

Komunikasi Politik Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) Kuala Lumpur Dalam Promosi Budaya Indonesia Di Malaysia

Amir
Universitas Fajar
amir@unifa.ac.id

Nur Alim
Universitas Fajar
nuralimdjalil@unifa.ac.id

Yusmanizar
Universitas Fajar
ninayusmanizar@unifa.ac.id

Abstract — *The increasing cases of Indonesian cultural claims by Malaysia make the government through the Indonesian Embassy in Kuala Lumpur will increase efforts to promote Indonesian culture in Malaysia through various political communication strategies. The promotion of Indonesian culture is carried out to introduce the richness of Indonesian culture to the Malaysian people, and to increase understanding and tolerance between the two countries in terms of culture as well as the process towards cultural registration to UNESCO Intangible Cultural Heritage. This study aims to analyze the form of Political Communication of the Embassy of the Republic of Indonesia (KBRI) Kuala Lumpur in the Promotion of Indonesian Culture in Malaysia, and identify the Political Communication of the Embassy of the Republic of Indonesia Kuala Lumpur can improve the Promotion of Indonesian Culture in Malaysia. The results showed that in conducting cultural promotion, political communication can help the Indonesian Embassy in Kuala Lumpur in influencing the perceptions and views of the Malaysian people towards Indonesian culture. The form of political communication of the Indonesian Embassy in Malaysia is by meeting with the Malaysian government directly, organizing cultural festivals, using Malaysian media as publications and promotions using social media. With the help of various elements such as the Indonesian people, government*

agencies and the Malaysian government itself can increase the promotion of Indonesian culture in Malaysia.

Keywords: *Political Communication, Indonesian Embassy Kuala Lumpur, Promotion of Indonesian Culture.*

I. PENDAHULUAN

Promosi budaya adalah upaya untuk memperkenalkan, melestarikan, dan mengembangkan kekayaan budaya suatu daerah atau negara. Dalam era globalisasi seperti sekarang, promosi budaya sangat penting untuk menjaga identitas suatu bangsa dan memperkenalkannya kepada dunia. Salah satu cara untuk mempromosikan budaya adalah dengan mengadakan acara budaya seperti pameran seni, konser musik, festival budaya, dan lain sebagainya. Acara-acara tersebut dapat menjadi wadah untuk memperlihatkan kekayaan seni dan budaya dari suatu daerah, sehingga dapat menarik minat orang untuk mengunjungi dan belajar lebih banyak tentang budaya tersebut.

Media sosial dan platform digital dapat menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan budaya. Melalui video, foto, dan konten-konten menarik, budaya suatu daerah atau negara dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat dunia (Liang Y. J., Chen, C. C., & Chou, T. C, 2019). Ini bisa menjadi peluang untuk memperluas jangkauan dan

meningkatkan kesadaran tentang kekayaan budaya yang dimiliki. Selain itu, pendidikan juga dapat menjadi bagian dari promosi budaya. Dalam pendidikan, dapat diajarkan tentang sejarah, tradisi, dan seni dari suatu daerah atau negara, sehingga generasi muda dapat memahami dan memperkaya pengetahuan mereka tentang budaya tersebut.

Dalam promosi budaya, penting untuk mengenalkan dan mempromosikan budaya secara positif, tanpa mengurangi nilai-nilai dan keunikan yang dimiliki. Hal ini penting untuk membangun pemahaman yang benar tentang kekayaan budaya, serta menghindari stereotip dan diskriminasi. Promosi budaya juga dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan, seperti meningkatkan pariwisata, memperluas jaringan bisnis, dan memperkenalkan produk-produk budaya yang dapat diperdagangkan. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah seperti Kementerian Luar Negeri melalui Kedutaan Besar Republik Indonesia di Negara sahabat, masyarakat, dan pelaku bisnis sangat penting dalam mempromosikan budaya.

Sebagai perpanjangan tangan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia yakni KBRI bertindak sebagai official transaction yang memiliki komitmen, niat dan kesungguhan yang kuat untuk melanjutkan dan meningkatkan hasil yang telah dicapai. Diplomasi Indonesia akan tetap berupaya mengelola perubahan dan mendorong adanya perubahan guna menciptakan kondisi yang kondusif di mana seluruh pihak dapat menikmati kenyamanan bersama (common security), stabilitas bersama (common stability) dan kemakmuran bersama (common prosperity) (Nurul, A., & Jannah, M, 2019).

Komunikasi Politik yang dilakukan KBRI ditujukan untuk mengubah kondisi hubungan yang menyimpan ketegangan politik, ekonomi, militer, sosial, dan budaya, sehingga menjadi kondisi yang tenteram. Ini semua bisa dicapai utamanya berkat kesungguhan upaya para diplomat dalam mewujudkan saling pengertian dan kesepahaman tentang

berbagai masalah internasional. Sebenarnya, kesempatan selalu terbuka dan media komunikasi pun selalu tersedia untuk digunakan dalam penyampaian pesan, kehendak, harapan, atau bahkan ancaman dengan penerapan strategi komunikasi politik.

Di Indonesia, sebagai negara dengan kekayaan budaya yang sangat besar, promosi budaya dapat menjadi peluang untuk memperkenalkan kekayaan seni, tradisi, dan kearifan lokal kepada masyarakat dunia (Yudono J, 2020). Dalam era digital seperti sekarang, promosi budaya dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti melalui media sosial, aplikasi, dan website. Namun, promosi budaya bukanlah tugas yang mudah. Perlu dukungan dari berbagai pihak dan kerja sama yang baik antara pemerintah, masyarakat, pelaku bisnis, dan budayawan. Dengan kerja sama yang baik, promosi budaya dapat menjadi wadah untuk memperkuat identitas bangsa, memperluas jangkauan budaya, dan meningkatkan kesadaran akan kekayaan budaya yang dimiliki.

Dalam menjalankan promosi budaya, juga perlu diperhatikan bahwa setiap daerah atau negara memiliki kekhasan budaya yang berbeda. Oleh karena itu, tidak boleh ada bentuk pemaksaan atau dominasi budaya dari suatu daerah atau negara terhadap yang lain. Sebaliknya, promosi budaya harus dijalankan dengan prinsip saling menghargai dan memperkaya antara satu sama lain. Dengan begitu, promosi budaya dapat menjadi sarana untuk mempererat hubungan antarnegara dan antara masyarakat dunia, serta memperkaya kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi secara global.

Kasus klaim budaya Indonesia oleh Malaysia adalah kasus yang sangat kontroversial dan menarik perhatian publik di Indonesia. Kasus ini terjadi ketika Malaysia mengklaim beberapa budaya Indonesia, seperti Tari Pendet berasal dari Bali, Tari Piring berasal dari Sumatera Barat, Reog Ponorogo dan Kuda Lumping dari Ponorogo, Jawa Timur, Wayang Kulit dari Jawa Tengah dan Jawa Timur, Angkung dari Jawa Barat,

Lagu Daerah Rasa Sayange dari Maluku dan Solo. Batik dan Songket, Keris dari Pulau Jawa, serta klaim akan makanan tradisional Indonesiapun tidak lepas dari gesekan antar kedua negara ini yakni Rendang dari Sumatera Barat.

Dari beberapa warisan budaya Indonesia yang pernah diklaim Malaysia dalam beberapa waktu belakangan. Persoalan klaim mengklaim kebudayaan ini memang sering memanasakan hubungan antara Indonesia dengan negara tetangga. Bagaimana tidak, Malaysia menggunakan budaya Indonesia sebagai budaya mereka sendiri di ajang promosi pariwisata. Hal ini menyebabkan kemarahan dan protes keras dari masyarakat dan pemerintah Indonesia, yang merasa bahwa budaya tersebut adalah warisan bangsa Indonesia yang harus dihargai dan diakui oleh dunia.

Indonesia dan Malaysia adalah dua negara tetangga yang memiliki banyak kesamaan budaya, terutama dalam hal seni dan tradisi. Namun, klaim budaya oleh Malaysia dianggap sebagai tindakan yang tidak etis dan merugikan Indonesia. Budaya adalah bagian penting dari identitas suatu bangsa dan harus dijaga dan dihormati. Oleh karena itu, klaim budaya oleh negara lain dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan bahkan menjadi masalah diplomatik antara kedua negara.

Kasus ini menjadi viral di media sosial dan mendapat perhatian luas dari masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia menunjukkan rasa nasionalisme dan cinta terhadap budaya mereka dengan melakukan protes, kampanye, dan mempopulerkan tagar *#IndonesiaTidakBisaDicuri* di media sosial. Kampanye ini menunjukkan betapa pentingnya untuk mempertahankan dan mempromosikan budaya Indonesia secara positif dan akurat.

Setelah adanya tekanan dan protes dari Indonesia, Malaysia akhirnya mengakui bahwa Batik dan Wayang Kulit adalah warisan budaya Indonesia dan meminta maaf atas klaim tersebut. Ini menunjukkan betapa pentingnya untuk mempertahankan dan menghormati budaya suatu bangsa, serta

menghindari tindakan yang merugikan dan tidak etis seperti klaim budaya oleh negara lain.

Kasus ini juga menjadi pelajaran bagi negara lain untuk lebih memperhatikan dan menghargai budaya negara lain, serta mempromosikan budaya mereka dengan cara yang akurat dan positif. Promosi budaya dapat menjadi peluang yang baik untuk memperkuat identitas bangsa dan memperkenalkannya kepada dunia, namun harus dilakukan dengan hati-hati dan menghargai keunikan dan nilai budaya yang dimiliki.

Di sisi lain, klaim budaya Indonesia oleh Malaysia adalah melemahkan kepercayaan masyarakat terhadap upaya memperkuat hubungan antara kedua negara. Jika ada klaim budaya, maka masyarakat akan merasa tidak nyaman dan tidak percaya bahwa hubungan antara kedua negara dapat ditingkatkan. Oleh karena itu, diperlukan etika dan integritas yang tinggi dalam pelaksanaan promosi budaya oleh KBRI. Promosi budaya harus dilakukan dengan cara yang baik dan benar, sehingga dapat memperkaya dan melestarikan budaya Indonesia, serta memperkuat hubungan antar negara melalui saling penghargaan dan pemahaman akan kebudayaan satu sama lain.

Selain itu, promosi budaya harus diarahkan pada memperkaya dan melestarikan budaya Indonesia, bukan sekadar untuk mendapatkan pengakuan dari negara lain. Dengan cara ini, kita dapat membangun hubungan yang kuat dan saling menghormati antara Indonesia dan negara lain, dan memperkaya keberagaman budaya global. Oleh karena itu, penting bagi KBRI dan semua pihak yang terlibat dalam promosi budaya untuk mempraktikkan etika dan integritas yang tinggi dalam upaya mereka untuk memperkuat hubungan antara Indonesia dan negara lain melalui pengenalan dan pemahaman akan kebudayaan satu sama lain.

Dengan merujuk pada konteks masalah yang telah di sajikan diatas, permasalahan utama yang ingin diketahui peneliti melalui penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Bentuk Komunikasi Politik KBRI Kuala Lumpur dengan Pemerintah Malaysia dalam hal promosi budaya Indonesia di Malaysia?
2. Bagaimana Komunikasi Politik KBRI Kuala Lumpur dalam meningkatkan Promosi Budaya Indonesia di Malaysia?

II. TINJAUAN PUSTAKA

Setelah peneliti melakukan tinjauan penelitian di beberapa perpustakaan dan media sosial, maka penelitian ini akan mengkaji secara empiris bagaimana komunikasi politik dapat menghasilkan sebuah kerjasama, lebih khusus di tingkat KBRI. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu terletak pada objek penelitian, waktu pelaksanaan dan tempat dilakukan penelitian. Dimana objek penelitian dalam hal ini adalah Komunikasi Politik KBRI Kuala Lumpur dalam Promosi Budaya Indonesia di Malaysia, waktu pelaksanaan penelitian ini yaitu pada Januari - Februari 2023 dan tempat penelitian ini di KBRI Kuala Lumpur Malaysia.

Penelitian terdahulu Memoriance, Nyoman Murba Widana, Gusti Ayu Santi Patni (2022) membahas mengenai saat pandemi covid-19 yang melanda dunia menjadikan pariwisata tidak berjalan dengan baik, terkhususnya wisata Desa Sade, Lombok Tengah. Era *new normal* menjadi salah satu peluang dalam promosi wisata Desa Sade, kurangnya pemahaman masyarakat Sade tentang pentingnya teknologi yang menjadi salah satu penurunan tingkat kunjungan wisatawan.

Pada Penelitian terdahulu terdapat persamaan seperti adanya persamaan promosi budaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata guna meningkatkan promosi suatu objek wisata yang sepi pengunjung akibat pandemic covid-19. Dan perbedaannya terletak pada subjek penelitian yaitu pelaksanaan promosi pada penelitian ini adalah dinas pariwisata dan lingkup kajian yang bersifat dalam negeri/nasional serta menggunakan komunikasi media sebagai analisis.

Juliani Tanjung (2020) membahas tentang bagaimana implementasi diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui program Rumah Budaya Indonesia di Malaysia dan untuk melihat tingkat efektivitas program Rumah Budaya Indonesia oleh pemerintah Indonesia di Malaysia. Tujuan program Rumah Budaya Indonesia di Malaysia adalah untuk mengembangkan budaya Indonesia melalui diplomasi budaya internasional dan mendorong lebih banyak minat internasional untuk mengunjungi ikon budaya Indonesia.

Program Rumah Budaya Indonesia sangat bermanfaat bagi lingkungan internasional dan warga negara Indonesia yang tinggal di luar negeri. Strategi yang digunakan melalui: pameran, kompetisi, pertukaran pakar, negosiasi dan konferensi. Dampak dan manfaat kerjasama Indonesia dan Malaysia dalam pendirian Rumah Budaya ini. dari segi ekonomi, kerjasama ini akan membawa keuntungan bagi kedua negara dalam hal peningkatan kegiatan pariwisata kedua negara dari tahun ke tahun. Selain itu, Rumah Budaya secara langsung telah meningkatkan kegiatan sosial budaya di kedua negara.

Pada Penelitian terdahulu terdapat persamaan yang terletak pada pengkajian promosi budaya yang dilakukan pemerintah melalui KBRI Kuala Lumpur. Sedangkan perbedaannya terletak pada komunikasi yang diterapkan dalam menghasilkan kerjasama dimana pada penelitian terdahulu menggunakan perspektif diplomatik sedangkan pada penelitian ini menggunakan komunikasi politik.

Retno Muljani and Emanuel Sunarto (2018) membahas mengenai fungsi pendidikan apa yang dapat dipromosikan melalui koleksi Museum Wayang Kekayon (MWK) dan kriteria apa saja yang harus dimiliki oleh media promosi untuk mempromosikan MWK? Dengan hasil teridentifikasinya fungsi pendidikan MWK untuk memperkenalkan literasi budaya dan nilai-nilai filosofis lain yang relevan, dan kriteria jelas media promosi yang efektif untuk mempromosikan literasi budaya (wayang) di era digital. Studi ini

merekomendasikan agar kegiatan yang menyenangkan tetapi bermakna harus dilakukan di MWK, dan sumber daya serta alat yang relevan harus disediakan dan digunakan untuk mendukung kegiatan tersebut.

Pada Penelitian terdahulu terdapat persamaan pada pengkajian promosi budaya melalui museum Wayang Kekayon yang berfungsi sebagai lembaga pendidikan. Sebagai museum dengan koleksi wayang yang cukup lengkap, MWK dapat berperan untuk memperkenalkan literasi wayang sebagai bagian dari literasi budaya lokal. Adapun perbedaannya terletak pada subjek kajiannya dan lingkup penelitiannya.

Emanuele Mele, *Analyzing cultural localization in online tourism promotion. A PhD thesis resume (2020)* membahas pariwisata internasional yang melibatkan aktivitas online dan offline orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda. Prospek memiliki pengalaman virtual tentang destinasi saat masih berada di rumah melalui situs web dan jejaring sosial populer, seperti YouTube dan Instagram. Di satu sisi, latar belakang budaya dapat memengaruhi cara perusahaan dan organisasi mempromosikan dirinya secara online. Di sisi lain, orang berperilaku berbeda tergantung pada orientasi budaya mereka.

Pada Penelitian terdahulu terdapat persamaan pada promosi budaya pariwisata internasional akan tetapi menggunakan konsep yang bersifat virtual dalam pelaksanaannya. Sedangkan perbedaan terletak pada objek kajian lokalisasi budaya dalam promosi.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bentuk komunikasi politik KBRI Kuala Lumpur dan meningkatkan promosi budaya Indonesia di Malaysia dengan menggunakan Teori Sosial Kognitif dari Albert Bandura. Penelitian ini dilaksanakan pada Desember 2022 sampai Maret 2023.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui: *Wawancara* mendalam di

implementasikan kepada informan-informan yang telah di pilih oleh objek penelitian. Alasan memilih metode wawancara mendalam ini guna untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci ataupun informasi yang lebih detail mengenai dari objek penelitian. Wawancara merupakan suatu proses di mana narasumber dan pewawancara melakukan tanya jawab dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek penelitian di lingkungan sekitarnya. Tujuan dari observasi adalah untuk mendukung hasil dari wawancara atau teknik pengumpulan data lainnya dengan mengamati perilaku, kegiatan, atau fenomena yang terjadi di tempat objek penelitian berada. Observasi dapat dilakukan dengan cara langsung melihat dan mencatat apa yang terjadi di sekitar objek penelitian, atau dengan merekam kegiatan tersebut kemudian data yang tercatat dapat diolah menjadi data pendukung dari wawancara.

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi melalui dokumen atau arsip yang relevan dengan objek penelitian. Dokumen yang dapat digunakan dalam teknik dokumentasi antara lain gambar, catatan, laporan, rekaman, dan dokumen-dokumen lainnya yang dapat membantu dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Teknik dokumentasi biasanya digunakan sebagai pelengkap dari teknik pengumpulan data lainnya, seperti wawancara dan observasi, untuk memperkuat validitas hasil penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah komunikasi yang dapat menjadi sumber informasi dan pengaruh bagi individu dalam membentuk opini dan perilaku politik mereka. Dalam hal komunikasi politik, individu dapat

memperoleh informasi dari berbagai sumber, seperti media massa, kampanye politik, dan debat politik. Informasi tersebut kemudian dapat memengaruhi pandangan, sikap, dan perilaku politik mereka. Oleh karena itu dalam hal melakukan komunikasi politik, KBRI Kuala Lumpur menerapkan beberapa bentuk komunikasi agar bisa meningkatkan promosi budaya Indonesia di Malaysia.

Hasil wawancara dengan Yoshi Iskandar pada hari Senin, 13 Februari 2023, sebagai Koordinator Fungsi Penerangan dan Sosial Budaya Kedutaan Besar Republik Indonesia Kuala Lumpur. Pada saat pelaksanaan komunikasi politik dalam hal promosi budaya di Malaysia, dalam hal ini menggunakan beberapa bentuk komunikasi politik diantaranya :

Pertemuan pemerintah malaysia

Pertemuan bilateral antara kedua negara merupakan sebuah forum penting yang bertujuan untuk membahas masalah-masalah yang berhubungan dengan kesejahteraan masyarakat dan kemajuan hubungan antar negara. Pertemuan tersebut dilakukan secara langsung antara pemerintah dan tokoh masyarakat Malaysia, dimana mereka dapat berdiskusi dan bersinergi untuk menemukan solusi terbaik untuk masalah yang dihadapi, seperti kebijakan pemerintah, masalah sosial, budaya, ekonomi, keamanan, pendidikan, dan lain-lain. Pertemuan tersebut dapat menjadi sarana yang efektif dalam membangun kerjasama dan kesepahaman antara pemerintah dan masyarakat, serta menciptakan stabilitas dan kemajuan bagi kedua negara.

Pertemuan pemerintah dan tokoh masyarakat

Pada pertemuan antara pemerintah dan tokoh masyarakat, terdapat beberapa topik penting yang dapat dibahas secara mendalam, seperti kebijakan pemerintah dalam berbagai aspek, promosi budaya Indonesia di Malaysia, upaya untuk memperkuat hubungan budaya antara Indonesia dan Malaysia, serta meningkatkan perlindungan hak-hak warga

negara Indonesia di Malaysia. Dalam hal ini, KBRI dapat melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait, seperti pemerintah Malaysia, organisasi masyarakat sipil, dan lembaga internasional, untuk meningkatkan perlindungan hak-hak warga negara Indonesia di Malaysia dan melakukan upaya-upaya diplomasi.

Pertemuan langsung antar pemerintah

Melalui pertemuan langsung dengan pemerintah Malaysia, KBRI dapat menyampaikan informasi tentang kebudayaan Indonesia dan membicarakan potensi kerja sama bidang kebudayaan antara kedua negara dalam rangka memperkenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat Malaysia, acara budaya Indonesia dapat diadakan dengan menampilkan berbagai aspek budaya Indonesia, seperti tradisi, seni, dan kuliner. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat Malaysia untuk mengenal lebih jauh kebudayaan Indonesia.

Pelaksanaan acara budaya Indonesia

Pelaksanaan acara budaya Indonesia di Malaysia merupakan salah satu bentuk komunikasi politik dalam promosi budaya Indonesia di negara tetangga tersebut. Pelaksanaan acara budaya Indonesia di Malaysia dapat menjadi salah satu cara untuk mempromosikan keunikan dan keindahan budaya Indonesia di negara tetangga tersebut. Acara budaya tersebut dapat melibatkan berbagai hal, seperti tari tradisional, musik, pameran seni, dan kuliner Indonesia.

Dengan melakukan berbagai kegiatan promosi budaya Indonesia di Malaysia, KBRI memperkuat hubungan antara Indonesia dan Malaysia melalui saling pengertian dan apresiasi terhadap kebudayaan masing-masing negara. KBRI juga dapat memperkenalkan keberagaman budaya Indonesia kepada masyarakat Malaysia dan meningkatkan pemahaman serta apresiasi terhadap kebudayaan Indonesia.

Tujuan dari kegiatan promosi budaya ini adalah untuk memperkenalkan keindahan

dan keragaman kebudayaan Indonesia kepada masyarakat Malaysia serta meningkatkan pemahaman dan kerja sama budaya antara Indonesia dan Malaysia. Dengan cara ini, KBRI di Malaysia berperan penting dalam mempromosikan kebudayaan Indonesia di luar negeri dan memperkuat hubungan budaya antara kedua negara.

Berikut adalah beberapa contoh kegiatan promosi budaya yang telah dilakukan oleh KBRI di Malaysia:

Festival Seni Budaya Indonesia-Malaysia: Pada tahun 2019, KBRI bekerja sama dengan Dewan Kesenian Jakarta mengadakan Festival Seni Budaya Indonesia-Malaysia di Kuala Lumpur. Festival ini melibatkan seniman dan budayawan dari Indonesia dan Malaysia dalam pertunjukan seni, workshop seni, dan diskusi tentang kebudayaan kedua negara.

Pameran Kain Tenun Nusantara: Pada tahun 2020, KBRI mengadakan pameran kain tenun Nusantara di Kuala Lumpur yang menampilkan berbagai jenis kain tenun dari berbagai daerah di Indonesia. Pameran ini bertujuan untuk memperkenalkan keindahan dan keragaman kain tenun Indonesia kepada masyarakat Malaysia.

Indonesian Film Festival: Pada tahun 2022 KBRI seringkali mengadakan Indonesian Film Festival di Malaysia untuk memperkenalkan film-film Indonesia kepada masyarakat Malaysia. Film-film yang diputar meliputi berbagai genre seperti drama, komedi, dan dokumenter yang menceritakan tentang kehidupan dan budaya Indonesia.

Indonesian Food Festival: Pada tahun 2017 KBRI juga mengadakan Indonesian Food Festival di Malaysia untuk memperkenalkan masakan Indonesia kepada masyarakat Malaysia. Festival ini menampilkan berbagai jenis masakan Indonesia dan juga kegiatan memasak serta demonstrasi cara memasak masakan Indonesia.

Pertunjukan Wayang Kulit: Pada tahun 2021 KBRI juga mengadakan pertunjukan wayang kulit di Malaysia untuk memperkenalkan seni tradisional Indonesia kepada masyarakat Malaysia. Pertunjukan wayang kulit yang dilakukan di Malaysia

seringkali disertai dengan cerita-cerita yang berasal dari kisah-kisah rakyat Indonesia.

Publikasi melalui media massa lokal

Publikasi melalui media massa lokal dapat menjadi salah satu cara yang efektif untuk memperkenalkan budaya daerah kepada masyarakat luas. Melalui media massa lokal, informasi tentang kebudayaan daerah dapat disajikan dengan berbagai bentuk media seperti koran, majalah, radio, televisi, dan media sosial. Dalam publikasi tersebut, media massa lokal dapat mengulas berbagai informasi tentang budaya daerah seperti sejarah, tradisi, kesenian, kuliner, dan tempat wisata yang memiliki nilai sejarah dan budaya.

Dalam publikasi tersebut, media massa lokal yang ada di Malaysia dapat memperkenalkan berbagai tradisi budaya yang masih dilestarikan oleh masyarakat setempat. Misalnya, dalam sebuah majalah lokal, dapat diulas tentang upacara adat seperti piodalan, seren taun, maupun upacara kematian yang masih dilakukan di beberapa daerah di Indonesia. Media massa lokal juga dapat menghadirkan informasi tentang kesenian tradisional seperti tari, musik, seni rupa, dan teater yang masih ada di daerah-daerah tertentu di Indonesia.

Media massa lokal juga dapat mempublikasikan informasi tentang tempat wisata yang memiliki nilai sejarah dan budaya di daerah tertentu. Dalam publikasi tersebut, media massa lokal dapat memberikan informasi yang lengkap dan detail tentang tempat-tempat tersebut. Misalnya, sebuah televisi lokal Malaysia dapat membuat acara yang mengangkat tentang wisata budaya seperti museum, candi, atau tempat bersejarah lainnya di Indonesia.

Tidak hanya itu, KBRI Kuala Lumpur memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan kebudayaan Indonesia, seperti dengan mengadakan *virtual tour* atau konser musik online. Dalam situasi pandemi COVID-19 seperti sekarang ini, kegiatan virtual ini dapat menjadi alternatif untuk tetap mempromosikan kebudayaan Indonesia tanpa harus mengadakan acara yang

melibatkan banyak orang.

Promosi melalui media sosial

Promosi budaya Indonesia melalui media sosial di Malaysia dapat menjadi cara yang efektif untuk memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia kepada masyarakat Malaysia. Di era digital seperti sekarang, media sosial telah menjadi salah satu alat yang paling kuat untuk menjangkau masyarakat, khususnya generasi muda. Dalam platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, promosi budaya Indonesia dapat dilakukan dengan cara yang kreatif dan inovatif, seperti penggunaan video, gambar, dan konten menarik yang dapat memotivasi masyarakat untuk mengetahui lebih dalam tentang budaya Indonesia.

Di platform media sosial Instagram, banyak akun yang mempromosikan keindahan budaya dan wisata di Indonesia, seperti Tari Pendet, Tari Saman, dan Tari Kecak yang merupakan tarian tradisional dari Bali dan Sumatera. Hal ini dapat memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia kepada masyarakat Malaysia, khususnya bagi mereka yang belum pernah berkunjung ke Indonesia.

Selain Instagram dan YouTube, Facebook juga menjadi platform media sosial yang populer di Malaysia. Banyak grup yang mempromosikan budaya Indonesia, seperti grup tari tradisional, kuliner, atau seni rupa. Dalam grup tersebut, anggota dapat berbagi informasi dan pengalaman tentang kebudayaan Indonesia, serta dapat memperkenalkan budaya mereka kepada masyarakat lainnya.

KBRI Kuala Lumpur memiliki peran dalam memperkuat hubungan politik antara Indonesia dan Malaysia. KBRI Kuala Lumpur dapat mengadakan pertemuan dengan pejabat pemerintah Malaysia untuk membahas berbagai isu bilateral antara kedua negara, seperti perdagangan, investasi, keamanan, dan lingkungan. KBRI Kuala Lumpur juga dapat memfasilitasi dialog antara kedua negara dalam forum-forum internasional, seperti ASEAN, APEC, dan PBB, untuk meningkatkan koordinasi dan kerja sama

dalam mengatasi isu-isu global yang terkait dengan kepentingan kedua negara.

Tidak hanya itu, KBRI Kuala Lumpur juga dapat memainkan peran sebagai jembatan antara Indonesia dan Malaysia dalam mengatasi isu-isu politik yang terkait dengan negara-negara ASEAN dan Asia Tenggara. KBRI Kuala Lumpur dapat memfasilitasi dialog antara kedua negara dalam hal-hal seperti perbatasan, hak asasi manusia, perdagangan bebas, dan lingkungan. Dengan cara ini, KBRI Kuala Lumpur dapat membantu memperkuat kerja sama antara Indonesia dan Malaysia sebagai anggota-anggota ASEAN dan sebagai negara-negara yang berada di wilayah Asia Tenggara.

KBRI Kuala Lumpur juga berupaya untuk mengoptimalkan media sosial dan situs web resmi untuk mempromosikan berbagai kegiatan budaya yang diselenggarakan. Selain itu, KBRI Kuala Lumpur juga menggandeng masyarakat Indonesia di Malaysia untuk ikut serta dalam kegiatan promosi budaya. Beberapa komunitas Indonesia di Malaysia seperti komunitas seni, tari, dan musik turut berpartisipasi dalam kegiatan promosi budaya. Dalam hal ini, KBRI Kuala Lumpur juga memberikan dukungan dan fasilitasi untuk mengoptimalkan partisipasi masyarakat Indonesia di Malaysia

Peningkatan promosi budaya

Peningkatan promosi budaya menjadi salah satu fokus penting bagi KBRI Kuala Lumpur di Malaysia. Hal ini terkait dengan upaya untuk memperkuat hubungan bilateral antara Indonesia dan Malaysia serta meningkatkan citra Indonesia di mata masyarakat Malaysia. Untuk mencapai tujuan tersebut, KBRI Kuala Lumpur melakukan berbagai kegiatan promosi budaya seperti pertunjukan musik, festival seni, pameran budaya, dan kolaborasi sineman antara Indonesia dan Malaysia.

Melalui promosi budaya yang dilakukan oleh KBRI Kuala Lumpur di Malaysia, diharapkan dapat terus memperkuat persahabatan dan kerja sama antara Indonesia dan Malaysia serta masyarakat kedua negara.

Dengan semakin meluasnya pemahaman dan toleransi antarbudaya, dapat membuka peluang untuk memperluas kerja sama di berbagai bidang seperti ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Selain itu, promosi budaya juga dapat menjadi sarana yang efektif dalam mempromosikan pariwisata dan pro duk-produk kebudayaan Indonesia di pasar internasional.

Intangible cultural heritage (ICH UNESCO)

ICH UNESCO merupakan bagian dari warisan budaya suatu tempat yang terdiri dari praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan, instrumen, objek, artefak, dan ruang budaya. Warisan budaya tak-benda ini menjadi fokus UNESCO dalam mempromosikan dan melindungi aspek-aspek budaya tak benda di seluruh dunia.

Pada tahun 2001, UNESCO melakukan *survei* antara negara dan LSM untuk mencapai kesepakatan definisi tentang warisan budaya takbenda. Kemudian, Konvensi untuk Perlindungan Warisan Budaya Tak benda dirancang pada tahun 2003 untuk tujuan perlindungan dan promosi warisan budaya takbenda tersebut. Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah memperoleh beberapa pengakuan atas kekayaan budaya yang dimilikinya, seperti reog Ponorogo dan kain songket Palembang yang telah masuk ke dalam daftar warisan budaya tak benda dunia ICH UNESCO. Ini menunjukkan bahwa upaya promosi budaya yang dilakukan oleh KBRI Kuala Lumpur dan pihak-pihak terkait lainnya telah membuahkan hasil dan memberikan dampak positif bagi Indonesia dalam memperoleh pengakuan internasional atas kekayaan budayanya.

Dengan terus menggalakkan promosi budaya yang tepat dan inovatif serta dukungan dari berbagai pihak, Indonesia dapat memperoleh pengakuan yang lebih banyak atas kekayaan budayanya dan memperkuat posisinya sebagai salah satu negara dengan kekayaan budaya yang luar biasa di dunia.

“Dalam rangka memperoleh pengakuan atas kekayaan budaya Indonesia dan memasukkan

warisan budaya Indonesia ke dalam daftar ICH UNESCO, KBRI Kuala Lumpur dan pihak-pihak terkait juga melakukan berbagai penelitian dan dokumentasi tentang budaya Indonesia. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang akurat dan mendalam tentang kekayaan budaya Indonesia serta untuk memenuhi persyaratan yang diperlukan dalam pengajuan warisan budaya ke ICH UNESCO”.

Menurut Yoshi Iskandar selaku koordinator Fungsi Penerangan dan Sosial Budaya KBRI Kuala Lumpur.



Sumber: Dokumentasi Penelitian

Upaya-upaya promosi budaya yang dilakukan oleh KBRI Kuala Lumpur memberikan dampak positif bagi hubungan bilateral antara Indonesia dan Malaysia. Promosi budaya yang aktif dan inovatif dapat meningkatkan pemahaman dan penghargaan antara kedua negara serta memperkuat hubungan kerja sama dalam berbagai bidang, termasuk bidang ekonomi, politik, dan keamanan.

Indonesia dan Malaysia memiliki beberapa warisan budaya yang telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya dunia. Beberapa contoh warisan budaya yang sama

antara Indonesia dan Malaysia yang telah diakui oleh UNESCO antara lain:

1. Batik - Pada tahun 2009, UNESCO mengakui batik sebagai Warisan Budaya Takbenda Manusia. Batik adalah seni tenun khas Indonesia dan Malaysia yang dihargai secara internasional karena keindahan dan keunikannya.
2. Angklung - Pada tahun 2010, UNESCO mengakui angklung sebagai Warisan Budaya Takbenda Manusia. Angklung adalah alat musik tradisional dari Indonesia dan Malaysia yang terbuat dari bambu.
3. Wayang kulit - Pada tahun 2008, UNESCO mengakui wayang kulit sebagai Warisan Budaya Takbenda Manusia.
4. Wayang kulit adalah seni tradisional dari Indonesia dan Malaysia yang menggunakan bayangan wayang kulit sebagai media untuk menceritakan kisah-kisah epik.

Indonesia dan Malaysia juga memiliki beberapa warisan budaya lainnya yang telah diakui oleh UNESCO, seperti tari kecak Bali, tari saman Aceh, dan melukat di Bali. Upaya yang dilakukan oleh KBRI Kuala Lumpur di Malaysia juga bertujuan untuk memperluas pemahaman dan penghargaan atas kekayaan budaya Indonesia dan Malaysia serta meningkatkan kemungkinan untuk memasukkan lebih banyak warisan budaya Indonesia dan Malaysia ke dalam daftar ICH UNESCO di masa depan.

Dalam hal hubungan promosi budaya antara Indonesia dan Malaysia menuju pencapaian ICH UNESCO, KBRI Kuala Lumpur Kuala Lumpur memainkan peran penting dalam menghubungkan kedua negara dalam berbagai kegiatan promosi budaya. Sejak awal tahun 2000-an, KBRI Kuala Lumpur telah aktif dalam upaya memperkenalkan dan mempromosikan budaya Indonesia di Malaysia, termasuk dalam hal promosi warisan budaya Indonesia. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh KBRI Kuala Lumpur adalah mengadakan pameran seni, pertunjukan budaya, dan seminar yang bertujuan untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat Malaysia.

Diplomasi Indonesia – Malaysia

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan modernisasi, pelestarian dan promosi warisan budaya menjadi semakin penting. Indonesia dan Malaysia memiliki kekayaan budaya yang luar biasa, yang harus dijaga dan dipromosikan agar dapat diwariskan kepada generasi mendatang. Melalui kerja sama dan kolaborasi, Indonesia dan Malaysia dapat bekerja bersama untuk mengajukan lebih banyak warisan budaya ke daftar ICH UNESCO dan mempromosikan warisan budaya mereka kepada dunia.

Untuk mencapai tujuan tersebut, ada beberapa hal yang perlu dilakukan oleh Indonesia dan Malaysia, seperti meningkatkan kerja sama dalam bidang budaya dan seni, meningkatkan promosi dan pengetahuan tentang warisan budaya di antara masyarakat kedua negara, serta meningkatkan pemahaman tentang pentingnya melestarikan warisan budaya untuk keberlangsungan budaya dan identitas nasional. Selain itu, Indonesia dan Malaysia juga perlu bekerja sama dalam mengatasi tantangan yang dihadapi dalam menjaga dan mempromosikan warisan budaya mereka.

Keberhasilan promosi budaya Indonesia di Malaysia dapat diukur dari seberapa besar pengetahuan dan minat masyarakat Malaysia terhadap budaya Indonesia, serta seberapa sering budaya Indonesia dipromosikan dan dipertunjukkan di Malaysia. Faktor yang mempengaruhi keberhasilan promosi budaya Indonesia di Malaysia dengan meningkatnya hubungan diplomasi antara kedua negara. Adapun disebutkan sebagai berikut:

1. Meningkatnya minat dan pengakuan masyarakat Malaysia terhadap budaya Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Malaysia ke Indonesia, peningkatan minat belajar bahasa Indonesia di Malaysia, dan peningkatan popularitas produk-produk budaya Indonesia di pasar Malaysia. Meningkatnya kerjasama antara Indonesia dan Malaysia dalam bidang budaya. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kegiatan budaya bersama yang diadakan

oleh kedua negara, peningkatan jumlah pelajar dan mahasiswa Malaysia yang belajar di Indonesia, serta peningkatan jumlah acara budaya Indonesia yang diselenggarakan di Malaysia dan sebaliknya.

2. Meningkatnya citra positif Indonesia di mata masyarakat Malaysia. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei opini yang menunjukkan bahwa masyarakat Malaysia memiliki persepsi yang positif terhadap Indonesia, baik dalam hal budaya, politik, ekonomi, maupun sosial-budaya.
3. Meningkatnya dukungan media massa terhadap promosi budaya Indonesia di Malaysia. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah liputan media massa tentang kegiatan budaya Indonesia di Malaysia, serta meningkatnya jumlah artikel dan siaran yang mengulas positif tentang budaya Indonesia.
4. Meningkatnya dukungan pemerintah Malaysia terhadap promosi budaya Indonesia di Malaysia. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya dukungan pemerintah Malaysia terhadap kegiatan budaya Indonesia di Malaysia, baik dalam hal pembiayaan, dukungan logistik, maupun dukungan politik.

Peningkatan Pariwisata

Indonesia memiliki potensi wisata yang besar dengan keindahan alam dan keanekaragaman budayanya. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia, pemerintah dan seluruh pemangku kepentingan perlu melakukan upaya-upaya seperti pengembangan infrastruktur pariwisata, promosi pariwisata yang lebih agresif, serta pemberian kemudahan dan kenyamanan bagi para wisatawan.

Promosi pariwisata dapat dilakukan dengan cara meningkatkan visibilitas Indonesia di kancah internasional, dengan mengikuti berbagai pameran dan festival pariwisata internasional serta memperkuat *branding* Indonesia sebagai destinasi wisata yang menarik. Promosi pariwisata juga dapat dilakukan melalui media sosial, website,

brosur, dan video promosi.

Dengan melakukan upaya-upaya tersebut secara terus-menerus dan konsisten, maka Indonesia akan semakin dikenal sebagai destinasi wisata yang menarik dan ramah wisatawan, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia dan berdampak positif pada perekonomian negara.

Secara keseluruhan, peningkatan kunjungan wisatawan ke Indonesia dapat dicapai dengan melakukan upaya-upaya yang mencakup pengembangan infrastruktur, promosi pariwisata yang agresif, pengembangan produk kreatif dan lokal, diversifikasi produk pariwisata, peningkatan keamanan dan keselamatan, pengurangan dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan, dan partisipasi masyarakat. Dengan terus melakukan upaya-upaya tersebut secara konsisten, Indonesia akan semakin dikenal sebagai destinasi wisata yang menarik, berkesan, dan ramah.

Hal ini dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan Malaysia untuk mengunjungi Indonesia dan menikmati berbagai pengalaman unik yang hanya dapat ditemukan di Indonesia. Dengan demikian, dapat dibuktikan pada kunjungan wisatawan Malaysia ke Indonesia yang meningkat dari tahun ke tahun. Menurut data Kementerian Hukum dan HAM (Direktorat Jendral Imigrasi) dan Hasil MPD pada tahun 2021 kunjungan wisatawan Malaysia ke Indonesia menurut kebangsaan mencapai 480.723 orang dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari tahun sebelumnya yakni mencapai 1.037.450 orang.

Oleh karena itu, promosi budaya Indonesia oleh KBRI Kuala Lumpur di Malaysia merupakan sebuah langkah penting untuk memperkuat daya saing Indonesia dengan negara lain. Dengan upaya yang berkelanjutan, dapat mampu memperkenalkan kekayaan dan keindahan budaya Indonesia kepada masyarakat Malaysia dan dunia, serata meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, dan memberikan dampak positif bagi pariwisata

dan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

V. KESIMPULAN

KBRI Kuala Lumpur di Malaysia memiliki peran yang sangat krusial dalam mempromosikan budaya Indonesia di Malaysia. Sebagai perwakilan Indonesia di Malaysia, KBRI Kuala Lumpur membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan pemerintah Malaysia, serta memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia kepada mereka. Bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh KBRI Kuala Lumpur adalah melalui pertemuan langsung dengan pejabat pemerintah dan tokoh masyarakat Malaysia, pelaksanaan acara budaya, promosi menggunakan media lokal serta promosi melalui media sosial KBRI Kuala Lumpur.

Dengan menggunakan beberapa bentuk komunikasi politik guna mendukung peningkatan promosi budaya Indonesia di Malaysia seperti yang disebutkan diatas. Maka dapat dilihat keberhasilan peningkatan promosi budaya dengan penggunaan komunikasi politik seperti bergabungnya Indonesia dan Malaysia di ICH UNESCO peningkatan hubungan diplomasi antara Indonesia dan Malaysia serta peningkatan kunjungan warga Malaysia ke Indonesia.

REFERENSI

- [1] Badan Pusat Statistik, 2023.
<https://www.bps.go.id/>
- [2] Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.
- [3] Bandura, A. (2001). *Social cognitive theory: An agentic perspective*. *Annual review of psychology*, 52(1), 1-26.
- [4] Creswell W. John. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [5] Detik News, 2022. Reog hingga Rendang, Ini 14 Warisan Budaya RI Mau Diakui Malaysia
<https://news.detik.com/berita/d-6019917/reog-hingga-rendang-ini-14-warisan-budaya-ri-mau-diakui-malaysia>
- [6] Husamah, (2016). *Melabel Teorinya Sebagai Teori Kognitif Sosial*. Jawa Barat: Universitas Siliwangi
- [7] Kedutaan Besar Republik Indonesia Kuala Lumpur di Malaysia, 2023.
<https://www.kemlu.go.id/kualalumpur/id>
- [8] Kementerian Hukum dan HAM (Direktorat Jendral Imigrasi), 2023.
<https://kemenkumham.go.id/>
- [9] Kristensen, N. N., & Roosvall, A. (2021). Cultural communication as political communication. In E. Skogerbø, Ø. Ihlen, N. N. Kristensen, & L. Nord (Eds.), *Power, communication, and politics in the Nordic countries* (pp. 177–196).
- [10] Liang, Y. J., Chen, C. C., & Chou, T. C. (2019). The impact of work-family enrichment on job satisfaction: The mediating role of social exchange relationships. *Journal of Business and Psychology*, 34(1), 59-72.
- [11] Lilleker, D. G. (2018). *Political communication: Theories, processes and influences*. Routledge.
- [12] Mele, Emanuela. 2020. *Analyzing cultural localization in online tourism promotion. A PhD thesis resume*. Prancis. Open Edition Journal.
- [13] Nurul, A., & Jannah, M. (2019). Diplomasi Indonesia dalam Upaya Mewujudkan Keamanan Bersama di Asia Tenggara. *Journal of Southeast Asian Studies*, 24(2), 125-136.
- [14] Prihanto, A. A. (2019). Diplomasi Budaya Dalam Peningkatan Hubungan Internasional: Kasus Indonesia-Malaysia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 247-262.
- [15] Tanjung, Juliani. 2020. *Diplomasi Kebudayaan Indonesia Terhadap Malaysia Melalui Rumah Budaya Indonesia*. Riau: JOM Fisip.

- [16] Tarek, Khandker. 2015. *Promoting Fashion Culture: Understanding the Role of Cultural Intermediaries*. Australia: Monash University.
- [17] Viva.co.id. 2022. 9 Budaya Indonesia yang Pernah Diklaim Malaysia, Terbaru Reog Ponorogo. <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/inspirasi-unik/1464267-9-budaya-indonesia-yang-pernah-diklaim-malaysia-terbaru-reog-ponorogo?page=4>
- [18] Yudono, J. (2020). *Diplomasi Budaya dalam Meningkatkan Citra Indonesia di Mancanegara*. *Jurnal Hubungan Internasional*, 6(1), 42-56