

Dapatkan  
Newsletter  
Percuma >>



Log Masuk | Daftar



Untuk Anda Terkini Fokus Rencana Mediasi Kritis Wawancara

Mediasi Kritis

Follow

> Cetusan

Follow

## Memahami peranan diplomasi

Oleh DR. ANIS YUSAL YUSOFF 05 November 2021 | Masa membaca:

3 minit



Mungkin IDFR boleh membuat kajian bagi mengenal pasti produk negara yang mempunyai potensi untuk diangkat sebagai budaya popular yang kita jadikan sebagai peluru-peluru halus dalam usaha diplomatik dan hubungan antarabangsa. - Foto 123RF

A- A A+

**TUJUAN** utama kita membuka pejabat kedutaan dan menghantar diplomat ke seluruh dunia adalah untuk menjaga hubungan dua hala antara dua buah negara yang bersahabat.

Selain itu, pejabat kedutaan juga berperanan menjadi mata dan telinga kepada negara kita untuk melihat potensi peluang perniagaan dan pelaburan untuk ahli perniagaan kita di luar negara.

Pada masa sama bertindak sebagai promoter yang menggalakkan orang untuk memilih Malaysia sebagai destinasi percutian ataupun tempat untuk membuka perniagaan dan pelaburan.

Walaupun ada agensi-agensi khas untuk tujuan menggalak pelancongan dan pelaburan datang ke Malaysia, namun pegawai kedutaan inilah yang menjadi frontliners utama yang ditemui oleh orang di luar negara terlebih dahulu.

Sebab itu kita sepatutnya hanya menghantar wakil kita daripada antara mereka yang terlatih dan dilatih khas untuk tugas ini.

Di Malaysia, ada institut khas yang melatih mereka. Semasa saya bertugas dengan Program Pembangunan PBB (UNDP) dahulu, saya sering dijemput sebagai tenaga pengajar di institut ini.

Institute Diplomacy and Foreign Relations (IDFR) adalah sebuah pusat yang melatih dan menyelidik semua perkara mengenai diplomasi dan hubungan antarabangsa dengan misi khas untuk mempertingkatkan profesionalisme para pegawai diplomatik.

Kata kuncinya di sini adalah perkataan diplomasi. Kolum saya minggu ini juga ditulis dengan penuh diplomasi agar tidak menyinggung perasaan sesiapa dengan hasrat untuk menyumbang

**Disyorkan artikel berkaitan ini:**

- [Selepas 70 tahun ditubuhkan, ke mana hala tuju Pas?](#)
- [Diplomasi pertahanan negara](#)
- [Diplomasi digital perlu dipantau](#)

Apa yang saya fahami berdasarkan ulasan Richard Arndt, seorang pakar dalam bidang ini yang bertindak menasihati US State Department dahulu bahawa diplomasi budaya adalah salah satu cara diplomasi awam yang menggunakan kaedah soft power yang melibatkan pertukaran idea, maklumat, kesenian, bahasa dan aspek-aspek lain dalam kebudayaan sesebuah negara. Ini berbeza dengan kaedah hard power yang menggunakan kuasa ketenteraan.

Jika kita ambil Korea Selatan sebagai kiblat untuk kita mengetengahkan diplomasi budaya ini, kita harus sedar bahawa di Korea Selatan, kerajaan mereka telah lama membuat keputusan untuk menjadi satu-satunya negara di dunia yang meletakkan matlamat utama negara untuk mengeksport budaya

populer mereka. Ini adalah cara mereka membina soft power mereka untuk mempengaruhi dunia.

Soft power adalah satu konsep yang diperkenalkan oleh seorang ahli Sains Politik daripada Harvard University bernama Joseph Nye dalam tahun 1990.

Menurut beliau, konsep ini merujuk kepada kuasa yang tidak dapat diukur tetapi berjaya dicapai sebagai satu pengaruh sesebuah negara ke atas negara yang lain.

Contoh yang beliau berikan pada waktu itu adalah bagaimana Amerika Syarikat (AS) mempengaruhi dunia dengan produk seperti Levi's jeans mereka. Kalau rokok orang mahukan Marlboro, kalau komputer semua mahu Apple, kalau minuman soda orang mahukan Coca Cola.

## **BUDAYA POPULAR PELURU HALUS DIPLOMATIK**

Dalam konteks sama, hari ini K-Pop sudah menjadi kegemaran dan kegilaan remaja di merata dunia. Begitu juga dengan drama dan filem Korea Selatan yang turut memenangi anugerah filem tertinggi di dunia.

Tetapi sebelum mereka memulakan program berbentuk diplomasi budaya ini mereka telah terlebih dahulu membina produk yang berkualiti untuk dieksport atau dijadikan budaya popular mereka.

Jadi jika AS ada Hollywood dan jenama-jenama yang saya sebutkan diatas tadi dan Korea Selatan ada K-Pop, filem-filem dan drama-drama bersiri mereka, apakah produk budaya negara kita yang ingin kita eksport ke luar negara?

Mungkin IDFR boleh diberi mandat bagi membuat kajian mendalam bagi kita mengenal pasti produk dalam negara yang mempunyai potensi untuk diangkat sebagai budaya popular

yang kita jadikan sebagai peluru-peluru halus dalam usaha diplomatik dan hubungan antarabangsa kita.

Ketika saya hadir dalam satu perbincangan mengenai polisi antarabangsa baru-baru ini, saya sarankan agar polisi antarabangsa kita harus bermula di rumah.

Kita perlu bina Malaysia yang lebih baik dalam semua sudut, baik menguruskan pandemik Covid-19, pemulihan ekonomi, kestabilan politik, dan mengutamakan pendidikan kepada anak-anak kita yang tercicir.

Keutamaan harus kita berikan kepada rakyat dalam negara ini agar rintihan mereka kita tangani dahulu. Pembaikan dan kemajuan dalam negara akan menyerlahkan lagi imej Malaysia di mata dunia.

Saya pasti semasa kita dikenali sebagai salah sebuah negara Harimau Asia dahulu, ia adalah kerana usaha yang kita lakukan dalam negara ini.

*\* Datuk Dr Anis Yusal Yusoff ialah Felo Utama di KITA, UKM. Beliau pernah menjadi Presiden Institut Integriti Malaysia, dan Timbalan Ketua Pengarah GIACC, JPM*

Anda telah membaca artikel percuma. Daftar/ Log Masuk sekarang untuk mengetahui lebih lanjut [Klik di](#)

Diplomasi

Follow

Budaya

Follow

