

BAB V

KESIMPULAN

Malaysia adalah negara yang didominasi tiga ras besar yakni Melayu, Cina, dan India sehingga Malaysia di kategorikan sebagai negara multikultur. Melayu dan agama islam merupakan identitas utama pada Malaysia yang memiliki populasi muslim, selain itu keberagaman dan populasi muslim juga dimiliki oleh Indonesia sehingga nilai dan pengetahuan agama mengenai makna islami serta ibadah-pun tidak jauh berbeda. Oleh karena itu Malaysia dan Indonesia adalah negara yang hampir memiliki persamaan terkait kebiasaan, aktivitas sosial, nilai dan moral.

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 di pahami 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 icon nya 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 menggunakan nya 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 catering¹.

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 di pahami dan di terima 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 alam nya, guna menarik wisatawan untuk mengunjungi Malaysia yang digambarkan melalui animasi Upin & Ipin yakni damai,

¹ 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

sejahtera dan masyarakat yang menerima ras lain dalam bersosialisasi tanpa adanya diskriminasi suatu ras lain.