

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diplomasi publik bisa digunakan sebagai salah satu alat untuk pengukuhan identitas diri dari suatu negara, atau lebih dikenal sebagai *nation branding*. Secara konsep dan prakteknya diplomasi publik digunakan untuk mengukur, membangun dan mengatur reputasi dari suatu negara dengan menempatkan pentingnya nilai simbol dari suatu produk yang pada akhirnya menempatkan negara untuk memperkuat karakteristik khas dari negara tersebut. Diplomasi publik inilah yang nantinya akan mempengaruhi pola dari *brand strategy*, *public diplomacy*, *cultural relations*, *investment and export promotion*, *tourism and economic development* dari negara tersebut.¹

Diplomasi publik sebagai media *nation branding*, karena diplomasi publik bisa digunakan mencapai kepentingan nasional suatu negara melalui *understanding*, *informing*, and *influencing foreign audiences*. Jika proses diplomasi tradisional dikembangkan melalui mekanisme *government to government relations*, maka diplomasi publik lebih ditekankan pada *government to people* atau bahkan *people to people relations*, atau bisa di sebut dengan '*second track diplomacy*', didefinisikan sebagai upaya diplomasi yang dilakukan oleh elemen-elemen *non-government* secara

¹ Anholt, Simon. Three interlinking concepts: Intellectual Property, Nation Branding and Economic Development. WIPO International Seminar on Intellectual Property and Development, Geneva, May 2-3, 2005.

tidak resmi (*unofficial*). Dalam hal ini *second track diplomacy* bukan berarti bertindak sebagai pengganti *first track diplomacy*, akan tetapi turut melancarkan jalan bagi negosiasi. Selain itu peranan *second track diplomacy* ini juga untuk melancarkan persetujuan yang dilaksanakan oleh *first track diplomacy*, dengan cara mendorong para diplomat untuk memanfaatkan informasi penting yang diperoleh pelaku-pelaku *second track diplomacy*.²

Salah satu jalan yang bisa ditempuh adalah dengan menggunakan diplomasi publik adalah melalui dunia industri perfilman. Film dipercaya sebagai media yang dapat memberikan pengaruh besar bagi kehidupan manusia. Dalam banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara *linier*, artinya film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan pesan yang ada di dalamnya baik itu diselipkan secara tersirat atau langsung dari film tersebut. Muatan pesan yang disampaikanpun juga memiliki keterikatan terhadap situasi yang saat itu sedang terjadi dan memiliki pengaruh baik dari segi pemikiran, tindakan, maupun pengambilan keputusan dari sepenikmat film tersebut³. Salah satu fungsi media adalah sebagai sarana transmisi budaya bagi masyarakat dan individu, hal menjelaskan bahwa media film memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan dan nilai-nilai budaya melalui konten tertanam untuk

² Raindy,Johannes. Peranan Publik Dalam Pelaksanaan Diplomasi Studi Kasus : Diplomasi Publik, Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Falsafah Dan Peradaban, Universitas Paramadina, Jakarta, 2010.

³ Linda Ayu Puspita Dewi, Sri Hastjarjo dan Mahfud Anshori. Citra Negara Dalam Film (Studi Analisis Semiotik Pencitraan Diri Amerika Menjadi Negara Adidaya yang Direpresentasikan dalam Film The Hurt Locker Karya Kathryn Bigelow).Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta

penonton. Selain itu, Film sering dianggap sebagai media untuk menggambarkan budaya dan nilai-nilai bangsa serta sebagai cara untuk membangun identitas nasional.⁴

Ada beberapa fungsi film lainnya, yaitu film bisa menjadi bahasa politik, media propaganda dan alat kampanye politik. Jika film itu telah sampai pada hubungan antarnegara, film dapat menjadi alat untuk meruntuhkan ideologi kedua belah pihak. Sedangkan pada masyarakat di area internasional, film bisa menjadi alat pengenalan bagi masyarakat yang satu dengan yang lainnya. Dengan caranya masing-masing akhirnya terbentuklah pengertian terhadap identitas dari masyarakat pembuat film terhadap masyarakat penikmat film. Film juga memiliki peran penting dalam memajukan kemanusiaan. Dengan kekuatan sinematografinya, efek audio visual dan kemampuan mengkonstruksi pemikiran. Oleh sebab itu, film dapat berguna sebagai sarana advokasi pemikiran. Film juga memiliki kemampuan untuk mengubah gagasan subyektif menjadi sebuah objektivitas yang rasional karena sebuah film dapat memberikan sentuhan, membuka pandangan dan pemikiran baru terhadap suatu hal.⁵

Salah satu dari sekian banyak jenis film yang dijadikan sebagai alat diplomasi salah satunya adalah film animasi atau film kartun. Perkembangan film kartun ini bermula pada abad ke-18 di Amerika Serikat, lalu dengan seiring berjalannya waktu film kartun ini mulai merambah dunia, salah satu contoh negara yang sukses memasukkan kebudayaan dan cirinya tersendiri adalah negara Jepang. Negara Jepang lalu mengubah dan menyesuaikan film kartun tersebut dengan *style* mereka sendiri,

⁴ Djosef, Angeline. Cultural identity through the small screen in globalization scene. Erasmus school of history, culture and communication. Erasmus University, Rotterdam

⁵ Pusat Apresiasi Film, "<http://e-journal.uajy.ac.id/821/3/2TA11217.pdf>" (diakses tanggal 11 Maret 2016)

sehingga film kartun yang di buat oleh negara Jepang ini dinamakan *anime*, dan pada saat ini *anime* ini sendiri telah menyedot perhatian dari dunia, sehingga masyarakat kalau melihat anime ini pasti akan langsung teringat akan Jepang.⁶

Keberhasilan Jepang menggunakan film kartun sebagai alat diplomasi, banyak dicontoh oleh negara lain, salah satunya adalah negara Malaysia. Penggambaran karakteristik Malaysia dalam animasi juga merupakan bagian dari tujuan *National Creative Industry Policy* (DIKN) yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia. Tujuan dari kebijakan ini adalah untuk memastikan bahwa industri kreatif tetap dinamis dan kompetitif dalam rangka memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan kebudayaan nasional. Oleh karena itu, animasi dipandang sebagai bagian dari industri kreatif multimedia yang mempunyai masa depan yang bagus bagi Malaysia sehingga pemerintahan Malaysia gencar dalam pengupayaan pembuatan film dan iklan berbasis animasi dengan meningkatkan jumlah seri animasi dan film yang akan diproduksi di masa depan. Kebutuhan untuk mendapatkan karakteristik khusus untuk animasi Malaysia yang dapat dipahami secara universal bahwa itu adalah sebuah animasi buatan Malaysia telah merangsang pertumbuhan dan memberikan panduan platform untuk menghasilkan animasi masa depan dengan identitas Malaysia dalam pikiran dan juga berkontribusi terhadap

⁶ Wisnu Wardhana, Rangga. Pengertian dan Sejarah Animasi. Di akses dari <http://ilmuti.org/wp-content/uploads/2014/05/ranggawi2011-pengertian-dan-sejarahanimasi.pdf> . Pada Tanggal 3 Agustus 2016 pada pukul 19.10 WIB

pemahaman budaya Malaysia yang mirip dengan pengaruh anime dalam memahami Jepang.⁷

Film animasi buatan Malaysia yang diproduksi oleh salah satu perusahaan industri film animasi Malaysia yaitu *Les' Copaque Production*, memiliki pola yang hampir sama dengan penyebaran film animasi Jepang (Anime) yaitu memasukkan ciri khas kebudayaan dari negara Malaysia yaitu dengan memasukkan karakteristik dari kebudayaan Malaysia yaitu berupa rumah adat, pakaian, kehidupan sosial masyarakat yang ada di dalam masyarakat itu sendiri di dalam film animasi tersebut sehingga masyarakat dapat melihat Malaysia di dalam film tersebut. Ini merupakan konstruksi identitas nasional dalam animasi yang merefleksikan masyarakat dan nilai-nilai budaya dari Malaysia.⁸

Upin & Ipin hadir pada saat yang tepat, di mana tayangan ini hadir mengikuti dua arus sekaligus, yaitu arus politik regional Malaysia dan arus animasi Asia. Dengan kelahiran Wawasan Malaysia 2020 dan konsep *Truly Asia*, pemerintah mengampanyekan keragaman masyarakat Malaysia baik di dalam maupun luar negeri. *Truly Asia* dikampanyekan mulai 1999, sedangkan geliat animasi Malaysia mulai marak pada 1995. Dengan demikian, Upin & Ipin diuntungkan sekaligus menguntungkan pemerintah. Diuntungkan karena masyarakat luar Malaysia akan mudah melihat apa *Truly Asia* melalui Upin & Ipin. Menguntungkan pemerintah

⁷ Mohd. Amir Mat Omar dan Md. Sidin Ahmad Ishak, "Understanding Culture Through Animation: From The World to Malaysia", dalam *Jurnal Pengajian Media Malaysia (Malaysian Journal of Media Studies)* Vol. 16, No. 1, 2014: 25–37, Malaya University

⁸ *ibid*

karena promosi *Truly Asia* dapat melalui Upin & Ipin.⁹ Upin & Ipin telah menjadi salah satu langkah baru negara Malaysia untuk mempromosikan kebudayaannya terhadap Indonesia, hal ini terbukti dengan tingginya angka TVR (*TV Rating*) untuk tayangan animasi ini dibandingkan dengan tayangan lainnya di saluran televisi yang ada di Indonesia.

Film animasi *Upin & Ipin* telah ditayangkan di TPI (sekarang MNC TV) sejak September 2008 hingga sekarang, dan ditayangkan secara berulang-ulang setiap hari, terlebih lagi dengan kepopuleran *Upin & Ipin* ini membuat maraknya produksi dan penjualan *merchandise Upin & Ipin* di Indonesia. Sejak animasi *Upin & Ipin* terkenal di Indonesia, produk-produk sampingannya seperti kaos, balon, boneka, topi, piring, gelas, tas dan lain sebagainya banyak dipasarkan dan mudah ditemukan di pusat-pusat perbelanjaan di Indonesia. Mulai dari kaki lima, pedagang emperan, pasar tradisional, toko-toko baju, hingga mall-mall besar di Indonesia. Hal ini menunjukkan suksesnya tayangan kartun *Upin & Ipin* di Indonesia, sehingga dua tokoh anak kecil ini disukai oleh banyak masyarakat Indonesia,¹⁰ hal itu dapat tergambar jelas dengan menangnya *Upin & Ipin* dalam ajang penghargaan *Mom & Kids Awards 2015* yang diadakan oleh stasiun televisi swasta MNC sebagai kartun terbaik berdasarkan voting yang diberikan oleh masyarakat Indonesia mengalahkan film animasi-animasi lainnya.¹¹

⁹ *ibid*

¹⁰ Ardiani Puspa & Tri Joko Waluyo, *Propaganda Film Animasi Malaysia: Klaim Wayang Kulit dan Lagu Rasa Sayange*. Universitas Riau Di akses pada <http://repository.unri.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3220/ARDIANI%20PUSPA.pdf?sequence=1> di akses pada & mei 2016 pada pukul 13.15 WIB

¹¹ Hakim, Fatturahman. *Upin & Ipin Jadi Kartun Kesayangan*. <http://www.koran-sindo.com/news.php?r=2&n=4&date=2015-12-25> di akses pada 5 Mei 2016 pada pukul 11.00 WIB

Karakter *Upin & Ipin* banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia sendiri sebagai media untuk melakukan pendekatan kepada anak-anak¹² dan dunia *entertainment* Indonesia¹³.

Pada acara Seminar Nasional Asosiasi Tradisi Lisan yang diadakan di Hotel Ratu, Jambi pada tanggal 27 September 2012, ketua Lembaga Sensor Film (LSF) Indonesia, Mukhlis PaEni, meyakini film kartun *Upin & Ipin* menjadi alat propaganda kebudayaan Malaysia. Menurutnya, film animasi itu mengemban visi dan misi untuk menularkan paham dan pemikiran ras Melayu ke pelosok nusantara. Mukhlis mengatakan strategi politik kebudayaan Malaysia sebagai bentuk dari apa yang disebut Malay World atau Dunia Melayu, Mukhlis mengungkapkan bahwa film *Upin & Ipin* sangat efektif dijadikan alat propaganda kebudayaan. Apalagi kata dia, yang ditularkannya adalah semangat persahabatan multi etnis. "Saat ini bisa kita lihat sendiri, betapa generasi kita, anak-anak kita, cucu-cucu kita telah begitu terbius dengan tokoh *Upin-Ipin* itu," ujarnya. Pria yang juga menjabat sebagai Ketua Sejarawan Indonesia itu mengatakan pihaknya tidak bisa mencegah kehadiran film *Upin & Ipin* karena tidak ada pelarangan atas penayangannya. Beda dengan film animasi lainnya seperti film *Sincan* dan *Doraemon*, *Upin & Ipin* muatannya sangat positif.¹⁴ Hal ini

¹²Zamzami. Daspriani Y. *Upin Ipin Hibur Anak-anak Korban Banjir di Aceh Singkil*.
<http://regional.kompas.com/read/2015/12/20/16030421/Upin.Ipin.Hibur.Anak-anak.Korban.Banjir.di.Aceh.Singkil> di akses pada 5 Mei 2016 pada pukul 11.00 WIB

¹³ Hutagaol, Sarah. *Live Dahsyat: Lucunya Host Dahsyat Perankan Upin Ipin*.
<http://celebrity.okezone.com/read/2016/04/28/206/1374788/live-dahsyat-lucunya-host-dahsyat-perankan-upin-ipin> akses pada 5 Mei 2016 pada pukul 11.00 WIB

¹⁴ <http://www.jpnn.com/read/2012/09/27/141205/Film-Upin-dan-Ipin-jadi-Alat-Propaganda-Malaysia->
di akses pada 5 mei 2016 pada pukul 11.30 WIB

lah yang mempengaruhi penulis untuk melakukan penelitian : *Bentuk Diplomasi Publik Malaysia Terhadap Indonesia Melalui Film Animasi Upin & Ipin.*

1.2 Rumusan masalah

Diplomasi publik dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan pemanfaatan film sebagai salah satu media instrument Diplomasi publik, di karenakan film merupakan sebuah media yang lengkap, sebab di dalam film bisa di masukkan identitas dan kepentingan dengan sangat mudah dan menarik.

Salah satu film yang sangat mudah diterima di negara pengimpor adalah film animasi dikarenakan filmnya yang bersifat umum sehingga dapat diterima oleh masyarakat negara pengimpor dengan mudah, dan dalam rentang waktu tertentu. Diplomasi publik melalui film animasi ini dapat membentuk pola pikir dan bagaimana masyarakat negara pengimpor bersikap terhadap negara pengekspor. Dalam kerangka konsep *People to People diplomacy* yang terjadi di dalam diplomasi publik, film dapat dijadikan sebuah konten budaya populer dari suatu negara yang nantinya dapat melakukan diplomasi publik pada tahap *people to people diplomacy*, sehingga negara pengekspor film dapat memasukkan kepentingan negaranya ke dalam negara pengimpor film tersebut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dengan bertitik tolak pada rumusan masalah dan contoh kasus yang diambil di atas maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Bentuk Diplomasi Publik Malaysia Terhadap Indonesia Melalui Film Animasi Upin & Ipin ?

1.4 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan bentuk Diplomasi publik pemerintahan Malaysia terhadap Indonesia melalui film animasi Upin & Ipin.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penulisan ini, dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu :

1. Manfaat secara akademis untuk memperjelas fungsi dan peranan film kartun sebagai alat Diplomasi publik.
2. Manfaat praktis, yaitu sebagai masukan untuk membuat kebijakan luar negeri dan sebagai salah satu alternatif pemerintahan Indonesia untuk menjalankan Diplomasi publik bagi pemerintah Indonesia.
3. Untuk masyarakat luas hasil penelitian ini bisa digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik dan lebih *aware* terhadap konten tersembunyi lainnya yang ada di film kartun tersebut.

1.6 Studi Pustaka

Ada beberapa studi terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Studi tersebut akan dijadikan referensi utama dalam penelitian ini. Antaranya adalah yang pertama, Penelitian dari **Sin Kit I** yang dalam jurnalnya yang berjudul *Soft Power as Cultural Diplomacy: Empirical Study of Chinese Film Industry* menjelaskan bagaimana evolusi industri film sebagai bagian dari instrumen soft power yang saat ini digunakan oleh pemerintah China untuk melawan citra negatif dunia. Bagaimana China telah berupaya memperbaiki citra globalnya melalui bioskop nasionalnya, namun tetap

memerlukan tema kontemporer untuk benar-benar memenangkan hati khalayak global untuk menjalankan soft power-nya dengan sukses dengan cara mengendalikan sebagian besar industri film nasional, mendistribusikan gambar ideal dan cerita yang berkaitan dengan tema yang mengesankan namun telah ditetapkan sebelumnya. Oleh karena itu, dari sudut pandang China, cara mereka menjalankan soft power melalui industri perfilman telah berpengaruh, dan lebih efisien daripada praktik belajar bahasa China, sehingga dapat menyebarkan budaya nasional yang ke dunia internasional adalah tujuan China.

Perbedaan penelitian ini dengan *Soft Power as Cultural Diplomacy: Empirical Study of Chinese Film Industry* adalah penelitian tersebut lebih mengarah bagaimana diplomasi budaya bias di masukkan ke dalam sebuah film, sedangkan penelitian ini lebih berfokus bagaimana diplomasi public yang terjadi di dalam sebuah film.

Kedua, **Noor Rahmah Yulia** dalam penelitiannya yang berjudul *Diplomasi Kebudayaan Republic of Korea melalui Film dan Drama : Pencapaian Kepentingan Nasional Citra dan Ekonomi Republic of Korea di Indonesia* menjelaskan bagaimana film mengambil bagian penting dalam pencapaian kepentingan ekonomi Republic of Korea. Pada dasarnya setiap Negara dalam melakukan praktek diplomasi, termasuk di dalamnya adalah diplomasi kebudayaan, semata-mata berfokus untuk mencapai kepentingan nasional negaranya yang dalam pelaksanaannya tidak memakai cara-cara politik dan militer ala diplomasi tradisional akan tetapi menggunakan cara-cara yang lebih komunikatif dan arif salah satunya adalah penggunaan instrument film karena

mekanisme ini di pandang cukup *flexible* dan *acceptable* bagi masyarakat yang menerimanya.¹⁵

Perbedaan penelitian ini dengan *Diplomasi Kebudayaan Republic of Korea melalui Film dan Drama : Pencapaian Kepentingan Nasional Citra dan Ekonomi Republic of Korea di Indonesia* adalah penelitian tersebut lebih mengarah kepada diplomasi kebudayaan, sedangkan penelitian ini lebih kepada diplomasi public.

Ketiga, **Yulius Purwadi Hermawan Ph.D dan Ratih Indraswari MA** dalam jurnalnya yang berjudul *Diplomasi Budaya di Kawasan Asia Tenggara* menjelaskan bagaimana Diplomasi budaya menggunakan hasil-hasil kebudayaan sebagai manifestasi utamanya. Seperti misalnya melalui promosi kebudayaan yang dimiliki oleh suatu negara melalui mode pertukaran edukasi, seni dan budaya populer seperti literatur, musik, dan film. Banyak dari instrumen diplomasi budaya ini yang masih dipergunakan hingga saat ini. Terlepas dari hal tersebut, terdapat beberapa perubahan signifikan yang terjadi sebagai akibat munculnya pertanyaan „Siapakah agen dari diplomasi budaya?“. Adaptasi terhadap lingkungan perpolitikan dunia saat ini memaksa diplomasi budaya untuk menyesuaikan pelaksanaannya melalui cara-cara yang lebih bervariasi, melibatkan baik aktor negara maupun aktor non-negara seperti (tapi tidak terbatas pada) organisasi-organisasi privat, akademisi, philanthropists, missionaries dan pelaku seni dalam melakukan misi-misi kebudayaan¹⁶.

¹⁵ Yulia, Noor Rahmah , *Diplomasi Kebudayaan Republic of Korea melalui Film dan Drama : Pencapaian Kepentingan Nasional Citra dan Ekonomi Republic of Korea di Indonesia* menjelaskan bagaimana film mengambil bagian penting dalam pencapaian kepentingan ekonomi Republic of Korea. Jurusan Hubungan Internasional, FISIP , UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. 2013

¹⁶ Yulius Purwadi Hermawan Ph.D, Ratih Indraswari MA. *Diplomasi Budaya di Kawasan Asia Tenggara*. Perjanjian No : III/LPPM/2014-03/57-P. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan. 2014

Perbedaan penelitian ini dengan *Diplomasi Budaya di Kawasan Asia Tenggara* adalah penelitian tersebut lebih kepada penjelasan mengenai instrument diplomasi kebudayaan yang bisa dilakukan di kawasan Asia Tenggara sedangkan penelitian ini lebih focus kepada instrument Diplomasi publik melalui film Animasi.

Keempat, **Achmad Reza Putra** dalam penelitiannya tentang *Diplomasi Budaya Amerika Terhadap Indonesia Melalui Hollywood Movies* menjelaskan bahwa Nilai-nilai budaya yang terkandung dalam film *Hollywood* umumnya merefleksikan keunggulan masyarakat AS dalam kehidupannya dibandingkan dengan masyarakat di negara lain, bahkan cenderung berlawanan dengan nilai-nilai budaya yang berlaku bagi bangsa-bangsa di wilayah Timur. Penyebaran nilai-nilai budaya ini lah yang kemudian mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap perkembangan budaya di Indonesia. Film *Hollywood* mengandung nilai-nilai masyarakat AS di dalamnya. Nilai-nilai budaya *Hollywood* ini turut mempengaruhi perubahan-perubahan yang terjadi pada nilai-nilai budaya Indonesia. Perubahan-perubahan yang terjadi meliputi pada sikap, nilai masyarakat, gaya hidup, bahasa, sampai pada ideologi. Bagi masyarakat Indonesia sendiri, perubahan-perubahan ini tidak berlangsung secara cepat, akan tetapi secara perlahan-lahan¹⁷.

Perbedaan penelitian ini dengan *Diplomasi Budaya Amerika Terhadap Indonesia Melalui Hollywood Movies* adalah penelitian tersebut berfokus kepada efek yang terjadi akibat diplomasi kebudayaan Amerika melalui film, sedangkan penelitian ini lebih kepada Diplomasi publik Malaysia.

¹⁷ Putra, Achmad Reza. *Diplomasi Budaya Amerika Serikat Terhadap Indonesia Melalui Hollywood Movies*. Universitas Riau. 2013

Kelima, **Jessica Julia & McGill Peters** dalam jurnal mereka yang berjudul *American Cinema as Cultural Diplomacy: Seeking International Understanding One Film at a Time* yang Penelitian ini menganalisis hubungan kompleks antara upaya diplomatik Amerika Serikat di luar negeri dalam representasi sinematik, persepsi, dan resepsi serta implikasinya untuk interaksi lintas budaya - melalui American Film Showcase (AFS), sebuah program diplomatik yang diselenggarakan bersama oleh University of Southern California dan Departemen Luar Negeri Amerika Serikat. Tujuan penyelenggara AFS ', dan bagaimana program tersebut diterima oleh dunia internasional untuk menumbuhkan hubungan internasional dan mengubah sikap terhadap Amerika Serikat dengan cara melakukan upaya tersebut. Hasil ini dengan demikian menawarkan wawasan tentang manfaat dan kekurangan diplomasi budaya, dan dapat membantu memperbaiki usaha diplomatik di masa depan yang signifikan terhadap hubungan luar negeri Amerika Serikat.

Perbedaan penelitian ini dengan *American Cinema as Cultural Diplomacy: Seeking International Understanding One Film at a Time* adalah penelitian tersebut menjelaskan peran program pemerintahan dalam memasukkan kepentingannya dalam sebuah film, sedangkan penelitian ini lebih berfokus kepada filmnya itu sendiri.

1.7 kerangka Konseptual

1.7.1 Diplomasi Publik

Istilah diplomasi publik menurut Dean Edmund Gullion dari Fletcher School of Law Diplomacy, Universitas Tufts, Amerika Serikat, pada tahun 1965 bahwasanya: Dengan diplomasi publik kita memahami cara-cara pemerintah, kelompok swasta dan individu mempengaruhi sikap dan pendapat orang lain atau pemerintah dengan cara seperti mempunyai pengaruh pada keputusan kebijakan luar negeri mereka.¹⁸

Menurut kamus istilah hubungan internasional yang diterbitkan oleh Departemen Luar Negei AS tahun 1987 ;” Diplomasi publik mengacu pada program yang disponsori pemerintah dimaksudkan untuk menginformasikan atau mempengaruhi opini publik di negara-negara lain; Instrumen utamanya adalah publikasi, film, pertukaran budaya, radio dan televisi”.¹⁹

Sejalan dengan itu, diplomasi publik menurut Tuch : ”Diplomasi publik sebagai suatu proses pemerintah berkomunikasi dengan publik asing dalam upaya untuk membawa memahami ide-ide bangsanya dan cita-cita, lembaga dan budaya, serta tujuan nasional dan kebijakan saat ini”.²⁰

Berdasarkan semua definisi itu, dapat dikatakan bahwa diplomasi publik merupakan komunikasi pemerintah dengan publik yang berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik di luar negeri melalui pemerintah dan publik sebagai aktornya.

¹⁸ Murrow, Edward R. Center for The Study and Advancement of Public Diplomacy, Difinitions of Public Diplomacy, The Fletcher School, Tufts University, Massachusetts.

¹⁹Ibid

²⁰ Tuch, Opcit. Hal.3

Dean Gullion menyatakan bahwa diplomasi publik saat ini menjadi populer dari sebelumnya disebabkan revolusi teknologi komunikasi dan pertumbuhan secara dramatis, saling ketergantungan dalam ekonomi internasional sehingga diplomasi publik menjadi penting untuk kepentingan nasional sama pentingnya dengan kesiapan di bidang militer.²¹

Diplomasi publik menjadi alat yang digunakan pemerintah untuk menjalankan suatu kepentingan nasional dengan berkomunikasi dan mengelola hubungan mereka dengan pihak lain, serta menarik penonton dari Negara lain, bukan hanya dari negaranya saja.²²

Diplomasi publik mencoba untuk menarik dengan memberikan fokus melalui penyiaran, pemberian subsidi dalam ekspor, pertukaran dan sebagainya. Namun, apabila isi budaya, nilai-nilai dan kebijakan tersebut tidak menarik, maka diplomasi publik tersebut tidak akan dapat menjadi atraktif dan menghasilkan sesuatu yang bersifat persuasif bahkan justru akan menghasilkan kebalikannya. Dengan hal ini, kebudayaan menjadi salah satu alat diplomasi budaya yang merupakan seperangkat kegiatan yang menciptakan makna bagi masyarakat dan memiliki banyak keuntungan. Dan biasanya hal ini akan dibedakan antara budaya tinggi seperti sastra, seni dan juga pendidikan yang melayani elit masyarakat, dan juga adanya budaya populer yang berfokus kepada hiburan massa.²³

²¹ Hansen, Allen C. 1984. *Public Diplomacy in the Computer Age*. New York: Praeger Special Studies, Praeger Scientific. Hal. 2-5

²² Joseph S. Nye, Jr. "Public Diplomacy and Soft Power". *THE ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. Hal : 96

²³ Ibid .

Diplomasi publik menjadi elemen mendasar dari diplomasi baru dan secara mendasar mempengaruhi kebijakan luar negeri. Keterlibatan masyarakat di luar agen-agen resmi pemerintah, termasuk didalamnya kelompok epistemik dalam diplomasi telah lama disadari pentingnya oleh para peneliti diplomasi selain diakui membawa dampak positif dalam memperjuangkan kepentingan negara.²⁴ Pentingnya diplomasi publik menyebabkan aktivitas ini berkembang pesat dalam dua dekade terakhir. Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam diplomasi jalur pertama, yaitu yang semata-mata dilakukan oleh aktor-aktor pemerintah, dianggap telah gagal mengatasi konflik-konflik antar negara. Karena kegagalan diplomasi yang hanya mengandalkan kegiatan diplomasi jalur pertama inilah, maka berkembang pemikiran untuk meningkatkan diplomasi publik sebagai alat alternatif untuk menyelesaikan konflik-konflik antar negara.²⁵

Diplomasi publik bukan berarti menggantikan tapi melengkapi upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam diplomasi tradisional. Idealnya, diplomasi publik hanya membuka jalan bagi negosiasi yang dilakukan antar pemerintah, memberi masukan informasi-informasi penting dan memberikan cara pandang yang berbeda terhadap suatu masalah. Baik pemerintah maupun publik sepenuhnya memanfaatkan keahlian, pengalaman, dan sumber daya yang ada dan bekerjasama untuk mempengaruhi nilai tawar pemerintah secara signifikan. Terutama karena aktor-aktor dalam diplomasi jalur pertama memiliki karakteristik aktivitas yang berbasis

²⁴ Djelantik, Sukawarsini. *Diplomasi public. Analisis CSIS* Vol.33 No.3, Jakarta 2004, hal.74

²⁵ John, Mc Donald, *Further Exploration of Track Two Diplomacy*, dalam *Timing the De-Escalation of International Conflict*, Louis Kreisberg and Stuart J. Thorson (Eds), Syracuse NY, Syracuse University Press 1991, hal 201-220

kekuasaan dan interaksi yang kaku, sehingga perlu diimbangi dengan upaya-upaya yang lebih fleksibel.²⁶

Diplomasi publik telah mengaburkan batas-batas negara yang membatasi penyebaran informasi, sehingga sifat informasi menjadi lebih demokratis. Dalam komunikasi global, pendapat masyarakat secara efektif mempengaruhi tindakan pemerintah. Karakteristik dunia seperti ini membutuhkan manajemen informasi untuk menyatukan masalah-masalah domestik dan luar negeri. Aktivitas dan pengaruh aktor non-pemerintah telah berkembang jumlah dan jenisnya, mulai dari kelompok kepentingan ekonomi sampai sumber daya alam, lingkungan, kemanusiaan, kriminal, dan pemerintahan global. Aktor-aktor ini saling berinteraksi dengan cara mempengaruhi, memberikan nasihat untuk diterapkan sebagai kebijakan luar negeri²⁷.

Diplomasi publik bertujuan untuk menumbuhkan opini masyarakat yang positif dari negara lain melalui interaksi dengan kelompok-kelompok kepentingan. Oleh karena itu diplomasi publik menegaskan akan kemampuan komunikasi antar budaya karena terkait dengan perubahan sikap masyarakat, saling pengertian dalam melihat persoalan politik luar negeri. Karena era global seperti saat ini pendapat dari masyarakat secara efektif mempengaruhi tindakan terhadap pemerintah.²⁸

Diplomasi publik membantu menjelaskan informasi-informasi terkait mengenai suatu negara dan dapat juga membantah ataupun memperbaiki kesalahan-

²⁶ Gabriella. Clarisa, Peran Diplomasi Kebudayaan Indonesia dalam Pencapaian Kepentingan Nasionalnya, FISIP, HI, UNHAS, 2013

²⁷ Djelantik, Sukawarsini. Diplomasi Antara Teori dan Praktik, Yogyakarta 2008, hal.76

²⁸ Gabriella. Clarisa, Peran Diplomasi Kebudayaan Indonesia dalam Pencapaian Kepentingan Nasionalnya, FISIP, HI, UNHAS, 2013

kesalahan informasi yang tersebar di dunia mengenai citra diri dari suatu negara. Hal ini lebih memperlihatkan prestise dari negara yang terkait dengan memperkenalkan dan mempertontonkan kehidupan sehari-hari, budaya, gaya hidup masyarakat suatu negara terutama gaya hidup kalangan anak muda. Tidak hanya itu, informasi mengenai kebijakan domestik dan luar negeri dari pemerintahan juga dikemas secara menarik sehingga publik tertarik dengan informasi yang disajikan.²⁹

Seperti yang disampaikan oleh Sumiko Mori mengenai penjelasan diplomasi publik : “Diplomasi publik tidak hanya melalui pertukaran program yang disponsori oleh pemerintah seperti budaya dan pendidikan saja, tetapi juga melalui organisasi non pemerintah dan aktivitas-aktivitas non pemerintah seperti olahraga, film- film, buku-buku, fashion, budaya populer, seri drama, berita internasional, dan juga internet”.³⁰

Menurut Mori, diplomasi publik menyangkut hal-hal sebagai berikut :

1. Diplomasi yang disponsori oleh pemerintah : budaya, pendidikan, program pertukaran budaya, pendidikan yang disponsori oleh negara atau negara dan organisasi tertentu.
2. Diplomasi Kebudayaan : dalam bentuk dukungan dan saling pengertian melalui institusi kebudayaan, organisasi non pemerintah, organisasi pendidikan, dan kelompok yang bergerak dibidang tersebut. Diplomasi Kebudayaan adalah diplomasi yang memanfaatkan aspek kebudayaan untuk memperjuangkan kepentingan nasional dalam percaturan masyarakat internasional.

²⁹ Amalia,Aulia.Budaya Populer Jepang sebagai Instrumen Diplomasi Jepang dan Pengaruhnya terhadap Komunitas-Komunitas Di Indonesia. Jurusan Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Andalas

³⁰ Mori,Sumiko. *Japan's Public diplomacy and Regional Integrastion in East Asia Using Japan's Soft Power (2006)* , 30.

3. Diplomasi kerjasama : serangkaian kerjasama untuk menciptakan lingkungan negara yang lebih menyenangkan dengan tujuan utama menarik perhatian negara asing lainnya.
4. Diplomasi media cetak serta program TV dan Radio : melalui media massa seperti televisi, radio, internet, dll dengan memberikan berbagai informasi mengenai suatu negara.
5. Diplomasi budaya populer : dalam bentuk pengaruh dari budaya film, fashion, tren, seri drama, music, buku-buku, sebagaimana yang dilakukan Jepang berupa manga, anime, cosplay dll. Dalam memahami diplomasi budaya populer tidak jauh berbeda dengan diplomasi kebudayaan, hanya saja diplomasi budaya populer menggunakan nilai-nilai budaya baru yang telah mengalami perubahan seiring waktu dan kemajuan teknologi saat ini. Budaya populer memiliki sifat yang lebih fleksibel dibandingkan budaya tradisional yang terkesan kaku. Budaya populer lebih mudah diterima oleh masyarakat terutama kalangan muda.

1.7.1.1 Konsep Budaya Populer (Pop Culture)

Dalam buku *Popular Culture* Dominic Strinati menyatakan bahwa gagasan kebudayaan populer adalah kebudayaan yang terbentuk atau dibentuk oleh media massa. Media massa dapat menawarkan suatu bentuk kebudayaan konsumtif dan masyarakat pengguna media mengikutinya atau menggunakan siaran televisi sebagai preferensi kebudayaan dan gaya hidupnya.³¹ Sedangkan menurut Raymonds Williams

³¹ Dominic. Strinati, *An Introduction of Popular Culture*.ed. Abdul Mukhis (Yogyakarta : PT Bentang Pestaka1995), 2.

yang dikutip dalam bukunya mengatakan bahwa Budaya populer bukan di identifikasikan oleh rakyat namun oleh orang lain.³²

Menurut William budaya populer dapat di definisikan sebagai berikut:³³

1. Banyak disukai orang
2. Jenis kerja rendahan
3. karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang
4. budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri.

Pesatnya perkembangan budaya populer di dunia semakin memudahkan batas antara suatu negara dengan negara lain dari sisi budaya dan gaya hidup. Beberapa Negara gencar menyebarkan nilai-nilai budayanya melalui budaya populer untuk menciptakan suatu citra yang baik terhadap negara lain dengan tujuan akan memperlancar kepentingan nasionalnya.³⁴

Dalam memahami diplomasi budaya populer tidak jauh berbeda dengan diplomasi kebudayaan, hanya saja diplomasi budaya populer menggunakan nilai-nilai budaya baru yang telah mengalami perubahan seiring waktu dan kemajuan teknologi saat ini. Budaya populer memiliki sifat yang lebih fleksibel dibandingkan budaya tradisional yang terkesan kaku. Budaya populer lebih mudah diterima oleh masyarakat terutama kalangan muda.³⁵

³² Williams. Raymond, *Keywords : A Vocabulary of Culture and Society* (Londong : Penguin, 1976), 199.

³³ Williams, Raymond, (1983) *Keyword*, London: Fontana.

³⁴ Amalia, Aulia. *Budaya Populer Jepang sebagai Instrumen Diplomasi Jepang dan Pengaruhnya terhadap Komunitas-Komunitas Di Indonesia*. Jurusan Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Andalas

³⁵ Mori. Sumiko. *Japan's Public diplomacy and Regional Integrastion in East Asia Using Japan's Soft Power* (2006) , 30

Budaya populer yang dibentuk oleh media terdapat kepentingan dan rekayasa kapitalis untuk memasarkan komoditasnya dan mendapatkan keuntungan. Media massa menyebarkan suatu pandangan kepada *audiens*, dan menyeragamkannya. Akibatnya terbentuk kebudayaan yang bersifat seragam, dangkal, tanpa makna dan tidak bernilai.³⁶

Storey mengungkapkan bahwa budaya merupakan perkembangan intelektual, spiritual, estetis; pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu dan, karya dan praktik intelektual, terutama aktivitas artistik. Dengan demikian, ruang lingkup budaya dapat meliputi aktivitas seni, sastra, pendidikan, hiburan, olah raga, organisasi, wilayah, orientasi seksual, politik, etnis dan upacara/situs religiusnya, serta aktivitas artistik budaya pop, seperti puisi, novel, balet, opera, dan lukisan. Kata pertama yang dibahas dalam budaya Pop adalah populer. William memaknai istilah populer sebagai berikut : banyak disukai orang, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang.³⁷

Sedangkan definisi budaya pop, dapat diterangkan sebagai berikut.³⁸

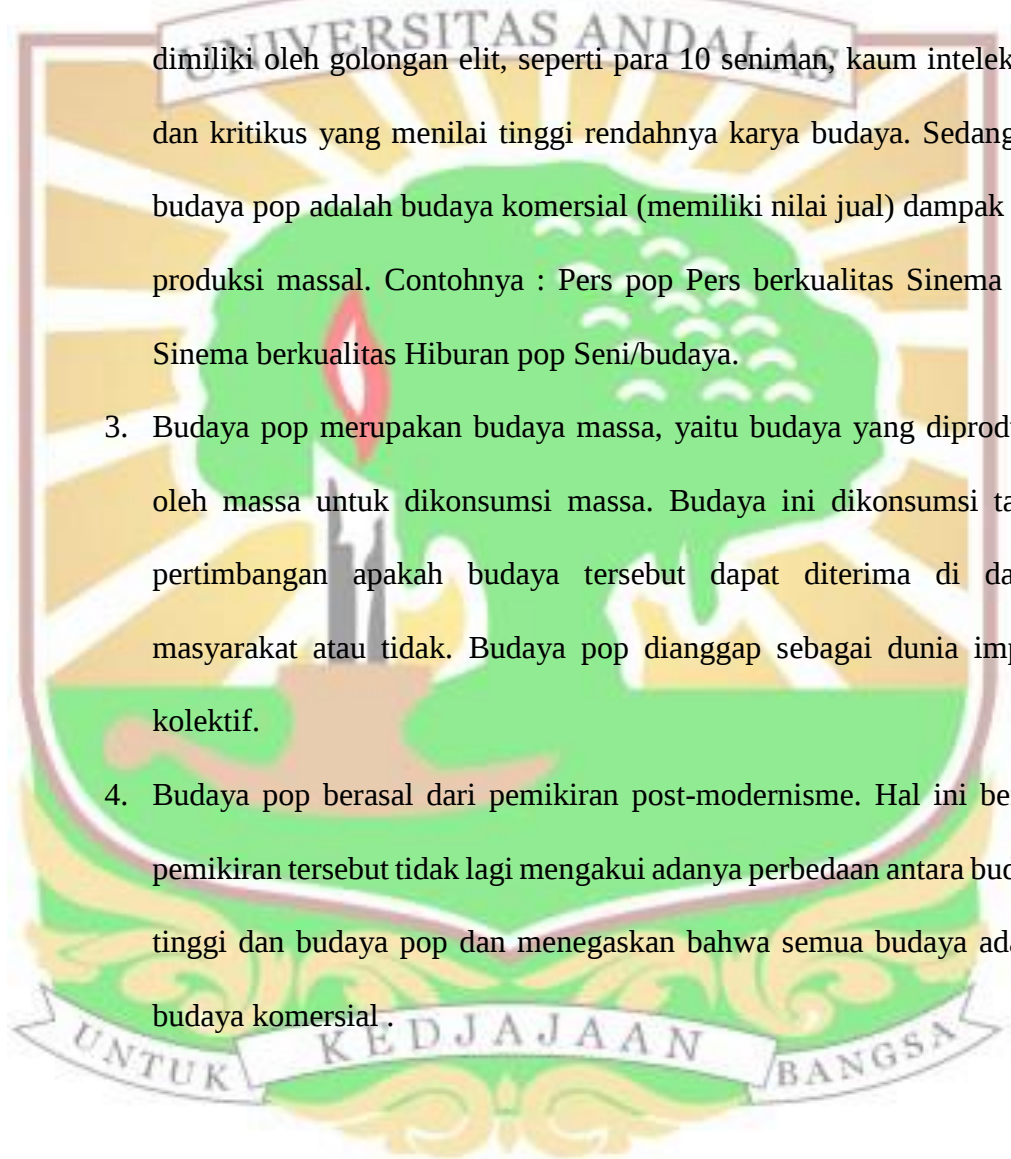
1. Budaya Pop merupakan budaya yang menyenangkan dan disukai banyak orang. Contoh, buku novel atau larisnya album single R&B. Definisi budaya pop dengan demikian harus mencakup dimensi kuantitatif, apakah suatu budaya itu dikonsumsi oleh banyak orang. Popnya budaya populer menjadi sebuah prasyarat.

³⁶ Hanif. Muh. Studi Media Dan Budaya Populer Dalam Perspektif Modernisme Dan Postmodernisme, Komunika, Vol.5 No.2 Juli - Desember 2011 pp.235-251

³⁷ Storey, John. *Cultural Theory And Popular Culture: A Reader*. Atlanta: U of Georgia P

³⁸ *ibid*

2. Definisi kedua budaya Pop adalah budaya sub standar, yaitu kategori residual (sisa) untuk mengakomodasi praktek budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi. Budaya tinggi merupakan kreasi hasil kreativitas individu, berkualitas, bernilai luhur, terhormat dan dimiliki oleh golongan elit, seperti para 10 seniman, kaum intelektual dan kritikus yang menilai tinggi rendahnya karya budaya. Sedangkan budaya pop adalah budaya komersial (memiliki nilai jual) dampak dari produksi massal. Contohnya : Pers pop Pers berkualitas Sinema pop Sinema berkualitas Hiburan pop Seni/budaya.
3. Budaya pop merupakan budaya massa, yaitu budaya yang diproduksi oleh massa untuk dikonsumsi massa. Budaya ini dikonsumsi tanpa pertimbangan apakah budaya tersebut dapat diterima di dalam masyarakat atau tidak. Budaya pop dianggap sebagai dunia impian kolektif.
4. Budaya pop berasal dari pemikiran post-modernisme. Hal ini berarti pemikiran tersebut tidak lagi mengakui adanya perbedaan antara budaya tinggi dan budaya pop dan menegaskan bahwa semua budaya adalah budaya komersial.



Ciri-ciri budaya populer di antaranya sebagai berikut:³⁹

1. Tren, sebuah budaya yang menjadi trend dan diikuti atau disukai banyak orang berpotensi menjadi budaya populer.
2. Keseragaman bentuk, sebuah ciptaan manusia yang menjadi tren akhirnya diikuti oleh banyak penjiplak. Karya tersebut dapat menjadi pionir bagi karya-karya lain yang berciri sama.
3. Adaptabilitas, sebuah budaya populer mudah dinikmati dan diadopsi oleh khalayak, hal ini mengarah pada tren.
4. Durabilitas, sebuah budaya populer akan dilihat berdasarkan durabilitas menghadapi waktu, pionir budaya populer yang dapat mempertahankan dirinya bila pesaing yang kemudian muncul tidak dapat menyaingi keunikan dirinya.
5. Profitabilitas, dari sisi ekonomi, budaya populer berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengaplikasikan metode kualitatif-deskriptif berupa pengumpulan data sekunder melalui studi pustaka, yang terdiri dari literatur buku-buku, jurnal-jurnal, ataupun bentuk dokumentasi seperti artikel yang dianggap relevan dengan penelitian mengenai Pemanfaatan Film Animasi Upin & Ipin dalam Diplomasi publik Malaysia terhadap Indonesia. Adapun data-data yang

³⁹ Setiawan. Rudi, “Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia”, eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 1, Nomor 2, (Universitas Mulawarman, 2013), h. 364-365.

diperoleh tersebut akan dikompilasikan, dievaluasi maupun dianalisa untuk kemudian dituliskan dalam skripsi sebagai hasil dari penelitian yang elaboratif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena instrumen utama yang diamati berupa aktivitas diplomasi publik yang kemudian dianalisis secara deskriptif melalui interpretasi logis. Hal ini sejalan dengan paradigma metode penelitian kualitatif yang dipaparkan oleh Creswell sebagai berikut: "Penelitian yang dipandu oleh paradigma kualitatif didefinisikan sebagai proses penyelidikan ofunderstanding masalah sosial atau manusia berdasarkan membangun, gambar holistik kompleks, dibentuk dengan kata-kata tampilan pelaporan rinci informan, dan dilakukan di alam".⁴⁰

Oleh karena itu dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, analisis yang dilakukan dalam penelitian ini diharapkan dapat lebih efektif dan terfokus. Formasi dalam menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini disusun bertahap secara deduksi untuk menguraikan secara detail masalah yang diangkat.

Data-data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data-data sekunder yang diperoleh melalui teknik studi kepustakaan (*Library research*). Data sekunder diperoleh dengan membaca dan mempelajari sejumlah buku, literatur, jurnal ilmiah, artikel online dan berita media massa yang terkait dengan diplomasi public yang dilakukan pemerintahan Malaysia melalui animasi Upin & Ipin terhadap Indonesia.

⁴⁰ Creswell, John W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*, 2nd ed. Sage Publications: University of Nebraska, Lincoln. Pg:20-21

1.8.1 Batasan Penelitian

Untuk lebih memahami sasaran dalam penelitian ini penulis membatasi penelitian ini dari tahun 2008-2016. Hal ini disebabkan karena dalam kurun waktu tersebut animasi Upin & Ipin tersebut masuk ke Indonesia dan terus bertahan sampai sekarang, dalam penelitian ini peneliti ingin mengemukakan bagaimana sebuah budaya populer bisa dijadikan sebagai alat diplomasi publik sehingga menciptakan nation branding sebuah negara.

1.8.2 Tingkat Analisis dan Unit Analisis

Sebelum menentukan tingkat analisa dalam suatu penelitian terlebih dahulu perlu dilakukan penetapan terhadap unit analisa dan unit ekplanasi. Unit analisa adalah objek yang perilakunya hendak kita teliti. Unit ekplanasi adalah objek yang mempengaruhi perilaku unit analisa yang akan digunakan. Unit analisa yang akan peneliti teliti adalah Malaysia. Sedangkan, unit eksplanasi pada penelitian ini adalah Hubungan Bilateral Malaysia – Indonesia. Jadi tingkat analisa dalam penelitian ini adalah negara dalam hal ini adalah Indonesia, mengingat bagaimana pemanfaatan budaya populer sebagai media diplomasi publik.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik yang sudah umum dilakukan dalam penelitian kualitatif, yakni melalui tinjauan dokumen berupa catatan

dan arsip yang terdapat pada masyarakat, komunitas dan organisasi.⁴¹ Data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis gambar maupun elektronik, dan berbagai laporan yang berkaitan dengan peristiwa, artikel, review penelitian, *media report*, *press released* dan sebagainya.

1.8.4 Teknik Pengolahan Data

Mengingat banyaknya sumber informasi yang diperoleh, maka dalam penulisan ini dilakukan seleksi dan pemilihan atas sumber, dokumen dan informasi yang dianggap paling relevan dengan tujuan penulisan dan kemudian dokumen dan informasi di deskripsikan secara tekstual. Melalui prosedur kualitatif, data-data dianalisis, menetapkan, menguraikan, dan mendokumentasikan alur sebab/konteks dalam pengetahuan yang sedang dipelajari beserta rincian-rinciannya untuk menilai ide-ide atau makna-makna yang terkandung di dalamnya.⁴²

1.8.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif, Analisis data kualitatif adalah identifikasi dan pencarian pola-pola umum hubungan dalam kelompok data, yang menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan. Interpretasi atas data-data yang termasuk kedalam data-data objektif yang relevan untuk menambah informasi atau bisa menjadi petunjuk untuk menjelaskan bagian-bagian dan hubungan-hubungan antar

⁴¹ Catherine Marshall and Gretchen B. Rossman, "Designing Qualitative Research 3e". (California: Sage Publication Inc, 1999), hal.117

⁴² Ibid

bagian yang terdapat dalam model analisa. Penulis melakukan analisis terhadap permasalahan yang digambarkan berupa fakta-fakta, kemudian menghubungkan fakta tersebut dengan fakta lainnya sehingga menghasilkan sebuah argumen yang tepat.⁴³

1.9 Sistematika Penelitian

BAB I : Pendahuluan.

BAB pendahuluan ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi pustaka, kerangka konseptual, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Perkembangan Film Animasi Malaysia dan Animasi Upin & Ipin

BAB ini menjelaskan tentang perkembangan film dan film Animasi Upin & Ipin.

BAB III : Film Animasi Sebagai Instrumen Diplomasi Publik dan Budaya Populer

BAB ini menjelaskan bagaimana film bias menjadi budaya populer

BAB IV : Analisis Diplomasi Malaysia ke Indonesia Melalui film Animasi Upin & Ipin

BAB ini menjelaskan bagaimana diplomasi publik Malaysia yang terjadi melalui instrument animasi Upin & Ipin sehingga nantinya kita mengetahui apakah terjadi diplomasi publik yang di lakukan oleh Malaysia tersebut.

⁴³ Yanuar Ikbar. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. (Bandung : PT Refika Aditama, 2012), hal. 103

BAB V : Kesimpulan dan Saran

BAB ini menyediakan kesimpulan dan saran dari penelitian yang sesuai dengan pertanyaan penelitian.

