

Upin & Ipin: Melayu Islam, Politik Kultur, dan Dekomodifikasi New Media

M. Endy Saputro

Center for Religious and Cross-Cultural Studies (CRCS),
Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta

Abstract: This article discusses the cultural politics of *Upin & Ipin*: Malaysian-based animation series that have been watched by many children, young and adult viewers across Muslim countries and have received a lot of praises from various events, home and abroad. It argues that *Upin & Ipin* represents the idea of united Malaysia (one Malaysia) within its cultural and ethnic diversity, stressing that these TV series may unwittingly control and commodify values of Malaysian cultural diversity.

Keywords: Upin & Ipin, Melayu, politik kultur, new media.

A. Pendahuluan: *New Media* dan Kultur Animasi

Gagasan *new media* di jagad komunikasi, media, maupun *cultural studies* agaknya belum menemui sebuah titik temu. Beberapa peneliti maupun praktisi memiliki berbagai definisi tentang istilah ini. Pertama, dengan nada pesimis dan sinis, ada anggapan bahwa *new media* hanya sebuah istilah, tanpa kejelasan pretensi. Anggapan ini didasarkan pada fakta keajegan bahwa tidak ada perbedaan jelas antara *new media* dan *old media*.¹ Kedua, sebagai oposisi terhadap pendapat pertama, ada argumen bahwa batas antara *new media* dan *old media* terletak pada revolusi teknologi. Dua teknologi dimaksud adalah internet dan format digital.² Ketiga, sebagai kesinambungan dari pendapat kedua, ada tilikan yang menganalisis karakter utama *new media* terletak pada transformasi konsumsi dan produksi kultur di

media. Dua karakter kultural utama pendapat ketiga ini adalah interaktivitas dan narsisme ego identitas (*self-identity*).³

Beranjak dari ketiga pendapat di atas, artikel ini bersepakat dengan Dewdney dan Ride yang mendaku *new media* “signals more about the contemporary cultural concepts and contexts of media practices than it does simply a new set of technologies.”⁴ Pendapat ini menegaskan produk kultural kontemporer dan konteks praktik media sebagai karakter utama *new media*. Meskipun Dewdney dan Ride terkesan tidak menjadikan inovasi teknologi sebagai faktor dominan, hal ini tetap berperan penting dalam analisis *new media*. Namun, definisi tersebut agaknya belum cukup; perlu ditambahkan satu variabel untuk melengkapi analisis *new media*, yaitu interaktivitas. Interaktivitas bisa dimaknai sebagai kemudahan akses dan keterjangkauan media. Dengan demikian, apabila boleh dirumuskan, *new media* = inovasi teknologi (digital, 3D, dsb) + interaktivitas (keterjangkauan/ketersediaan akses, relasi media dan diri, dsb) + politik kultur (konsep kultural kontemporer, konteks praktik media, representasi, dsb). Elemen-elemen ini bisa ditemui dan menjadi penanda akademik salah satu produk Sage Database, salah satu *online database* terkenal di dunia, yaitu jurnal *Television and New Media* yang terbit perdana pada Februari 2000 sampai sekarang.

Untuk menguji rumus di atas, artikel ini mengambil televisi sebagai objek materialnya dengan beberapa pertimbangan. Pertama, televisi merupakan sebuah konsumsi keintiman. Saat ini, dengan keterjangkauan harga, hampir di setiap rumah di seluruh dunia tersedia televisi. Bahkan dengan inovasi teknologi terkini, televisi mampu hadir dalam genggam terpasang-padu dengan telepon genggam (*handphone*). Kedua, sejak tiga dasawarsa terakhir, televisi mengalami perkembangan baik di bidang inovasi kualitas (bentuk atau gambar) maupun format acara. Televisi tak lagi sekadar sebuah kotak berujud kubus, namun telah bertransformasi menjadi televisi seksi dengan ke-*slim-an body*. Kualitas gambar pun mengalami evolusi dari sekadar hitam-putih, berwarna, kini beralih ke 3D, sehingga sanggup menghadirkan sentuhan bioskop dengan suara *surround* di rumah. Televisi juga mengudara hampir 24 jam sehari dengan

berbagai menu acara dan pilihan saluran (*channel*). Seorang penikmat televisi juga dimanjakan oleh penyedia televisi berlangganan dengan harga relatif murah. Kedua pertimbangan ini semakin meneguhkan pendapat bahwa konsumsi keintiman televisi merupakan bagian dari proses *embodiement* (kemanunggalan) antara media dan manusia.

Bagaimana dengan politik kultur dalam televisi? Sejak lahir televisi telah menjadi arena politik kultur suatu negara. *Nation-building* dengan berbagai variasinya adalah karakter utama politik kultur ini. Di Inggris, pada kurun 1955-1965, televisi menjadi media pemerintah dalam mengkonstruksikan politik diversitas masyarakat.⁵ Di Mesir, melalui tayangan drama, pemerintah Mesir melakukan propaganda nasionalisme di televisi dengan menyewa bintang film-bintang film terkenal.⁶ Di India, pemerintah, yang didominasi pejabat partai Hindutva, menginstitutionalisasi pembangunan nasionalisme Hindu melalui televisi.⁷ Di Rusia, televisi merupakan sebuah politik memori kejayaan nasionalisme Soviet masa lalu.⁸ Di Indonesia, televisi di era Orde Baru merupakan sebuah sarana pendukung pembangunan rezim penguasa.⁹

Di era kebebasan pers, pemerintah tak lagi mendominasi daftar menu acara di televisi. Muncul stasiun televisi swasta di luar kendali pemerintah. Beberapa stasiun televisi di negara-negara tertentu justru menjadi media kritik terhadap pemerintah. Di Hongkong, televisi menjadi ajang kontestasi pembentukan identitas Hongkong *vis-a-vis* masyarakat Cina Daratan.¹⁰ Demikian pula di Jepang, di setiap era, sebagai penyeimbang propaganda rezim berkuasa, ada beberapa pihak yang menyuarakan kritik terhadap pemerintah.¹¹ Di Indonesia sendiri, kemunculan stasiun televisi swasta bahkan mampu menggeser kedudukan stasiun pemerintah; bahkan kemunculan stasiun lokal melahirkan politik identitas program-program lokal yang mengangkat kearifan lokal setempat.

Perlu ditegaskan, program-program politik kultur televisi di atas hanya menjangkau kalangan dewasa, sebab tayangan yang ditawarkan lebih sering berbentuk drama, film televisi (ftv), dan tayangan dewasa lainnya. Tayangan-tayangan seperti ini mengundang spekulasi bahwa penikmat televisi merupakan penonton yang cerdas. Mereka

tidak sekadar menonton untuk menghibur diri, tetapi melihat untuk menyeleksi mana tayangan yang layak atau tidak. Oleh karena itu, politik kultur di atas berpotensi hanya menjangkau orang-orang tertentu yang kurang berpendidikan. Hal ini tentu berbeda apabila tayangan ditawarkan dalam bentuk animasi.

Di Indonesia, meskipun belum ada animasi-buatan-dalam-negeri, telah berhasil melaksanakan politik kultur boneka-tangan *Si Unyil*, yang bisa disebut sebagai proto-animasi. *Si Unyil*, dengan jumlah episode 603 tayang dari 1981-1993, merupakan media propaganda Orde Baru dalam membentuk kultur pembangunan Pancasila versi Soeharto.¹² Dikarenakan sasaran penonton *Si Unyil* adalah anak-anak, tayangan ini menjadi menarik, sebab penginstalan doktrin Pancasila telah dimulai pada usia dini. Apa jadinya bila seorang anak, dan jutaan anak Indonesia lainnya, sejak 1981 hingga 1993 tidak melewatkan satu episode pun tayangan *Si Unyil*? *Si Unyil* dengan demikian bukan sekadar tayangan-untuk-anak, tetapi sebuah acara untuk membentuk keluarga ideal Indonesia berlandaskan Pancasila versi Orde Baru.

Tayangan *Si Unyil*, yang sederhana, ternyata meneguhkan kompleksitas tayangan-untuk-anak. Kompleksitas ini akan semakin rumit ketika tayangan-untuk-anak melibatkan kreasi kartun dan animasi dengan kualitas gambar-gerak yang lebih sempurna dibanding boneka. Meskipun pada mulanya dianggap remeh, kartun dan animasi menyimpan potensi, meminjam istilah Stabile dan Harrison, *bimodal address*,¹³ merujuk pada cara-cara animasi mengundang kesadaran ego untuk berefleksi bersama melalui intertektualitas ironi dan parodi. Stabile dan Harrison mencontohkan *The Simpson*. Kartun dua dimensi ini hanya dianggap hiburan semata apabila ditonton oleh anak-anak, tetapi akan menjadi sebuah citra keluarga Amerika posmodern jika disaksikan oleh sebuah keluarga. Ada sebuah refleksi diri keluarga Amerika dengan keluarga *Simpson*.

Merujuk judul-judul *Anime News Network*, jaringan animasi terbesar di dunia, tercatat kurang lebih 4.400 serial/film animasi beredar di televisi dunia. Hal ini menunjukkan bahwa animasi disukai oleh penduduk dunia. Dengan jumlah judul tersebut, animasi

menempati sepertiga pangsa pasar media dunia.¹⁴ Mengapa animasi begitu diminati? Salah satu jawabannya adalah “*mixed look*”.¹⁵ Lu menjelaskan, istilah ini terkait dengan penggambaran tokoh-tokoh dalam animasi yang universal dengan dicirikan mata bulat. Namun *mixed look* tidak bisa dilepaskan dari jalan cerita yang berasal dari kisah suatu negara dan kemudian dinarasikan dalam cerita modern. Ciri tradisional-tapi-modern ini tampak dalam animasi baik buatan Jepang (*manga*) maupun Amerika (*nickelodeon*) semisal *Samurai X*, *Seven Samurai*, *Bleach*, *Naruto Shippuuden*, dan *Avatar*.

Di lain sisi, MacWilliams menjelaskan mengapa animasi memiliki banyak peminat di dunia Barat dan Timur. Paling tidak ada tiga faktor, yaitu visualisasi seni tinggi, persilangan Barat-Timur, dan industri budaya yang membuana.¹⁶ Hampir setiap animasi menghadirkan visualisasi dengan seni yang tinggi. Visualisasi inilah yang mengundang penikmat animasi untuk mengalami kenikmatan-kenikmatan imajinasi tanpa batas. Dipadu dengan persilangan cerita antara Barat dan Timur, animasi bisa diterima secara universal. Industri budaya di sisi lain senantiasa mampu melilit konsumen animasi untuk menjadikan animasi sebagai sebuah kebutuhan sehari-hari.

Perlu disadari, anggapan animasi adalah tayangan-untuk-anak sering melalaikan seorang penikmat animasi pada politik kultur tertentu. Animasi-animasi Jepang (*anime*), misalnya, sering menyimpan sebuah alternatif sejarah lokal *vis-a-vis* narasi besar kekaisaran Jepang. *Samurai X* dan *Bleach* sebagai contoh. Himura Kenshin, tokoh dalam *Samurai X*, bisa jadi tokoh yang benar-benar ada namun disembunyikan oleh suatu rezim. X sendiri, meskipun dalam cerita merujuk pada bekas luka Kenshin, mengonotasikan Mr. X yang memang menjadi aib Jepang pada suatu masa. *Bleach*, pada lain sisi, dapat dimaknai sebagai bentuk resistensi kaum muda jelata terhadap peraturan-peraturan ningrat kekaisaran Jepang. *Bleach* berbaju hitam, bermakna setan, yang berpotensi benar; dilawankan dengan penghuni komunitas ruh, berbaju putih, yang meskipun baik, berpotensi salah.

Beranjak dari uraian di atas, artikel ini mendiskusikan politik kultur *Upin & Ipin* yang menduduki rating tinggi di televisi Malaysia,

Indonesia, dan beberapa negara lain. Ulasan dimulai dengan memaparkan produksi *Upin & Ipin*; dilanjutkan dengan analisis isi serial ini. Untuk menganalisis isi, saya melakukan etnografi visual terhadap empat *season* (musim) *Upin & Ipin* serta film *Geng: Pengembaraan Bermula*, yang bisa ditonton di MNCTV setiap malam dan dapat pula diakses melalui youtube.com atau upindanipin.com.my. Analisis isi terdiri atas narasi tentang kelas sosial, karakter sosial, keragaman, poskolonial, dan angan modernitas. Setelah itu, analisis dilanjutkan pada citra keragaman serial ini dan masa depan *Upin & Ipin* di tengah konstelasi *anime* Asia.

B. Pengembaraan Bermula

Mengapa harus muncul *Upin & Ipin*? Kemunculan *Upin & Ipin* bisa dibaca dari dua analisis. Pertama, *Upin & Ipin* merupakan respons atas kegagalan animasi-animasi Malaysia sebelumnya yang tak bisa menghadirkan sajian animasi berkualitas tinggi. Sebelum 2005, animasi-animasi produk Malaysia cenderung menampilkan kualitas gambar, sinematografi, dan akting yang buruk.¹⁷ Kedua, faktor pasar animasi global yang berpengaruh di negara-negara Asia, termasuk Malaysia. Malaysia termasuk negara pengonsumsi animasi terbanyak di Asia. Sebagaimana analisis Lian, misalnya, penikmat *Doraemon* di Malaysia mencapai 1,6 juta pemirsa pada 2008-2009.¹⁸ Melihat pangsa pasar ini, pemerintah Malaysia menggalakkan studio-studio produksi media di Malaysia untuk menggarap animasi-animasi lokal kualitas global agar tak kalah dengan produk-produk animasi Jepang atau Amerika. Untuk mendukung hasungan ini, sejak 2005, pemerintah Malaysia mulai memberikan hibah sebesar RM 10 juta per tahun.¹⁹

Les' Copaque, yang berdiri Desember 2005, merespons anjuran tersebut dengan cita-cita memproduksi film 3D pertama di Malaysia. Lahirlah serial *Upin & Ipin* dan film animasi *Geng: Pengembaraan Bermula*. *Upin & Ipin* diciptakan oleh tiga lulusan Multimedia University Malaysia (Moh. Nizam Abdul Razak, Mohd. Safwan Abdul Karim, dan Usamah Zaid) serta dibiayai oleh saudagar minyak dan gas (H. Burhanuddin Radzi). Pemerintah hanya pernah satu kali

memberikan hibah untuk *Upin & Ipin* sebesar RM 1 juta yang sangat jauh dari estimasi dana pembuatan satu episode serial ini. Seluruh biaya pembuatan *Upin & Ipin* ditutup dari hasil penjualan hak cipta *Upin & Ipin* yang dibeli oleh perusahaan rumah makan, pasta gigi, dan produk anak-anak lainnya. Dengan usaha ini, serial *Upin & Ipin* menempati rating kedua animasi di Malaysia pada 2008 dan *Geng Meraup* keuntungan RM 5 juta pada 2009.²⁰

Selain karena manajerial, keberhasilan *Upin & Ipin* tidak bisa dipisahkan dari kreativitas cerita. Tim kreatif *Upin & Ipin* mengaku mendapat inspirasi dari film animasi *Toy Story*, yang mampu memberikan sajian yang realistik namun tetap imajinatif dan tanpa batas.²¹ Bayangkan sebuah mainan yang hidup layaknya manusia! Sajian imajinatif dan tanpa batas ini tampaknya diadopsi oleh tim kreatif Les' Copaque ke dalam bentuk tingkah bocah-bocah yang serba ingin tahu, yang sering kali melahirkan kelucuan-kelucuan imajinatif. Selain itu, tim kreatif Les' Copaque juga ingin menampilkan rasa lokal Melayu dalam *Upin & Ipin*.

Faktor lain adalah kualitas gambar. Dalam pembuatan animasi *Upin & Ipin*, tim kreatif Les' Copaque menggunakan *software autodesk maya 2008*.²² Perangkat lunak ini termasuk perangkat lunak baru yang dirilis awal 2007. Menurut analisis PCWorld, salah satu majalah perangkat lunak terkenal, keunggulan *software* ini terletak pada ketidakterbatasan detail gerakan dan kesempurnaan pada keutuhan dan kekayaan warna objek digital, misalnya kulit.²³ Keunggulan ini menyebabkan produk animasi menjadi sangat realistis sehingga mampu menghadirkan tangkapan sempurna baik pada mata maupun persepsi. Hasil ini akan tampak jelas ketika dibandingkan dengan kartun dua-dimensi (2D) yang hanya sanggup menghadirkan objek-objek mirip coretan.

Manajerial bisnis, ide kreatif, dan kualitas gambar tersebut mengantarkan *Upin & Ipin* mendapatkan beberapa penghargaan. Selama 2008, *Upin & Ipin* mendapat penghargaan berupa International Achievement Appreciation Award (Penghargaan Industri Film 2008), Best of Media Entertainment Category-Merit Award (MSC Malaysia APICTA 2008), dan President's Award (Malaysia-Canada

Business Council Business Excellence 2008). Sedangkan selama 2009, memperoleh penghargaan Winner of MSC-Malaysia Management Game 2009, IT Frank 2009 (Global Emerging Innovative Entrepreneur), First 3D Animation Feature Film (Malaysian Book of Records), Viewer Choice Award (Kids Film Festival), Anugerah Khas Juri dan Anugerah Box Office (Malaysia Film Festival), Best on Screen Chemistry Awards (Shout! Awards), dan *Geng* mendapatkan Best Editing and Best Music (MSC Kreatif Digital Contents Conference). Penghargaan ini sekali lagi menunjukkan kualitas inovasi teknologi serial dan film *Upin & Ipin* yang tinggi di Malaysia.

Les' Copaque telah berhasil menggarap empat season *Upin & Ipin* dan sebuah film animasi *Geng: Pengembaraan Bermula*. Satu season terdiri atas lima sampai 12 episode. *Season* pertama (September 2007) dan kedua (2008) dirilis pada bulan Ramadan. Episode pertama *season* ketiga disiarkan 2 Februari 2009, dan pada Ramadan tahun yang sama dirilis beberapa episode baru. Memasuki pertengahan Maret 2010, episode pertama *season* berikutnya dirilis dengan kualitas gambar yang lebih bagus. Rencananya tahun ini akan dirilis *season* kelima. Adapun film *Geng* tayang kali pertama di bioskop pada 12 Februari 2009. Melihat tanggal-tanggal tayang tersebut, Les' Copaque merupakan perusahaan bisnis yang mempertimbangkan *timing* demi meraup keuntungan.

Hingga kini, *Upin & Ipin* telah disiarkan oleh beberapa stasiun televisi di Asia. Di Malaysia, serial ini disiarkan oleh TV9. Di Indonesia, *season* pertama disiarkan oleh TVRI dan kini oleh MNCTV (sebelumnya TPI). Di Turki, disiarkan oleh Hilal TV. Tayangan ini dapat pula ditonton melalui Disney Channel Asia, yang meliputi jangkauan tayang di beberapa negara, yaitu Malaysia, Singapura, Indonesia, Brunei, Thailand, Filipina, Vietnam, Kamboja, Hongkong, dan Korea Selatan. Media unggah, Youtube, dan situs resmi *Upin & Ipin* (<http://www.upindanipin.com.my>) juga menyediakan tonton-online semua episode serial ini.

SEASON	E P I S O D E	DURASI (menit)
1	Esok Puasa	5.06
	Dugaan	5.07
	Nikmat	5.07
	Tarawih	5.07
	Esok Raya	5.07
	Dah Raya	5.07
2	Tadika	10.01
	Anak Bulan	10.01
	Adat	10.01
	Tamak	10.01
	Lailatul Qadr	5
	Kisah dan Tauladan	5
	Sayang Kak Ros	5
	Ketupat	5
	Zakat Fitrah	5
	Malam Syahdu	5
	Pagi Raya	5
	Berkat	10.01
3	Diri Bersih Badan Sihat (Bag 2)	7.32
	Kembara ke Pulau Harta Karun (Bag. 4)	7.32
	Kembara ke Pulau Harta Karun (Bag. 5)	7.32
	Kembara ke Pulau Harta Karun (Bag. 6)	7.32
	Kembara ke Pulau Harta Karun (Bag. 7)	7.32
	Kembara ke Pulau Harta Karun (Bag. 8)	7.32
	Ambil Galah Tolong Tunjukkan (Bag. 1)	7.32
	Ambil Galah Tolong Tunjukkan (Bag. 2)	7.32
	Ambil Galah Tolong Tunjukkan (Bag. 3)	7.32
	Ambil Galah Tolong Tunjukkan (Bag. 4)	7.32
	Sapy oh Sapy (Bag. 1)	7.32
	Sapy oh Sapy (Bag. 2)	7.31
4	Anak Harimau (Bag. 1)	7.51
	Anak Harimau (Bag. 2)	7.51
	Anak Harimau (Bag. 3)	7.51
	Anak Harimau (Bag. 4)	7.5

SEASON	E P I S O D E	DURASI (menit)
4	Anak Harimau (Bag. 5)	7.5
	Anak Harimau (Bag. 6)	7.5
	Demi Metro-millennium (Bag. 1)	7.51
	Demi Metro-millennium (Bag. 2)	7.51
	Demi Metro-millennium (Bag. 3)	7.51
	Demi Metro-millennium (Bag. 4)	7.51
	Demi Metro-millennium (Bag. 5)	7.51
	Demi Metro-millennium (Bag. 6)	7.51
Film	Geng: Pengembaraan Bermula	7.51

Diolah dari: <http://www.upindanipin.com.my>

Tabel 1: Episode *Upin & Ipin*

Tabel di atas adalah tayangan serial *Upin & Ipin* di televisi. Beberapa episode tampak tak lengkap. Hal ini dikarenakan potongan episode yang lain ditayangkan dalam bentuk VCD dan DVD yang diterbitkan Music Valley. Ada enam episode lengkap yang dikeluarkan Music Valley dan beberapa bagian di antaranya diderivasikan dari tayangan televisi tersebut. Dari sinopsis cerita tersebut, mulai tampak bagaimana serial ini memainkan politik kultur yang berusaha merepresentasikan diversitas Malaysia.

C. Demografi Durian Runtuh

Durian Runtuh adalah nama kampung tempat Upin dan Ipin tinggal. Dinamakan demikian karena banyak durian bisa ditemui di kampung ini. Dalam *Geng* dijelaskan melalui siaran televisi bahwa kampung ini termasuk kampung penghasil durian. Kampung Durian Runtuh digambarkan sebagai kampung pelosok yang jauh dari kota. Tanah berwarna merah kecokelatan menandakan hanya bisa ditanami oleh pohon-pohon berkambium. Di sekitar rumah dan sepanjang jalan setapak, pohon-pohon berdaun lebat tumbuh cukup banyak.

Dari perspektif semiotika, nama Durian Runtuh merepresentasikan sebuah penantian atas rezeki. Dalam peribahasa Indonesia, menunggu durian runtuh artinya menunggu rezeki yang tak terduga. Namun, di lain sisi, menunggu durian runtuh juga bisa diartikan

sebagai tindakan malas. Hal ini tampak dalam tatacara mengambil durian. Ketika teman Badrol berencana memanjat pohon durian di kebun Tok Dalang, Upin dan Ipin menyela, "Jangan dipanjat, ditunggu saja, masak gak tahu, dasar orang kota."

Desa ini telah dilewati oleh moda transportasi umum. Jarak antara rumah penduduk dan tempat pelayanan publik tidak terlalu jauh; misalnya Kak Ros yang memakai sepeda onthel untuk ke sekolah bersama Upin dan Ipin. Beberapa penduduk juga, misalnya Tok Dalang, memiliki motor, namun keluaran lama, Honda dan Vespa 1980-an. Sedangkan ayah Ehsan telah memiliki mobil sedan sederhana. Meskipun tidak digunakan untuk angkutan umum, gerobak sapi masih bisa ditemui. Moda ini digunakan Raju saat mengantar cucu Tok Dalang ke kebun durian.

Rumah penduduk kebanyakan berupa rumah panggung berdinding kayu. Upin dan Ipin serta Tok Dalang termasuk menempati rumah bertipe ini. Sedangkan rumah Ehsan dan Mei-Mei sudah berdinding tembok. Jarak antar-rumah berjauhan dan tidak rapat. Meskipun begitu, jarak tersebut dapat ditempuh dengan berjalan kaki melalui jalan setapak yang masih berupa tanah keras. Setiap rumah telah dilengkapi sanitasi yang sehat, terbukti Upin dan Ipin sering disuruh Kak Ros untuk segera mandi setelah bermain.

Tempat pelayanan umum yang tersedia, yang paling jelas terlihat, adalah sekolah Tadika Mesra, tempat Upin dan Ipin bersama kawan-kawannya menuntut ilmu. Sekolah ini telah disinggahi oleh mobil perpustakaan-keliling yang dijaga oleh Kak Sally. Selain sekolah, ruang publik lain adalah pasar. Pasar tempat Upin dan Ipin berbelanja tampaknya adalah pasar musiman, yang muncul pada Ramadan. Pasar ini tertata rapi berjajar menyamping dan buka menjelang berbuka. Sajian yang dijual tentu makanan untuk buka puasa seperti ayam goreng—kesenangan Ipin. Warung makan menjadi tempat publik lain. *Uncle* Muhtho adalah pemilik warung yang menjadi tempat favorit warga. Di tempat inilah, warga, termasuk Upin dan Ipin, berkumpul untuk menyaksikan pertandingan piala dunia melalui layar lebar yang disediakan oleh *Uncle* Muhtho.

Alat komunikasi yang tersedia adalah telepon rumah. Tok

Dalang sering menggunakan telepon rumah untuk menghubungi anaknya yang berada di kota. Koneksi internet juga telah tersedia, meskipun masih jarang. Ketika cucu Tok Dalang datang ke tempat kakeknya, Tok Dalang diperkenalkan cara menggunakan *Skype* via sambungan internet di laptop. Melalui *Skype*, Tok Dalang dapat berkomunikasi dengan anaknya di Kualalumpur dan bisa menatap wajahnya. Selain itu, radio dan televisi telah menjadi hiburan tersendiri di rumah-rumah kampung Durian Runtuh. Masjid telah memakai pengeras suara untuk mengundang azan.

Saya memakai kata “kampung” untuk menanda Durian Runtuh karena dua alasan. Pertama, karakter utama Durian Runtuh mirip dengan identitas kampung di Indonesia. Sebagaimana pembacaan Guinness, gotong-royong, rukun, dan solidaritas tinggi merupakan ciri kampung di Indonesia, terutama di Jawa.²⁴ Satu lagi penanda identitas kampung adalah kemajuan. Kedua, saya tidak menyebut desa sebab Durian Runtuh memiliki karakter kekerabatan berbeda dari desa di Indonesia, khususnya pada zaman Orde Baru. Penduduk desa di Indonesia jamaknya masih memiliki kekerabatan satu sama lain. Kekerabatan ini biasanya direkatkan berdasarkan satu keturunan. Berbeda dengan kenyataan ini, Durian Runtuh memiliki komposisi penduduk berdasarkan kompleksitas etnik. Namun, satu hal lain, realitas kelas penduduk Durian Runtuh kontras dengan karakter kampung di Malaysia saat ini yang, menurut Fischer, telah berubah wujud menjadi suburban yang dicirikan dengan tingkat konsumsi yang tinggi.²⁵ Oleh karena itu, Durian Runtuh lebih tepat apabila disebut sebagai *kampung rural*, untuk membedakannya dengan *kampung urban* (suburban).

D. Diversitas Etnik

Bagaimana dengan komposisi penduduk Durian Runtuh? Ada tiga kategori penduduk menurut etnik, yaitu Melayu, India, dan Cina. Satu lagi, yang sulit diidentifikasi, adalah penduduk keturunan-silang-etnik. Identifikasi ini berdasarkan mata dan kulit, dialek bahasa, busana, dan simbol-simbol identitas. Penduduk beretnik Melayu dicirikan dengan mata lebar, kulit sawo matang cerah, dialek

bahasa Melayu (memakai akhiran -e), busana perempuan memakai kebaya dan laki-laki memakai baju kok bersongkok. Upin, Ipin, Opa, Kak Ros, Tok Dalang, Cik Gu Jasmin, Sally/Saleh, Zul, Ijat, Fizi, dan Mail termasuk dalam kategori ini. Mereka semua memeluk Islam. Ehsan adalah pengecualian; dia berkulit sawo matang cerah dengan logat Melayu tetapi bermata sipit; apakah Ehsan termasuk keturunan Cina-Melayu Muslim? Penduduk beretnik Cina diidentifikasi dengan mata sipit, kulit putih, dialek Melayu-Cina, busana perempuan memakai baju khas Cina dan laki-laki memakai koko bertopi, seperti Mei-Mei dan Ah Tong. Penduduk beretnik India memiliki karakter mata lebar, kulit sawo matang hitam/merah dengan logat bahasa Malay-India. Penduduk etnik India yang beragama Hindu, seperti Raju dan ayahnya (Muthu), memiliki peliharaan sapi (Sapy); sedangkan orang India yang beragama Shikh, seperti Jarjit, memiliki petanda gelombang rambut di atas kepala.

Berdasarkan komposisi pekerjaan, etnik Melayu bekerja sebagai pegawai, peternak, dan pedagang. Penduduk Melayu yang pegawai misalnya Ayah Ehsan; guru seperti Cik Gu Jasmin; peternak dan petani buah semisal Tok Dalang; penjaja makanan (dititipkan ke warung Muthu) contohnya Kak Ros/Opa; penjual ayam goreng seperti Ibu Mail dan Saleh sebagai penjahit baju. Adapun etnik Cina, seperti Ah Tong, memiliki pekerjaan sebagai pembeli barang-barang bekas. Bahkan, di dalam *Geng*, Ah Tong bekerja sama dengan Saleh/Sally bekerja sebagai penyelundup hewan-hewan terlarang. Di lain pihak, penduduk beretnik India, yaitu *Uncle* Muthu, berwirausaha dengan membuka warung makan. Dari sini mulai tampak diskriminasi representasi pekerjaan berdasarkan etnik. Mengapa Ah Tong yang *notabene* Cina diperankan sebagai pembeli barang rongsokan dan penyelundup hewan-hewan terlarang? Mengapa etnik Cina, dan bukan dari Melayu? Mengapa guru Tadika Mesra juga berasal dari Melayu, dan bukan berasal dari Cina atau India?

Saleh/Sally adalah seorang tokoh menarik dalam *Upin & Ipin*. Mengapa tokoh ini harus muncul? Dalam serial *Upin & Ipin*, Saleh selalu marah dan meralat namanya: S.A.L.L.Y. Pekerjaannya adalah menjahit, dan kerja paruh waktu di perpustakaan keliling sekolah di

daerah Durian Runtuh. Upin dan Ipin sering mengolok-olok sikap Saleh yang bersikap seperti perempuan. Tak hanya sikap, cara berpakaianya pun mirip wanita. Apakah Sally hanya bahan olok-olok di dalam serial *Upin & Ipin*? Sally seharusnya dimaknai sebagai realitas gender ketiga, di samping laki-laki dan perempuan, di Malaysia. Ke-ada-an tokoh seperti Sally sebenarnya telah ada sejak abad ke-15 dan ke-16.²⁶ Sally sebagai realitas memang telah ada sejak dahulu, namun pengakuan atas ke-ada-an tokoh seperti Sally masih merupakan tanda tanya besar di Malaysia.

E. Harmoni Raya

Hari Raya Idul Fitri (Raya) merupakan sebuah perayaan bersama seluruh penduduk Durian Runtuh. Meskipun Raya sebenarnya adalah hari raya umat Islam setelah menjalankan puasa Ramadan, agaknya di kampung ini Raya telah menjadi sebuah tradisi bersama. *Upin & Ipin* menyajikan realitas bagaimana harmoni etnik dipahami oleh anak-anak di kampung Durian Runtuh. Hampir seluruh episode di *season* pertama dan kedua dalam serial *Upin & Ipin* bisa digunakan untuk memahami keharmonisan Ramadan dan Raya di kampung Durian Runtuh, sekali lagi dalam pemahaman anak-anak.

Season pertama dan kedua *Upin & Ipin* banyak berisi penjelasan lengkap tentang Ramadan dan Raya. Pemaknaan puasa oleh anak-anak dapat dibagi menjadi dua. Pertama adalah puasa karena uang. Upin dan Ipin tergoda untuk melakukan puasa dengan niat agar diberi uang oleh si Opa; setelah mereka mengetahui bahwa orangtua Ehsan memberikan uang satu ringgit setiap hari kepada Ehsan karena mau puasa. Namun, karena penjelasan Opa, Upin dan Ipin mau berpuasa dengan ikhlas, dan inilah pemaknaan puasa kedua. Dalam episode *Dah Raya* (*season* pertama), dialog tersebut ditampilkan sebagai berikut:

- Upin : "Opa, Opa, kawan Upin kan dia puasa satu hari dapat singgit. Opa... paham lah Opa."
Ipin : "Tapi, ada kawan Opa dia puasa setengah hari aja, boleh kan Opa."
Opa : "Memang boleh. Tapi budak baik bila puasa penuh, kan lebih bagus. Dapat banyak pahala, boleh masuk surga."

Upin : “Kita ini udah baik lah Opa.”

Opa : “Iya lah. Cucu-cucu Opa memang baik. Jadi, kerna lah puasa ikhlas bukan puasa untuk duit.”

Respons atas Ramadan lebih beragam lagi. Respons dapat dibagi menjadi dua, perespons dari golongan Islam dan non-Islam. Respons dari anak-anak Muslim memandang puasa Ramadan agar banyak pahala sehingga bisa digunakan sebagai bekal masuk surga. Adapun respons dari anak-anak non-Muslim juga tidak tunggal. Mei-Mei melihat pada bulan Ramadan dia dapat menemui banyak kue, karena pasar-pasar dan rumahnya menyediakan beraneka kue. Jarjit di lain sisi memandang Ramadan bermanfaat bagi kesehatan, sebagaimana penjelasan dan praktik ayah Jarjit. Episode *Tadika* dan *Kisah dan Tauladan* menjelaskan hal ini secara detail:

Ipin : “Kami berdua suka berpuasa, Cik Gu.”

Cik Gu : “Iya, kenapa?”

Upin : “Dapat banyak pahala.”

Ipin : “Betul itu Cik Gu, betul.”

Cik Gu : “Siapa kata?”

Ipin : “Opa kita yang kata.”

Mei-Mei : “Cik Gu, saya tak puasa, tapi saya sangat suka bulan puasa.”

Cik Gu : “Coba Mei-Mei cakap, kenapa Mei-Mei suka bulan puasa?”

Mei-Mei : “Bulan puasa banyak kue Cik Gu, saya suka, saya suka makan banyak-banyak.”

Jarjit : “Nanti ada pasar, dan kue banyak-banyak.”

Cik Gu : “Tahun ini Cik Gu harap murid-murid dapat contohi Upin dan Ipin berpuasa penuh satu bulan, boleh?”

Murid : “Boleh Cik Gu ...”

...

Cik Gu : “... Murid-murid, kebaikan bulan puasa ini banyak. Dia buat kita insyaf akan kesusahan orang yang kurang berada. Kita diajak untuk tidak menguasai makanan, selain puasa baik juga untuk kesehatan kita. Ha jadi murid-murid semua kalau kita berpuasa boleh ja...”

Jarjit : “Betul Cik Gu, papa saya ada puasa. Dia kata, puasa baik

untuk kesehatan.”

Cik Gu : “Ha, dengar tu murid-murid. Orang agama lain pun ada berpuasa tapi dengan cara mereka lah, sebabnya banyak kebaikan macam Cik Gu cakap tadi.”

Menarik disimak sekali lagi respons non-Muslim terhadap puasa Ramadan. Bukan karena pahala, tetapi justru manfaat yang berhubungan dengan kesehatan. Hal ini menyiratkan sebuah individuasi, apakah dengan respons seperti itu, anak-anak non-Muslim di Durian Runtuh akan semaunya sendiri, makan dan minum di depan anak-anak yang berpuasa? Dalam episode *Kisah dan Tauladan*, yang terjadi justru sebaliknya: ada anak Muslim yang ditegur karena makan dan minum di sembarang tempat. Episode lain, *Dugaan*, juga menceritakan bagaimana seorang anak non-Muslim begitu paham teologi Islam. Mei-Mei menegur Upin dan Ipin dengan menyampaikan bahwa meskipun tidak ada orang tahu, namun Tuhan Mahatahu apa yang dikerjakan oleh manusia.

Mail minum di depan kelas, saat pelajaran belum dimulai

Ehsan : “Hai Mail, kau tak puasa?”

Mail : “Ih, aku memang tak puasa.”

Mei-Mei : “Iyalah, dia memang hari-hari makan sama sama ma.”

Upin : “Hai Mail tak baik, kalau tak puasa, tak boleh kau makan di depan orang puasa, kau!”

...

Upin : “Hoi, penatnya.”

Ipin : “Haus lah pula.”

Raju : “Sebab kau orang menang, mari saya belanja kau orang minum.”

UpinIpin : “Baik bos.”

Mei-Mei : “Ei, kamu berdua kan puasa.”

UpinIpin : “Puasa puasa.”

Raju : “Alah tak apa, orang tak tahu.”

Ipin : “Betul, betul, betul.”

Mei-Mei : “Tak boleh. Lu punya Tuhan tahu. Nanti a lu punya Tuhan

malah, mana boleh maen-maen.”

Upin : “Banyak betul.”

Apresiasi antarkultur ini lebih terasa dalam realitas Raya. Semua anak berkumpul dan bersilaturahmi bersama di rumah Upin dan Ipin serta rumah penduduk lain. Dalam episode Raya *season*, Raju ikut dalam silaturahmi tersebut. Namun, dalam Raya episode kedua, Raju tidak kelihatan. Anak-anak non-Muslim mengalami Raya karena sebuah tradisi, dan bukan ikut dalam ritual. Tradisi dimaksud adalah tradisi memakai baju baru, ikut makan bersama, dan silaturahmi. Penduduk yang didatangi juga tidak terlihat memperlakukan siapa yang bersilaturahmi kepada mereka. Tok Dalang maupun Opa tetap memberi sedekah receh kepada semua anak, baik Muslim yang berpuasa dan tidak maupun non-Muslim.

Dua episode pertama *Upin & Ipin*, terlepas dari penayangannya pada Ramadan, merupakan sebuah institusionalisasi pendidikan puasa bagi anak-anak; dan mengajarkan kepada orangtua bagaimana mendidik anak untuk berpuasa. Namun, dalam dua episode ini, sebuah pencitraan Ramadan dalam keragaman terjadi. Ramadan tidak saja dialami oleh anak-anak yang beragama Islam, tetapi juga dimaknai oleh anak-anak non-Muslim. Pun demikian dengan Raya. Politik ekonomi bermain di sini, bahwa pencitraan keragaman Ramadan digunakan untuk memperluas sasaran konsumsi dua episode ini. Pertama, mempertimbangkan dua episode ini terkait dengan Ramadan, konsumen beragama Islam pasti melihatnya. Kedua, agar non-Islam juga ikut melihatnya, dibuatlah sebuah gambaran kemajemukan. Hal ini memiliki efek tidak langsung, yaitu dakwah kepada penonton non-Islam.

Upin & Ipin secara tidak langsung berhubungan dengan diskursus tentang media dan otoritas keagamaan. Serial ini berpotensi menggeser atau membentuk otoritas baru keagamaan. Agama yang semula dipelajari di pesantren, pusat studi, sekolah, atau ustaz, kini bisa dipelajari melalui televisi. Agama yang sebelumnya hanya berisi khotbah klasik doktrin keagamaan, kini bisa dipahami lewat budaya populer melalui animasi. Sebagaimana diuraikan di muka, penonton Upin dan Ipin pada 2009 di Malaysia mencapai 1,6 juta penonton;

dan penggemar serial ini di Facebook, dengan laman *kubuupindanipin*, mencapai 5 juta lebih penggemar. Implikasinya adalah *Upin dan Ipin* telah menjadi media alternatif yang tidak sekadar dianggap tontonan tetapi juga tuntunan. Menurut Bryan Turner, fenomena ini akan mengakibatkan dua dampak sekaligus. Pertama, televisi akan menjadi media alternatif untuk membentuk pengajaran dan pemikiran Islam secara lebih sistematis. Kedua, agama pada saat yang sama akan menjadi komoditas.²⁷

F. Praktik dan Angan Keseharian

Kali pertama, serial *Upin & Ipin* mengambil peristiwa Ramadan sebagai momen untuk menarik penonton. Setelah sukses mengambil hati penonton, *Upin & Ipin* kemudian berusaha menampilkan realitas keseharian. Sama halnya dengan realitas Ramadan dan Raya, realitas keseharian ini lebih tepat dibaca dalam terang proses institusionalisasi praktik-praktik keseharian yang dianggap baik dan benar menurut ukuran Malaysia. Praktik ini, karena di dalam media, tidak selalu merepresentasikan realitas, alih-alih justru mengkonstruksi realitas itu sendiri.

Representasi praktik keseharian yang paling jelas dalam serial *Upin & Ipin* adalah politik kebersihan. Politik kebersihan ini meliputi pendisiplinan praktik bersih-badan dan pencegahan terhadap kuman penyakit. Pendisiplinan praktik bersih-badan dilakukan dengan mandi, gosok gigi, dan cuci tangan sebelum makan. Ada konsekuensi tubuh apabila melanggar hal tersebut. Sebagai contoh adalah Jarjit. Suatu hari, dalam acara istirahat makan, semua murid Tadika Mesra pergi keluar untuk mencuci tangan, kecuali seorang murid: Jarjit. Meskipun dia memakai sendok, ayam yang jatuh di lantai langsung dia lahap. Pada siang harinya, sewaktu bermain dengan teman-temannya, Jarjit tiba-tiba sakit perut. Di sisi lain, konsekuensi kebersihan mendatangkan penghargaan. Oleh departemen setempat, Tadika Mesra dinobatkan sebagai kelas tebersih dan terceria.

Praktik keseharian seperti itu memakai pola pendisiplinan regulasi tubuh. Mirip dengan konsep Foucault tentang *bio-politics*, praktik keseharian tubuh mencoba untuk membiasakan tubuh atas

kebersihan yang diinstitutionalisasi secara perlahan-lahan melalui praktik sehari-hari.²⁸ Regulasi bersih dilaksanakan agar terjadi kebiasaan. Kebiasaan ini lama-kelamaan menjadi sebuah kewajiban, sehingga apabila seseorang tidak melaksanakannya, akan dianggap sebagai kesalahan.

Di Indonesia, praktik-praktik keseharian tersebut merupakan bagian dari agenda pembangunan pemerintah Orde Baru. Melalui media televisi, pemerintah Orde Baru melakukan indoktrinasi pembangunan. Dua acara di antaranya adalah *Ria Jenaka* dan *Si Unyil*. Serial pertama ditujukan untuk penonton umum dewasa, sedangkan kedua merupakan serial boneka untuk anak. Episode demi episode kedua serial ini selalu menyampaikan pesan-pesan indoktrinasi tentang bagaimana cara hidup modern, seperti pengenalan program desa bersih, gotong-royong, dan hidup bersih.²⁹

Menjadi modern seperti dalam *Upin & Ipin* juga tampak dalam *Geng*. Film animasi ini memiliki pesan demistifikasi mistis dalam kehidupan sehari-hari. Diceritakan bahwa setiap malam Durian Tok Dalang dicuri hantu. Tok Dalang hanya mendapati jejaknya, tanpa bisa melihat rupa sang pencuri. Setelah ditelusuri tanpa sengaja oleh Upin, Ipin, dan Raju, sang pencuri ternyata adalah hewan asli hutan Durian Runtuh. Demistifikasi dalam film ini mengimplisitkan pesan bahwa sesuatu yang kelihatannya tak rasional akan menjadi rasional apabila diinvestigasi terlebih dahulu.

Selain praktik keseharian, serial *Upin & Ipin* mengimplisitkan pula pesan angan-angan modernitas dan nasionalisme. Angan-angan modernitas terletak dari cita-cita Upin dan Ipin sebagai astronot dan teknisi pesawat ruang angkasa. Angan-angan ini dianggap modern karena lebih maju dari teman-teman mereka yang hanya memiliki cita-cita sebagai guru, tukang sampah, wartawan, atau tukang masak. Angan-angan ini semakin melambung dengan hadirnya *season* keempat, beberapa episode *Demi Metro-Millennium*, yang menceritakan kehidupan supermodern Malaysia. Supermodern Malaysia merupakan angan kehidupan yang serba dikendalikan oleh robot. Namun, semodern kehidupan ini, esensi roda kehidupan masih dijalankan oleh sesuatu yang tradisional, misalnya jantung energi kota masih

menggunakan gangsing energi dan tikus sebagai pengganti sementaranya. Modernitas karena itu tetap bersinergi dengan tradisi.

Angan sosial nasionalisme dapat dilihat dalam episode-episode *Anak Harimau*. Pertama, beberapa episode ini menggambarkan prasyarat kebersamaan dalam nasionalisme. Hal ini bisa dilihat bagaimana melukis akan cepat selesai dilakukan oleh banyak orang daripada oleh seseorang saja. Kedua, nasionalisme tidak hanya dipupuk melalui politik, tetapi dapat juga melalui olahraga. Ikut mendukung timnas Malaysia memperoleh Thomas Cup, dapat dilakukan dengan cara berlatih sejak dini. Namun nasionalisme ini terkadang masih menyisakan ruang nalar poskolonial, yaitu ketika Tok Dalang mendukung England (Inggris) dalam kejuaraan Piala Dunia. England, kata Tok Dalang, sudah pernah juara, sehingga pasti menang.

G. Subjek Parodi, Subjek Dominasi

Upin dan Ipin merupakan *lakon* dalam serial *Upin & Ipin*. Sebagai lakon, kedua bocah ini adalah representasi subjek parodi sekaligus subjek dominasi. Beberapa pertanyaan yang muncul: mengapa subjek parodi justru berasal dari etnik Melayu, bukan Cina atau India? Mengapa bahasa yang dipakai justru bahasa Melayu? Mengapa peran-peran sentral juga berasal dari etnik Melayu, misalnya guru? Mengapa peran-peran tidak baik tidak berasal dari etnik Melayu, misalnya Ah Tong yang bekerja sebagai tukang rongsok dan penyelundup barang-barang terlarang?

Dibanding teman-temannya, Upin dan Ipin adalah lakon sempurna. Lucu dalam penampilan, nakal, namun santun dalam perilaku. Penurut apabila disuruh. Tidak bodoh, juga tidak pintar sekali, namun memiliki cita-cita tinggi: menjadi astronot. Puasa seharian penuh, sehingga Cik Gu Jasmin menyuruh murid-murid lain meneladani Upin dan Ipin. Dalam olahraga selalu menjadi pemenang, baik bulutangkis maupun sepakbola.

Bandingkan misalnya dengan Jarjit, Ehsan, Fizi, atau Mail. Jarjit juga lucu, tetapi mengada-ada. Ingin ikut bermain tarung laba-laba, membawa laba-laba berkaki lima; ingin bermain pistol-pistolan, membawa pistol yang tidak bisa menembak; memakai masker, justru

memakai topeng main-mainan. Ketika berpantun, selalu memantunkan sesuatu yang tidak sempurna, dengan awalan, “Satu dua tiga kucing berlari....” Jarjit karenanya bukan seorang lakon, karena tak sempurna. Ketidaksempurnaan ini juga terdapat dalam diri teman-teman Upin dan Ipin yang lain. Ehsan suka makan banyak, pemarah, dan suka memerintah. Fizi cengeng, tidak punya inisiatif, selalu membuntuti Ehsan. Mail jarang berpuasa dan hanya punya bakat berdagang.

Upin dan Ipin merupakan representasi dari subjek parodi. Para pemirsa *Upin & Ipin* tentu tidak ingin putra mereka seperti Upin dan Ipin, namun mereka tetap mengidolakan Upin dan Ipin karena kelucuan dan keluguan bocah kembar ini. Sebagai subjek parodi, Upin dan Ipin tidak berdiri sendiri. Keparodian keduanya ada ketika disandingkan dengan ketidakparodian teman-temannya yang lain. Sikap keparodian ini justru terletak dalam sikap antara: tidak sangat bodoh tetapi juga tidak sangat pandai; tidak sangat nakal tetapi juga tidak sangat taat; intinya berperilaku sebagaimana bocah umumnya.

Jika dihubungkan dengan etnisitas, subjek parodi Upin dan Ipin bersanding dengan subjek dominasi. Pertama, persoalan nama. Bandingkan pemilihan nama Upin dan Ipin dengan nama-nama lain seperti Ehsan, Fizi, Mail, Jarjit, Raju, dan Mei-Mei. Ehsan, Fizi, dan Mail merepresentasikan nama-nama islami. Jarjit, Raju, dan Mei-Mei merepresentasikan nama-nama berdasarkan etnik mereka. Upin dan Ipin, dengan demikian, merepresentasikan nama Melayu yang dikonotasikan sebagai penduduk asli Melayu. Kedua, permasalahan agama; mengapa Upin dan Ipin harus beragama Islam? Ketiga, gender; mengapa Upin dan Ipin harus laki-laki? Subjek dominasi serial Upin dan Ipin karenanya mengimplisitkan dominasi Melayu, Muslim, dan *male* (laki-laki).

Meminjam Geertz, nama bisa mengkonversi seseorang dari “*anybody*” ke “*somebody*”.³⁰ Upin dan Ipin karena itu bisa mengkonversi dari sekadar subjek parodi ke subjek dominasi. Melalui nama Upin dan Ipin, penonton diajak untuk mengidentifikasi Melayu sebagai Muslim dan *male* (laki-laki). Dari sekadar representasi, pencitraan ini bisa mengarah pada politik identitas dan identitas politik

yang justru akan mengundang oposisi pencitraan lain, misalnya Melayu identik dengan Cina dan perempuan, dan lain sebagainya.

Subjek dominasi semakin terasa ketika Upin dan Ipin selalu diposisikan sebagai subjek pemenang. Pertama, dalam pertandingan bulutangkis melawan Ehsan dan Fizi, Upin dan Ipin menang dengan selisih nilai satu. Kedua, dalam pertandingan imajinatif sepakbola (melawan Ijat dan Piala Dunia), Upin dan Ipin juga dicitrakan sebagai dua penyerang hebat yang mencetak gol. Selain mengimplisitkan subjek pemenang, dua pertandingan ini juga menggambarkan bagaimana mekanisme pengelolaan keragaman dalam *Upin & Ipin*. Dua grup etnik berlomba dalam suatu pertandingan olahraga. Meskipun pemenangnya sudah bisa ditebak, mekanisme ini adalah teknik efektif untuk menyalurkan nafsu-nafsu kompetitif antaretnik.

H. Nalar Keragaman

Menonton *Upin & Ipin* adalah membaca nalar etnisitas Malaysia. Serial ini menampilkan praktik keseharian orang Malaysia dalam sebuah kampung rural sekaligus menyajikan representasi etnisitas antarwarga kampung. Melalui pembacaan *Upin & Ipin*, penonton disuguhi sebuah keniscayaan keragaman Malaysia yang berbeda dari multikulturalisme negara-negara Barat. Paling tidak, nalar keragaman ini dapat dibaca melalui tiga analisis: budaya dominan, multikulturalisme poskolonial, dan kosmopolitanisme kritis.

Tesis budaya dominan berasal dari Edward M. Bruner, yang digunakan untuk menganalisis dan membandingkan realitas etnisitas di Bandung dan Medan. Pertanyaan utama Bruner adalah mengapa etnik Batak bisa melebur dengan etnik lain di Bandung, tetapi tidak di Medan. Tiga komponen analisis budaya dominan adalah demografi sosial, kultur lokal, dan lokus kuasa. Demografi sosial mempertanyakan tentang kuantitas etnik yang mendominasi. Kultur lokal menganalisis apakah ada kultur lokal dominan di suatu kota. Lokus kuasa membaca seberapa banyak ruang-ruang publik "dikuasai" oleh etnik tertentu.³¹

Secara demografis, *Upin & Ipin* menggambarkan etnik Melayu sebagai etnik mayoritas secara kuantitas. Tokoh-tokoh beretnik Mela-

yu dalam serial ini lebih banyak dibandingkan dengan etnik-etnik lain seperti India dan Cina. Penggambaran ini memunculkan spekulasi tentang relasi mayoritas dan minoritas, bahwa mayoritas akan meminta hak-hak publik yang lebih dibandingkan dengan hak minoritas berdasarkan kuantitas yang lebih banyak. Hak-hak publik ini, misalnya, berupa klaim-klaim dominatif Melayu atas etnik-etnik lain, sebagaimana klaim Mahathir Mohamad dalam *Malay Dilemma*: "Melayu memiliki spiritualitas tinggi, toleran dan ramah... sedangkan etnik lain, khususnya Cina, sangat materialistik dan agresif kerja."³² Inilah mengapa peran-peran dengan tabiat buruk dinisbatkan kepada orang-orang bukan Melayu, misalnya Ah Tong, seorang Cina yang menjadi penyelundup hewan-hewan langka dalam *Geng*.

ETNIK	T O K O H	JUMLAH
Melayu	Tok Dalang, Opa, Kak Ros, Upin, Ipin, Ehsan, Fizi, Mail, Ijat, Zul, Cik Gu Jasmin dan Sally/Saleh	12
Cina	Ah Tong dan Mei-Mei	2
India	Raju, <i>Uncle</i> Muthu, dan Jarjit	3

Tabel 2: Demografi Durian Runtuh

Bagaimana dengan dominasi kultur lokal? Meskipun tidak bisa dinafikan, keranekaragaman kultur bisa ditemui dalam *Upin & Ipin*; namun keranekaragaman tersebut menyisakan satu kultur dominan. Raju, dengan Sapy-nya, merupakan representasi dari kultur orang India yang memosisikan sapi sebagai hewan suci, yang tidak boleh disembelih oleh penganutnya. Fanatisme orang India terhadap sapi digambarkan sampai seakan-akan Raju dapat mengerti bahasa sapi, bahkan bahasa hewan pada umumnya. Hal ini hanya bagian dari sebuah kultur India, yang diakui oleh orang lain, tetapi belum tentu diterima dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam serial *Sapy oh Sapy*, ketika Upin dan Ipin diberi amanat oleh *Uncle* Muthu untuk menggembala sapi di lapangan, keduanya justru bermain-main sendiri, sehingga Sapy pergi entah ke mana. Perbuatan Upin dan Ipin ini mengimplisitkan bagaimana Sapy, dalam pandang-

an mereka, bukanlah hewan suci. Di sisi lain, kultur dominan Melayu tampak dalam praktik keseharian anak-anak non-Melayu melaksanakan kultur-kultur Melayu, misalnya Jarjit yang senang berpantun dan semua anak yang ikut merayakan Raya. Kultur Melayu dianggap dominan ketika etnik lain dengan budaya berbeda melaksanakannya dan menganggapnya sebagai bagian dari budaya dirinya.

Lokus-lokus kuasa dipenuhi pula oleh orang-orang beretnik Melayu. Cik Gu Jasmin, guru di Tadika Mesra, berasal dari etnik Melayu. Tok Dalang, kepala kampung Durian Runtuh, juga berasal dari etnik Melayu. Dalam analisis Bryan Turner, lokus-lokus dominasi seperti ini akan melahirkan *ritual of intimacy*, sikap dan perilaku kontestasi untuk mengimbangi dominasi kuasa suatu etnik.³³ Namun, yang terjadi sebaliknya, *ritual-ritual intimacy* oleh etnik lain, selalu dapat diimbangi oleh etnik Melayu. *Uncle Muthu* yang berprofesi sebagai pedagang diimbangi dengan Ibu Mail yang juga bekerja sebagai pedagang.

Tesis budaya dominan dalam serial *Upin & Ipin* sebenarnya merupakan representasi nalar keranekaragaman dominan Malaysia. Nalar ini dikonstruksi sejak masa kolonial Inggris melalui konsep *plural society*.³⁴ Masyarakat plural merupakan sebuah konsep manajemen keragaman etnik pada masa kolonial; hubungan antaretnik dikelola sedemikian rupa sehingga mereka tidak memiliki kesempatan untuk berkomunikasi. Komunikasi hanya dimungkinkan di pasar dalam hal jual-beli. Konstruksi keragaman seperti ini pada akhirnya membentuk, baik secara sadar atau tidak, nalar keragaman poskolonial. Oleh Goh, nalar seperti ini disebut sebagai nalar multikulturalisme poskolonial.³⁵

Nalar multikulturalisme poskolonial tampak jelas dalam gagasan 1Malaysia. Gagasan ini bukanlah gagasan baru, namun dipopulerkan oleh Dato' Sri Mohd Najib bin Tun Hj Abd Razak menyongsong Malaysia 2020. "1Malaysia," ungkap Perdana Menteri Malaysia ini, "adalah satu gagasan bagi memupuk perpaduan di kalangan rakyat Malaysia yang berbilang kaum...." Perpaduan di sini bukan seperti konsep persatuan di Indonesia. Perpaduan di sini digunakan untuk mengakomodasi perbedaan etnik tetapi tetap memegang teguh

prinsip-prinsip Perlembagaan Persekutuan. Namun, perpaduan mensyaratkan sikap penerimaan.³⁶ Dalam pelaksanaannya, sikap penerimaan ini harus tunduk pada kultur-kultur dominan di Malaysia, dalam hal ini Islam. Sebagai contoh, pada 2010 terjadi keberatan sebagian golongan Muslim terhadap penggunaan kata Allah oleh umat non-Islam.³⁷ Secara unik, multikulturalisme poskolonial mengimajinasikan manajemen keragaman etnik minus kultur. Etnik diperlakukan beragam, namun kultur boleh berbeda asalkan mau mengikuti kultur dominan di Malaysia. Keragaman etnik karenanya tidak diimbangi dengan keragaman kultur.

Keragaman kultur yang diakomodasi oleh pemerintah Malaysia adalah kultur yang mampu mendatangkan materi. Hal ini tampak dalam salah satu dagangan Wawasan Malaysia 2020, yaitu Malaysia sebagai representasi *Truly Asia*. *Truly Asia* menawarkan sebuah pseudorealitas yang kosmopolit mencakup semua kultur di Asia. Tak ayal keragaman seperti ini bukan sesuatu yang riil dalam kehidupan sehari-hari di Malaysia. Akibatnya terjadi hierarki kelas etnik di Malaysia, yang mengakibatkan model-model kewargaan pertama dan kedua. Kultur dalam hal ini disandingkan dengan materi. Keragaman semacam ini oleh Walter Mignolo, sebagaimana dikutip Goh, disebut sebagai kosmopolitanisme kritis.³⁸

Upin & Ipin hadir guna mendukung proyek-proyek pemerintah di atas. Pertama, meskipun hanya sekali, bantuan pemerintah bisa dipandang sebagai dukungan terhadap visi dan misi tayangan ini. Artinya, ada kesamaan visi dan misi antara pemerintah dan produksi *Upin & Ipin*. Kedua, *Upin & Ipin* lebih tepat apabila dibaca sebagai media diseminasi konstruksi keragaman Malaysia, yang memiliki diversitas etnik minus kultur.

I. Penutup: Meneroka Politik (dan) Animasi

Upin & Ipin hadir dengan pengambilan waktu yang tepat. Tayangan ini hadir mengikuti dua arus sekaligus, yaitu arus politik regional Malaysia dan arus animasi Asia. Sebagaimana dikemukakan sebelumnya, dengan kelahiran Wawasan 2020 dan konsep *Truly Asia*, pemerintah mengampanyakan 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 karena promosi *Truly Asia* dapat menyebar secara tidak langsung melalui *Upin & Ipin*. Namun, dari *Upin & Ipin* pula kita bisa melihat bahwa sebenarnya *Truly Asia* adalah *Truly Malay(sia)*.

Dalam dunia animasi, kelahiran *Upin & Ipin* bersamaan dengan kelahiran model digitalisasi CGI, sebuah teknik tayangan 3D yang menyajikan gambar-gerak sebagaimana realitas sesungguhnya. CGI lahir sejak 1995 dan telah membuktikan sebagai teknik yang membuat tayangan enak ditonton. *Shrek II* memperoleh *rating* teratas dalam Box Office Mojo (2007) dan Internet Movie Database (2007), dengan total pendapatan kurang lebih 920 juta US dollar.³⁹ Kini giliran *Upin & Ipin* meraup keuntungan tersebut. Selain teknologi CGI, faktor lain keberhasilan *Upin & Ipin* adalah kreativitas cerita. Berbeda dengan karakter heroik dalam *anime* Jepang dan Amerika, *Upin & Ipin* memiliki ide cerita yang relatif merepresentasikan kehidupan sehari-hari, mirip model animasi CGI lainnya, seperti *Toy Story I* dan *II*, serta *Shrek I* dan *II*. Di sinilah letak keistimewaan serial *Upin & Ipin* karena menyajikan sesuatu yang “seakan-akan” senantiasa terjadi dan bisa ditemui dalam kehidupan sehari-hari di sekeliling kita.

Jika kedua arus tersebut digabung, *Upin & Ipin* masuk dalam proses dekomodifikasi kultur. Dekomodifikasi, memodifikasi istilah Douglas Kellner, merujuk pada proses saling-tindih antarkomoditas dan realitas. Ia mengkonstruksi realitas sekaligus menjual realitas. Ia memosisikan kultur sebagai komoditas sekaligus komoditas sebagai kultur.⁴⁰ Media dengan demikian menyimpan kekuatan dahsyat untuk mengkonstruksi realitas, dengan politik kultur di baliknya, sekaligus merupakan lahan meraup laba atas komoditas yang dijualnya. *Betul, betul, betul?[]*

Catatan:

¹ Wendy Hui Kyong Chun, “Did Somebody Say New Media?”, dalam

Wendy Hui Kyong Chun dan Thomas Keenan (eds.), *New Media Old Media: A History and Theory Reader*, (London dan New York: Routledge, 2006), hlm. 1-10.

² Charlie Gere, *Digital Culture*, (London: Reaktion Book, 2002); Noah Wardrip-Fruin dan Nick Montfort (eds.), *The New Media Reader*, (Massachusetts: The MIT Press, 2003); Rober Hassan dan Julian Thoney, *The New Media Theory Reader*, (London: Open University Press, 2006); Glen Creeber dan Royston Martin (eds.), *Digital Cultures: Understanding New Media*, (London: Open University Press, 2009); Staiger, Janet dan Sabine Hake (eds.), *Convergence Media History*, (New York dan London: Routledge, 2009).

³ Andrew Dewdney dan Peter Ride, *The New Media Handbook*, (London dan New York: Routledge, 2006).

⁴ Dewdney dan Ride, *The New Media*, hlm. 20.

⁵ Janet Thumim, *Inventing Television Culture: Men, Women and the Box*, (Oxford: Oxford University Press, 2004).

⁶ Lila Abu-Lughod, *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*, (Chicago dan London: The University of Chicago Press, 2005).

⁷ Arvind Rajagopal, *Politics after Television: Religious Nationalism and the Reshaping of the Indian Public*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2004).

⁸ Ellen Mickiewicz, *Television, Power and the Public in Russia*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2008).

⁹ Philip Kitley, *Television, Nation and Culture in Indonesia*, (Athens: Ohio University Center for International Studies Research in International Studies, 2000).

¹⁰ Eric Kit-wai Ma, *Culture, Politics, and Television in Hong Kong*, (New York dan London: Routledge, 1999).

¹¹ Jayson Makoto Chun, *"A Nation of a Hundred Million Idiots"?: A Social History of Japanese Television, 1953-1973*, (New York dan London: Routledge, 2007).

¹² Philip Kitley, "Pancasila in the Minor Key: TVRI's *Si Unyil* Models the Child", *Indonesia*, 68 (1999), hlm. 129-152.

¹³ C. Stabile dan M. Harrison (eds.), *Prime Time Animation: Television Animation and American Culture*, (New York dan London: Routledge, 2003).

¹⁴ I. Nakamura, "Japanese Pop Industry", (2003), http://www.stanford-jc.or.jp/research/publication/DP/pdf/DP2003_002_E.pdf, diakses 10 Juni 2011.

¹⁵ Amy Shirong Lu, "What Race Do They Represent and Does Mine Have Anything to Do with it?: Perceived Racial Categories of Anime Characters", *Animation*, 4 (2009), hlm. 169-190.

¹⁶ Mark C. MacWilliams, *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, (New York: M.E. Sharpe, 2008).

¹⁷ Hassan Abdul Muthalib, "From Mousedeer to Mouse: Malaysian Animation at the Crossroads", *Inter-Asia Cultural Studies*, 8, 2 (2007), hlm. 288-297.

¹⁸ Lee Wei Lian, "Jobless Four Years Ago, Three Young Filmmakers Shake Up Box Office", *The Malaysian Insider*, 2 Mei 2009.

¹⁹ "Menanti Drama Musikal Upin dan Ipin", *Tempo*, 16-22 Mei 2011.

- ²⁰ Lian, "Jobless Four"; "Menanti Drama".
- ²¹ Steven Patrick, "Animating Malaysia for the World", *The Star*, 12 Juni 2008.
- ²² Patrick, "Animating Malaysia".
- ²³ "Review Maya 2008", *PcWorld*, http://www.pcworld.idg.com.au/review/software_and_services/autodesk/maya_2008/220799, diakses 13 Juni 2011.
- ²⁴ Patrick Guinness, *Kampung, Islam, and State in Urban Jawa*, (Singapura: ASAA & NUS Press, 2009).
- ²⁵ Johan Fischer, *Proper Islamic Consumption: Shopping among the Malays in Modern Malaysia*, (Kopenhagen: NIAS Press, 2008).
- ²⁶ Michael G. Peletz, *Gender Pluralism: Southeast Asia since Early Modern Times*, (New York dan London: Routledge, 2009).
- ²⁷ Bryan S. Turner, "Religious Authority and the New Media", *Theory Culture Society*, 24, (2007), hlm. 117-134.
- ²⁸ Michel Foucault, *The Birth of Biopolitics: Lectures at the College de France 1978-79*, terj. Michel Snellart, (Hampshire: Palgrave Macmillan, 2008).
- ²⁹ Kitley, "Pancasila in the Minor", hlm. 138.
- ³⁰ C. Geertz, *The Interpretation of Culture*, (New York: Basic Books, 1973), hlm. 363.
- ³¹ Edward M. Bruner, "The Expression of Ethnicity in Indonesia", dalam Cphen Abner, *Urban Ethnicity*, (London dan New York: Routledge, 1974).
- ³² Claire Dawn Morais, "The Fictions of a Nation: Race, State and Identity in Life Writing from Malaysia", disertasi di Hawaii University, 2008.
- ³³ Turner, "Religious Authority".
- ³⁴ J.S. Furnivall, *Netherlands India: A Study of Plural Economy*, (Cambridge: Cambridge of University Press, 1967).
- ³⁵ Daniel P.S. Goh, "Conclusion: Toward a Critical Multiculturalism", dalam Daniel P.S. Goh, Matilda Gabrielpillai, Philip Holden, dan Gaik Cheng Khoo (eds.), *Race and Multiculturalism in Malaysia and Singapore*, (London dan New York: Routledge, 2009), hlm. 213-218.
- ³⁶ "Gagasan 1Malaysia", <http://www.1malaysia.com.my>, diakses 20 Juni 2011.
- ³⁷ Baradan Kuppusamy, "Can Christians Say 'Allah'? In Malaysia, Muslims Say No", <http://www.time.com/time/world/article/0,8599,1952497,00.html>, diakses 20 Juni 2011.
- ³⁸ Goh, "Conclusion".
- ³⁹ Hyejin Yoon dan Edward J. Malecki, "Cartoon Planet: Worlds of Production and Global Production Networks in the Animation Industry", *Industrial and Corporate Change*, 19, 1 (2009), hlm. 239-271.
- ⁴⁰ Douglas Kellner, *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*, (London dan New York: Routledge, 1995).

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Lughod, Lila, *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*, (Chicago dan London: The University of Chicago Press, 2005).
- Bruner, Edward M., "The Expression of Ethnicity in Indonesia", dalam Cphen Abner, *Urban Ethnicity*, (London dan New York: Routledge, 1974).
- Chun, Jayson Makoto, "*A Nation of a Hundred Million Idiots*"?: *A Social History of Japanese Television, 1953-1973*, (New York dan London: Routledge, 2007).
- Chun, Wendy Hui Kyong, "Did Somebody Say New Media?", dalam Wendy Hui Kyong Chun dan Thomas Keenan (eds.), *New Media Old Media: A History and Theory Reader*, (London dan New York: Routledge, 2006): 1-10.
- Creeber, Glen dan Royston Martin (eds.), *Digital Cultures: Understanding New Media*, (London: Open University Press, 2009).
- Dewdney, Andrew dan Peter Ride, *The New Media Handbook*, (London dan New York: Routledge, 2006).
- Fischer, Johan, *Proper Islamic Consumption: Shopping among the Malays in Modern Malaysia*, (Kopenhagen: NIAS Press, 2008).
- Foucault, Michel, *The Birth of Biopolitics: Lectures at the College de France 1978-79*, terj. Michel Snellart, (Hampshire: Palgrave Macmillan, 2008).
- Furnivall, J.S., *Netherlands India: A Study of Plural Economy*, (Cambridge: Cambridge of University Press, 1967).
- Geertz, C., *The Interpretation of Culture*, (New York: Basic Books, 1973).
- Gere, Charlie, *Digital Culture*, (London: Reaktion Book, 2002).
- Goh, Daniel P.S., "Conclusion: Toward a Critical Multiculturalism", dalam Daniel P.S. Goh, Matilda Gabrielpillai, Philip Holden, dan Gaik Cheng Khoo (eds.), *Race and Multiculturalism in Malaysia and Singapore*, (London dan New York: Routledge, 2009): 213-218.
- Goh, Daniel P.S. dan Philip Holden, "Introduction: Postcoloniality, Race and Multiculturalism", dalam Daniel P.S. Goh, Matilda Gabrielpillai, Philip Holden, dan Gaik Cheng Khoo (eds), *Race and Multiculturalism in Malaysia and Singapore*, (London dan New York: Routledge, 2009): 1-16.

- Guinness, Patrick, *Kampung, Islam, and State in Urban Jawa*, (Singapura: ASAA & NUS Press, 2009).
- Hassan, Rober dan Julian Thoney, *The New Media Theory Reader*, (London: Open University Press, 2006).
- Kitley, Philip, "Pancasila in the Minor Key: TVRI's *Si Unyil* Models the Child", *Indonesia*, 68 (1999): 129-152.
- Kitley, Philip, *Television, Nation and Culture in Indonesia*, (Athens: Ohio University Center for International Studies Research in International Studies, 2000).
- Kellner, Douglas, *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*, (London dan New York: Routledge, 1995).
- Lee Wei Lian, "Jobless Four Years Ago, Three Young Filmmakers Shake Up Box Office", *The Malaysian Insider*, 2 Mei 2009.
- Lu, Amy Shirong, "What Race Do They Represent and Does Mine Have Anything to Do with it?: Perceived Racial Categories of Anime Characters", *Animation*, 4 (2009): 169-190.
- Ma, Eric Kit-wai, *Culture, Politics, and Television in Hong Kong*, (New York dan London: Routledge, 1999).
- MacWilliams, Mark C., *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, (New York: M.E. Sharpe, 2008).
- Mickiewicz, Ellen, *Television, Power and the Public in Russia*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2008).
- Morais, Claire Dawn, "The Fictions of a Nation: Race, State and Identity in Life Writing from Malaysia", disertasi di Hawaii University, 2008.
- Muthalib, Hassan Abdul, "From Mousedeer to Mouse: Malaysian Animation at the Crossroads", *Inter-Asia Cultural Studies*, 8, 2 (2007): 288-297.
- Nasir, Kamaludeen Mohamed, Pereira, Alexius A, dan Bryan S. Turner, *Muslims in Singapore: Piety, Politics and Policies*, (London dan New York: Routledge, 2010).
- Patrick, Steven, "Animating Malaysia for the World", *The Star*, 12 Juni 2008.
- Peletz, Michael G., *Gender Pluralism: Southeast Asia since Early Modern Times*, (New York dan London: Routledge, 2009).
- Rajagopal, Arvind, *Politics after Television: Religious Nationalism and the Reshaping of the Indian Public*, (Cambridge: Cambridge

- University Press, 2004).
- Rosengren, Karl Erik (ed.), *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles*, (New York dan London: Routledge, 1994).
- Stabile, C. dan M. Harrison (eds.), *Prime Time Animation: Television Animation and American Culture*, (New York dan London: Routledge, 2003).
- Staiger, Janet dan Sabine Hake (eds.), *Convergence Media History*, (New York dan London: Routledge, 2009).
- "Menanti Drama Musikal Upin dan Ipin", *Tempo*, 16-22 Mei 2011.
- Thumim, Janet, *Inventing Television Culture: Men, Women and the Box*, (Oxford: Oxford University Press, 2004).
- Turner, Bryan S., "Religious Authority and the New Media", *Theory Culture Society*, 24, (2007): 117-134.
- Wardrip-Fruin, Noah dan Nick Montfort (eds.), *The New Media Reader*, (Massachusetts: The MIT Press, 2003).
- Yoon, Hyejin dan Edward J. Malecki, "Cartoon Planet: Worlds of Production and Global Production Networks in the Animation Industry", *Industrial and Corporate Change*, 19, 1 (2009): 239-271.

Website

- Anime News Network, <http://www.animenewsnetwork.com>, diakses 10 Juni 2011.
- "Episode Upin & Ipin", <http://www.upindanipin.com.my>, diakses 14 Juni 2011.
- "Gagasan 1Malaysia", <http://www.1malaysia.com.my>, diakses 20 Juni 2011.
- Kuppusamy, Baradan, "Can Christians Say 'Allah'? In Malaysia, Muslims Say No", <http://www.time.com/time/world/article.8599.1952497.00.html>, diakses 20 Juni 2011.
- Nakamura, I., "Japanese Pop Industry", (2003), http://www.stanford-ic.or.jp/research/publication/DP/pdf/DP2003_002_E.pdf, diakses 10 Juni 2011.
- PcWorld, "Review Maya 2008" http://www.pcworld.idg.com.au/review/software_and_services/autodesk/maya_2008/220799, diakses 13 Juni 2011.