi publik Malaysia melalui animasi Upin & Ipin yakni;

1. Diplomasi publik melalui Upin dan Ipin memiliki kesamaan nilai dengan Indonesia sehingga mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat Indonesia secara keseluruhan, seperti kesamaan multi etnis, multi agama, multi kultur dan multi ras.
2. Diplomasi publik melalui Upin & Ipin adalah instrument diplomasi publik baru oleh Malaysia dalam mempromosikan budaya dan kekayaan multikulturalisme dan sumber daya alamnya, guna menarik wisatawan untuk mengunjungi Malaysia yang digambarkan melalui animasi Upin & Ipin yakni damai, sejahtera dan masyarakat yang menerima ras lain dalam bersosialisasi tanpa adanya diskriminasi suatu ras lain.

⁵⁷ Zaidi Mohamad, Nurhayati Abllah, dan Manirajan Ramasamy, "Taman Tema Upin & Ipin Mampu Jana Ekonomi". *Bharian* 18 Juni 2018. Diakses dari <https://www.bharian.com.my/hiburan/lain-lain/2018/06/439009/taman-tema-upin-ipin-mampu-jana-ekonomi> . Pada tanggal 12 Februari 2019. Pukul 02:27

DAFTAR PUSTAKA

- Angeline, D. (t.thn.). Cultural identity through thr small screen in globalization scene. Erasmus University.
- Barker, T. A. (2017). Making creative industries policy. Diambil kembali dari Kajian Malaysia: <http://web.usm.my>
- Djelantik, S. (2008). Diplomasi antara Teori dan Praktik. Graha Ilmu.
- Waller, J. M. (1003). The Public Diplomacy Reader. Washington: The Institute of World Politics Press.
- Ghani, R. H., & Paidi, Z. (t.thn.). Malaysia-Indonesia: Pengalaman Hubungan Dua Negara Serumpun . Diambil kembali dari Seminar on National Rasilience: <https://core.ac.uk/download/pdf/12118565.pdf>
- Hanif, L. d. (2011). Studi Media Dan Budaya Populer Dalam Perspektif Modernisasi Dan Postmodernisme. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.
- Jan, M. (2005). The New Public Diplomacy: Soft Power in Reations. Diambil kembali dari books google: <https://books.google.co.id>
- Kaparang, O. M. (203). Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. Journal "Acta Diurna".
- Kristen, B. (2002). Cultural Diplomacy.
- Leonard, M. (2002). "Public diplomacy: The Foreign Policy Centre. Diambil kembali dari https://www.files.ethz.ch/isn/20958/Public_Diplomacy.pdf
- Lin, M. (2010, Oktober 09). People of Malaysia. Diambil kembali dari Latitude: <https://latitudes.nu/people-of-malaysia-truly-asia-truly-divided/>
- Lippman, W. (1998). Public Opinion. Diambil kembali dari The Macmillan Company.
- Melina Skourouliakou. (2012). The Cmmunication Factor in Greek Foreign Policy:An AnalysisHellenis Observatory Papers on Greece and Southeast Europe. Diambil kembali dari <https://core.ac.uk/download/pdf/2799805.pdf>
- Mison, S. N. (2018, Desember 20). "Upin Ipin Carnival set to get International Fame. Diambil kembali dari NSTP: <https://www.nst.com.my/news/nation/2018/12/442382/upin-ipin-carnival-set-get-international-fame>
- Maksum, A. (2017). Menyingkap Tabir HubunganIndonesia Malaysia: Menguak Fakta Dibalik Berbagai Sengketa Dua Negara. Yogyakarta: The Phinisi Press.

- Nye, J. S. (t.thn.). *Public Diplomacy and Soft Power*. Amerika: The Annals of The America Academy of Political and Social Science.
- NEF ADMIN. (2016, Agustus 28). *Aspirasi: The Suksesful Upin & Ipin*, Haji Burhanuddin Md. Radzi Les' Copaque Production Sdn Bhd. Diambil kembali dari Otakit .
- Public diplomacy Alumni Association. (t.thn.). What is Public Diplomacy ? Diambil kembali dari <http://www.publicdiplomacy.org/1.html>
- R., E. (t.thn.). *The Study and Advancement of Public Diplomacy*, "Difinitions of Public Diplomacy". Diambil kembali dari Murrow Center: <http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html>
- Rachmawati, I. (t.thn.). *Pendekatan Kontroktivis Dalam Kajian Diplomasi Publik Indonesia*.
- Rachmawati, I. (2017). *Karakter Diplomasi Publik Indonesia Terhadap Indonesia*.
- Rachmawati, I. (2016). *Diplomasi Publik : Meretas Jalan Bagi Harmoni Dalam Hubungan Antarnegara*. Yogyakarta: CALPULIS.
- Rinovsky, R. (2018, November 06). *Luar Biasa Kak Ros, Upin dan Ipin Serahkan Bantuan untuk Korban Bencana*. Diambil kembali dari Wartakepri: <https://www.wartakepri.co.id/2018/11/06/luar-biasa-kak-ros-upin-dan-ipin-serahkan-bantuan-untuk-korban-bencana/>
- Saputro, M. (2011.). *Upin & Ipin:Melayu Islam, Politik dan Dekomodifikasi New Media*.
- Tempo. (2010, Agustus 13). *Berkat Upin dan Ipin, TPI Raih Peringkat Wahid Program Anak*. Diambil kembali dari <https://seleb.tempo.co/read/274674/berkat-upin-dan-ipin-tpi-raih-peringkat-wahid-program-anak>
- UKessays. (2016, Desember 05). *Malaysia is A Multicultural Society Media Essay*. Diambil kembali dari <https://www.ukessays.com>
- Unicef: For Every Child. (2003, Maret 08). *New UNICEF National Ambassadors for Malaysia Upin & Ipin Call on Boys Respect, Love and Care for Girls and Women* . Diambil kembali dari https://www.unicef.org/people/malaysia_68122.html
- Zajats, A. (2010). *Culture Changes In The Knowledge Civilization*. Poland : Rzeszow.

