

Advancing ASEAN Identity Through Socio-Cultural

Nisrina Hartyas Salsabila¹, and Yuliana Riana Prasetyawati²

^{1,2} LSPR Institute of Communication and Business, Jakarta, Indonesia

ABSTRACT

Since its establishment, ASEAN has struggled to make a tangible impact on the everyday lives of its people. A lack of awareness, limited public knowledge, and insufficient dissemination of ASEAN identity particularly at the grassroots level have contributed to the elusiveness of a shared regional identity. In Indonesia, information about ASEAN remains largely unfamiliar to the general public, reflecting a broader disconnect between regional integration and local consciousness. This study employs a descriptive qualitative methodology to examine the development of ASEAN identity within Indonesian society through socio-cultural approaches. It also explores the role of social identity in shaping regional belonging and analyzes the challenges inherent in fostering ASEAN identity awareness. Despite its diversity, ASEAN and Indonesia in particular possesses rich cultural heterogeneity that can serve as a foundational strength for regional unity. By identifying shared values amid diversity, greater understanding of ASEAN identity can foster a sense of optimism and solidarity among Indonesians toward their counterparts across the region. Enhancing the visibility of ASEAN's role and significance requires sustained communication efforts at the community level, coupled with active government engagement in promoting ASEAN across all strata of Indonesian society.

Keywords: ASEAN identity, sense of community, social culture

INTRODUCTION

Guna mewujudkan *we feeling* ASEAN, Indonesia turut serta memberikan ide dengan mengusulkan "*Narrative of ASEAN Identity*" atau Narasi Identitas ASEAN". Narasi tersebut diharapkan dapat digunakan dalam berbagai kesempatan yang sekaligus untuk mengingatkan masyarakat bahwa ASEAN bukan hanya organisasi yang dibangun secara politis, namun ada juga nilai-nilai budaya Asia Tenggara yang harus menyatu dalam identitas ASEAN. Kesepakatan seluruh negara anggota terhadap narasi identitas ASEAN akan membantu proses memasyarakatkan ASEAN, yang selama ini hanya dipahami oleh kalangan terbatas, seperti pemerintah, mahasiswa, media, dan akademisi. Dalam *Narrative of ASEAN Identity*, terdapat tiga parameter untuk mengukur keberhasilan ASEAN Identity. Pertama, *ASEAN Awareness* (Kesadaran) di mana pengukuran ini ditandai dengan presentase masyarakat ASEAN yang dapat mengasosiasikan dirinya menjadi bagian dari ASEAN. Kedua, *ASEAN Relevance* (Relevansi) di mana pengukuran ini dilihat dari pemahaman tentang bagaimana orang seharusnya mendapatkan keuntungan dari ASEAN. Ketiga, *ASEAN Appreciation* (Penghargaan) di mana hal ini ditandai dengan tingkat

penghargaan masyarakat menjadi bagian dari ASEAN dan adanya pengakuan dari pihak lain atas persatuan dan sentralitas komunitas ASEAN (ASEAN, 2020).

Kerja sama yang dilakukan, khususnya di berbagai bidang sosial budaya oleh ASEAN juga diharapkan dapat menciptakan *we feeling* terhadap ASEAN dan menumbuhkan rasa saling menghormati dan kesetiakawanan sosial yang tinggi di antara masyarakatnya. ASEAN juga menyadari bahwa negara-negara Asia Tenggara berbagi segudang warisan dan terhubung satu sama lain walaupun begitu beragam. Hal ini dilihat dari banyaknya budaya yang unik hingga kuliner, dari sejarah bersama hingga adanya kesamaan DNA, dan juga dari interaksi sosial budaya hingga tradisi bersama (ASEAN, 2020). Meskipun demikian, hal tersebut belum dapat dikatakan cukup untuk membentuk suatu identitas bersama. Karena untuk membentuk identitas bersama, dibutuhkan pembentukan secara sosial dan juga yang tidak kalah penting adanya proses interaksi antar masyarakat ASEAN di mana ini menjadi tantangan bagi semua pihak khususnya pemerintah negara ASEAN untuk membuat masyarakat negara anggota ASEAN saling berinteraksi satu sama lain (Acharya, 2018).

Wirajuda (2015) meneliti mengenai proses pembangunan komunitas ASEAN yang sejalan dengan salah satu tujuan ASEAN sebagai promosi organisasi yang berorientasi pada rakyat di mana semua sektor masyarakat didorong untuk berpartisipasi dan mendapatkan manfaat dari proses integrasi dan komunitas pembangunan ASEAN. Namun dalam pembangunan komunitas ASEAN tentu saja terdapat tantangannya sendiri seperti yang dijelaskan oleh Saragih (2017) dalam penelitiannya yang mendeskripsikan dan menganalisis tantangan apa yang tengah dihadapi kawasan Asia Tenggara dengan adanya pembentukan komunitas ASEAN 2015 dalam menciptakan stabilitas di kawasan Asia Tenggara, khususnya dalam *ASEAN Political and Security Community (APSC)*. Tidak berbeda jauh dengan Saragih, Kongbuamai, Bui, Yousaf, dan Liu (2020) mengkaji negara-negara ASEAN dari segi pertumbuhan ekonomi, konsumsi energi, pariwisata, dan sumber daya alam di mana pariwisata dan sumber daya alam memiliki pengaruh negatif sedangkan konsumsi energi berpengaruh positif terhadap jejak ekologi negara-negara ASEAN.

Kim dan Cho (2019) yang mengkaji peran dari *sense of community* menghubungkan hubungan publik pemerintah lokal dalam pembangunan komunitas. Contoh lainnya dalam teori *Sense of Community* dilakukan oleh Boyd dan Nowell (2017) yang membahas mengenai pengalaman komunitas dalam pengaturan organisasi dengan menguji secara empiris teori *Sense of Community - Responsibility* dalam kaitannya dengan ukuran tradisional *Sense of Community* pada hasil kesejahteraan karyawan dan kewarganegaraan organisasi. Penelitian ini menambah pengetahuan baru pada literatur tentang pengalaman komunitas dalam organisasi, serta mewakili kontribusi penting bagi pemahaman tentang faktor-faktor yang mendorong tindakan dan kesejahteraan karyawan di tempat kerja. Penelitian ini dapat dikaitkan dengan bagaimana ASEAN membangun *sense of community* di antara anggota-anggotanya.

Stoicheva (2015) yang meneliti mengenai kebijakan multilingualisme apa yang dapat mendorong pembentukan identitas di Eropa. Penelitian ini menemukan bahwa multilingualisme dan keragaman linguistik merupakan faktor kunci dan determinan pembentukan identitas eropa serta vitalisasi bahasa nasional dan daerah dalam konteks eropa. Striessing dan Lutz (2016) menyatakan terdapat kekuatan tanpa henti dari penggantian kelompok, di mana kelompok yang lebih muda lebih berpikiran Eropa secara bertahap menggantikan kelompok yang lebih tua, lebih berorientasi nasional, menghasilkan perubahan

yang signifikan dan dapat diprediksi dalam prevalensi identitas orang Eropa. He (2021) yang mengkaji sejauh mana pembangunan berorientasi transit meningkatkan atau melemahkan *sense of community* dalam konteks Hong Kong.

Selanjutnya Shadiqi, Ulum, Milla, dan Muluk (2020) meneliti mengenai studi yang bertujuan untuk mengadaptasi dan mengevaluasi skala dual identity pada sampel Indonesia. Penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan kata “suku” dapat menjelaskan identitas subordinat lebih baik dibandingkan kata “etnis” pada skala. Penelitian ini memberikan implikasi praktis penggunaan skala dual identity di Indonesia. Ada tiga hal yang bisa dijelaskan dalam penelitian tersebut. Pertama, identitas ganda memiliki keandalan yang baik karena mengevaluasi keandalan paralel dengan analisis korelasi. Kedua, temuan ini menunjukkan bahwa orang Indonesia yang lebih cenderung menempatkan imigran etnis di Belanda yang berasal dari Afghanistan, Iran, Irak, dan Somalia lebih cenderung merasa sebagai orang Belanda (identitas nasional) ketika identitas ganda diukur. Ketiga, penelitian ini menemukan bahwa identitas etnis dan identitas nasional adalah sederajat.

McMillan dan Chavis (dalam Farahani, 2016) menyebutkan adanya empat elemen dalam *Sense of Community*. Elemen pertama adalah keanggotaan (*membership*) dimana adanya perasaan memiliki atau berbagi rasa keterkaitan pribadi. Unsur yang kedua adalah pengaruh (*influence*) yang membuat adanya perbedaan bagi suatu kelompok dan kelompok itu berarti bagi anggotanya. Unsur ketiga ialah penguatan dari integrasi dan pemenuhan kebutuhan (*integration and fulfillment of needs*) dimana hal tersebut adalah perasaan bahwa kebutuhan anggota akan dipenuhi dengan sumber daya yang diterima melalui keanggotaan mereka dalam kelompok. Elemen selanjutnya ialah berbagi hubungan emosional (*shared emotional connection*). Komitmen dan keyakinan yang para anggota bagikan akan memberikan tempat yang sama, waktu bersama hingga pengalaman yang serupa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis identitas ASEAN yang dikomunikasikan kepada komunitas regional melalui Narasi Identitas ASEAN, serta mengkaji upaya-upaya yang dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran akan identitas ASEAN, khususnya dalam ranah sosial dan budaya. Dengan menyelidiki narasi yang dibangun dan inisiatif akar rumput, penelitian ini berupaya memahami bagaimana rasa memiliki regional dipromosikan dan dipersepsikan di Indonesia, dengan implikasi untuk memperkuat kesadaran bersama ASEAN.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme interpretatif untuk menjelaskan upaya-upaya yang dilakukan untuk membangun kesadaran akan identitas ASEAN. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, dengan fokus pada empat elemen inti rasa kebersamaan dan pemahaman akan identitas ASEAN. Informan kunci meliputi:

1. Kepala Subdirektorat Kerja Sama Informasi, Kebudayaan, dan Pendidikan ASEAN di Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. Informan memberikan wawasan tentang strategi pemerintah untuk mempromosikan identitas ASEAN dan mengkaji bagaimana inisiatif pemberdayaan masyarakat dimanfaatkan untuk menumbuhkan kesadaran regional bersama di berbagai latar belakang masyarakat.
2. Pendiri Organisasi Pemuda ASEAN. Informan ini menawarkan perspektif masyarakat sipil, khususnya tentang inisiatif akar rumput yang menumbuhkan "rasa

kebersamaan" di antara pemuda ASEAN dan memperkuat identitas kolektif melalui keterlibatan yang digerakkan oleh rekan sebaya.

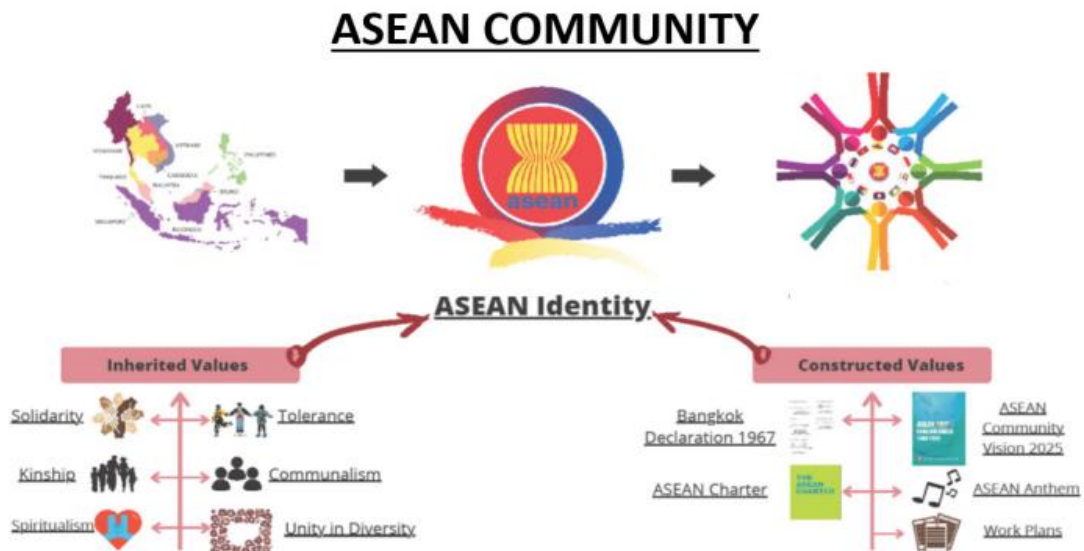
3. Duta Muda ASEAN. Informan ini relevan dengan penelitian ini karena peneliti ingin memahami apa yang dilakukan oleh Duta Muda ASEAN, sebagai perwakilan pemuda, untuk membangun dan meningkatkan kesadaran publik, khususnya di Indonesia, mengenai identitas ASEAN.
4. Perwakilan pemuda yang berpartisipasi dalam pertukaran pelajar di Filipina dan Denmark. Peneliti ingin memahami perbedaan kedekatan antara mereka yang berada di ASEAN dan di luar ASEAN.

RESULT

Indonesia telah menginisiasi *the Narrative of ASEAN Identity* (NAI) yang diadopsi oleh seluruh negara anggota ASEAN pada Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ke-37 tanggal 12 November 2020 setelah melalui proses konsultasi yang dilakukan di seluruh sektor di tiga pilar kerjasama ASEAN selama hampir dua tahun. Narasi Identitas ASEAN merupakan penegasan dari relevansi ASEAN bagi masyarakat sebagai bagian dari komunitas yang berakar dari nilai-nilai sosial budaya. Dalam mengaplikasikan Identitas ASEAN, peningkatan pemahaman ASEAN di antara masyarakat penting untuk dilakukan. Hal ini ditujukan agar masyarakat ASEAN memiliki *we feeling* yang kemudian menimbulkan *sense of belonging* sehingga mereka memiliki perasaan kepemilikan terhadap ASEAN (M. A. Wijayanti, komunikasi pribadi, 7 Juli 2021).

Narasi tersebut dimaksudkan untuk kembali mengingatkan masyarakat ASEAN mengenai siapa mereka, dari mana mereka berasal, dan tujuan mereka, baik secara organisasi maupun sebagai komunitas sebagaimana yang telah disampaikan oleh Menteri Luar Negeri Republik Indonesia pada *ASEAN Virtual Cross-Pillar Consultation on the Narrative of ASEAN Identity* pada 31 Agustus 2020 (Jaya, et al., 2021). Disebutkan bahwa *Narrative of ASEAN Identity* akan menjadi dasar untuk identitas ASEAN yang akan memperkuat komunitas ASEAN dengan meningkatkan nilai-nilai bersama dengan *we feeling* yang lebih tinggi dan rasa memiliki serta berbagi dalam semua manfaat dari integrasi kawasan. Selain itu, *Narrative of ASEAN Identity* juga menekankan pada identitas yang berorientasi pada rakyat di mana dalam proses pengimplementasinya merangkul semua warga negara anggota ASEAN terutama yang berada di tingkat akar rumput dengan cara-cara yang lebih memungkinkan masyarakat akar rumput membuat ASEAN lebih relevan dalam kehidupan mereka sehari-hari sehingga mereka dapat menjalankannya dengan baik dan mendapatkan keuntungan sebagai bagian dari ASEAN (ASEAN, 2020).

Identitas ASEAN merupakan proses konstruksi sosial yang didefinisikan oleh kombinasi yang seimbang antara nilai-nilai yang terkonstruksi (*Constructed Values*) dan nilai-nilai warisan (*Inherited Values*) yang akan memperkuat ASEAN. *Inherited values* merupakan seperangkat nilai yang telah mengakar kuat dari generasi ke generasi sebagai hasil dari interaksi budaya yang berkembang menjadi nilai-nilai yang hampir serupa di antara negara anggota ASEAN (M. Ari Wijayanti, Komunikasi Pribadi, 7 Juli 2021). Sedangkan *Constructed values* adalah nilai-nilai yang dibangun atau dibentuk secara sengaja yang diartikan sebagai nilai-nilai sekelompok orang yang berasosiasi dengan dirinya sendiri yang terus berkembang seiring berjalannya waktu dengan pola pikir tertentu untuk mencapai suatu tujuan dari komunitas (ASEAN, 2020).



Gambar 2. Identitas ASEAN, dari Masyarakat ASEAN, 2021.

Keragaman Sebagai Identitas ASEAN

ASEAN berisikan sepuluh negara yang mana setiap negaranya memiliki banyak keragaman, baik dari budaya, bahasa, hingga agama. Namun keberagaman ini tidak menjadikan ASEAN pesimis dalam menyatukan setiap masyarakat di negara anggota ASEAN menjadi satu komunitas dengan satu identitas. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya oleh Monica Ari Wijayanti, Identitas ASEAN terbentuk dari paduan yang seimbang antara *Inherited Values* dan *Constructed Values*. *Inherited values* sendiri diartikan sebagai seperangkat nilai yang telah mengakar kuat di kawasan Asia Tenggara dari generasi ke generasi sebagai hasil dari interaksi budaya yang berkembang menjadi nilai-nilai serupa di antara negara anggota ASEAN. Dengan kata lain, keberagaman yang ada pada negara-negara di Asia Tenggara memiliki nilai yang serupa satu sama lain, khususnya dari segi kekeluargaan, toleransi, dan juga spiritualisme.

Tidak hanya antar negara, bahkan dalam satu negara di kawasan Asia Tenggara saja memiliki budaya dan suku yang berbeda-beda. Hal inilah yang menjadi sebuah identitas yang ingin ditonjolkan oleh ASEAN. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Monica Ari Wijayanti mengenai akulturasi yang terjadi di antara negara-negara anggota ASEAN. Akulturasi budaya dikatakan muncul karena adanya migrasi di mana banyak di antara masyarakat negara Asia Tenggara, khususnya negara anggota ASEAN yang berpindah dari satu tempat ke tempat yang dalam satu kawasan yang tentu secara geografis berdekatan. Selain itu, akulturasi budaya juga timbul karena adanya pernikahan, persekutuan, adanya sistem barter maupun perdagangan yang akhirnya memunculkan budaya-budaya yang serupa.

Adanya persamaan dalam perbedaan-perbedaan yang ada dalam ASEAN bukan ditekankan pada klaim akan sesuatu dimiliki oleh siapa yang justru memancing adanya perselisihan. Namun, hal tersebut seharusnya menjadi kekuatan bagi ASEAN sendiri. Banyaknya persamaan budaya ataupun yang sebenarnya sama tetapi berbeda inilah yang harusnya ditekankan saat membangun rasa kepemilikan ASEAN antar masyarakat negara anggotanya.

Berbicara mengenai ragam budaya yang ada di ASEAN, terkadang masyarakat di satu negara dengan yang lainnya berselisih paham terkait hal tersebut. Seperti antara Indonesia dengan Malaysia, Malaysia dengan Filipina, Filipina dengan Thailand di mana terkadang masyarakatnya saling menjatuhkan dan bahkan membenci satu sama lain. Penyebab terjadinya perselisihan tersebut salah satunya adalah karena kurangnya edukasi yang jelas mengenai ASEAN. Kurangnya edukasi ini, membuat masyarakat negara anggota ASEAN melihat adanya persamaan budaya di negara lainnya sebagai tindakan plagiat atau yang lebih parah adanya tuduhan mencuri budaya. Sebagaimana telah dikatakan oleh Senjaya Mulia selaku *founder* dari ASEAN dari ASEAN Youth Organization (AYO) mengenai perselisihan yang dikarenakan adanya saling klaim dan tuduhan pencurian terhadap satu negara dengan negara lainnya tanpa tahu asal usul budaya tersebut. Ia juga menambahkan bahwa budaya yang serupa terjadi karena adanya sejarah yang panjang dibaliknya. Akulturasi budaya dari pendatang luar kawasan yang singgah di negara-negara Asia Tenggara dan membawa budaya mereka masuk ke dalam kawasan. Perbedaan ini seharusnya bukan menjadi suatu perselisihan yang dapat membuat perpecahan satu sama lain. Namun dengan adanya perbedaan ini dapat membuat masyarakat ASEAN semakin kuat dan erat yang dapat menjadi keunikan tersendiri bagi Identitas ASEAN.

Dalam hal tersebut yang pernah mengikuti pertukaran pelajar di Filipina, menambahkan bahwa ada banyak budaya Filipina yang serupa dengan Indonesia. Dari segi makanan, ada satu tradisi Filipina ketika mengadakan pesta yaitu selalu menyajikan babi guling (*Lechon Baboy*) di atas meja di mana hal ini serupa dengan apa yang dilakukan oleh tradisi Batak ketika berpesta. Selain itu, apabila di Indonesia memiliki tradisi *liwetan*, Filipina juga memiliki tradisi serupa yaitu menggunakan pelepah daun pisang yang dibentangkan dan diisi oleh makanan di sepanjang pelepah tersebut. Cara makannya pun tidak berbeda dengan menggunakan tangan dan memakan secara bersama-sama.

Selain dari tradisi tersebut, Tika Roswanti juga menjelaskan bahwa Filipina juga memiliki budaya *collectivism* di mana masyarakat di sana juga memiliki kekeluargaan yang tinggi sama seperti di Indonesia. Tidak hanya itu, Filipina juga memiliki kata yang sama dengan kata dalam Bahasa Indonesia, di antaranya ialah kata *pintu*, *handuk*, *tante*, dan sebagainya. Kata-kata tersebut tidak hanya sama dalam penulisan, tetapi juga memiliki makna yang sama. Selain itu, di Butuan, kota yang sempat ia tinggali, terdapat satu gunung bernama *Mount Mayapai* di mana kata *Mayapai* tersebut diambil dari kata *Majapahit*. Kemudian di Butan juga terdapat daerah dengan nama *Visaya*, yang mana kata *Visaya* sendiri diambil dari kata *Sriwijaya*. Dapat terlihat bahwa budaya yang ada di kawasan ASEAN merupakan hasil dari warisan turun temurun.

Selain *inherited values*, *constructed values* juga merupakan nilai-nilai yang penting dalam pembentukan identitas ASEAN yang terkonstruksi pada nilai-nilai sosial budaya. Sebagaimana *constructed values* dari Identitas ASEAN telah tercerminkan ke dalam Piagam ASEAN pada artikel dua terkait *principle*, terutama menekankan pada penghormatan, perdamaian, keamanan, kesejahteraan, *non interference*, kemudian yang kental dari ASEAN itu mengutamakan dialog. Namun juga tetap *inheritance* pada peraturan nasional dan perdagangan internasional, demokrasi, kebebasan, hak asasi manusia dan juga kental dengan

unity diversity, inclusivity dan yang perlu ditekankan juga adalah *ASEAN centrality in conducting external relations* atau disebut juga *ASEAN Way*. *Inherited Values* dan *Constructed Values* dalam Narasi Identitas ASEAN menjadi pengukuhan akan identitas ASEAN yang belum memiliki definisi yang jelas. Hal ini sejalan dengan upaya *self categorization* masyarakat negara anggota ASEAN sebagai masyarakat ASEAN.

Budaya serupa yang dimiliki oleh negara anggota ASEAN menjadi suatu optimisme bagi ASEAN untuk menyatukan masyarakat anggotanya ke dalam satu identitas. Meskipun demikian, menurut Acharya (2018) kunci dari membangun satu identitas pada komunitas tidak cukup dengan menonjolkan kesamaan budaya yang dimiliki, namun juga harus ada kepercayaan, persahabatan, saling melengkapi, dan sikap responsif di antara masyarakatnya sehingga masyarakat tersebut dapat secara sadar mengidentifikasi diri mereka sebagai masyarakat ASEAN. Dalam menumbuhkan rasa identitas bersama atau kolektif, disebutkan bahwa seseorang harus memiliki alasan kuat untuk melakukan suatu tindakan kolektif. Hal ini dikarenakan identitas ASEAN bukan sesuatu yang diberikan secara kultural, melainkan sesuatu yang dibangun dari interaksi sosial yang sadar akan dirinya sebagai anggota ASEAN.

Membangun Kesadaran Identitas ASEAN melalui Pilar Sosial-Budaya

Kesadaran akan identitas ASEAN merupakan salah satu parameter dalam mengukur keberhasilan pengimplementasian Identitas ASEAN dalam masyarakat di berbagai kalangan. Dalam hal ini, dilakukan bermacam upaya untuk membangun kesadaran masyarakat oleh berbagai pihak. Salah satunya ialah dari negara itu sendiri. Setiap negara diharapkan berkomitmen untuk terus berupaya membangun kesadaran masyarakat mengenai Identitasnya sebagai bagian dari ASEAN.

Perumusan dan pengesahan Narasi Identitas ASEAN juga merupakan suatu bentuk upaya dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai ASEAN. Monica Ari Wijayanti menuturkan bahwa adanya Narasi Identitas ASEAN ini diharapkan dapat membangun *we feeling* di antara masyarakat negara anggota ASEAN. Selain itu, beliau juga turut mengatakan bahwa pilar kerja sama yang paling dekat dengan masyarakat ialah pilar sosial budaya dan bahkan hal ini sudah pernah dibahas melalui pembentukan *ASEAN committee on Culture and Information* dari tahun 1978.

Banyak upaya yang telah dilakukan untuk menimbulkan rasa Identitas ASEAN di antara masyarakatnya, diantaranya ialah dilakukannya kerja sama dalam beberapa proyek, seperti ASEAN Quiz yang dilakukan di level nasional dan regional, ASEAN Connects, ASEAN Media Professional Exchange, ASEAN Cultural Year, ASEAN Contemporary Dance Festival, dan Best of ASEAN Performing Arts. Monica Ari Wijayanti menjelaskan bahwa kedekatan ASEAN semakin terasa ketika adanya pandemi Covid-19 sejak tahun 2020 di mana seluruh negara anggota ASEAN bersepakat untuk memperkuat kerja sama dalam penanganan Covid-19, terutama di bidang tukar menukar informasi, perkembangan *research*, epidemiologi, *clinical treatment*, juga memperkuat komunikasi publik dengan memerangi, misalnya stigmatisasi dan diskriminasi bagi mereka yang terinfeksi. Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak tahun 2020 ini sangat berdampak di berbagai sektor di seluruh negara, terutama ekonomi. Dalam hal ini peran ASEAN tidak hanya terasa pada bidang kesehatan saja, namun juga adanya perhatian pada UMKM dan juga banyak kerja sama yang mengutamakan masyarakat anggota ASEAN di masa pandemi ini. Hal ini membuktikan bahwa adanya upaya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat anggota ASEAN di masa pandemi dan juga adanya rasa berjuang bersama menghadapi covid-19. Upaya ini mendukung tercapainya elemen dalam *sense of community*, yaitu pemenuhan kebutuhan dan juga hubungan emosional bersama.

Tidak hanya itu, Monica Ari Wijayanti juga menyebutkan adanya kegiatan yang mengutamakan masyarakat negara anggota ASEAN sebagai pesertanya, salah satu kegiatannya adalah beasiswa seni dan budaya. Kegiatan tersebut melibatkan anak-anak muda yang berusia di bawah 30 tahun yang mana mereka diberikan kesempatan untuk mempelajari berbagai kesenian Indonesia, seperti musik dan tarian yang akan dipelajari di berbagai daerah di Indonesia. Peserta tersebut diantaranya adalah mahasiswa, penari, pelukis, yang memiliki interaksi secara langsung dengan masyarakat luas dimana hal ini dilakukan agar pesan yang ingin disampaikan merata ke berbagai level. Hal ini juga dapat mematahkan stigma masyarakat negara anggota ASEAN yang melihat ASEAN sebagai komunitas untuk para elit saja. Dalam hal tersebut dapat dikatakan bahwa sosial budaya sangat efektif untuk membangun kesadaran ke masyarakat luas.

Guna membangun kesadaran Identitas ASEAN, ASEAN telah merumuskan strategi komunikasi melalui berbagai platform media dalam ASEAN Communication Master Plan 2 (ACMP 2) tahun 2018-2025 yang disetujui dalam the *fourteenth ASEAN Ministers Responsible for Information* (AMRI) bulan Mei 2018. Seperti yang diketahui bahwa di era digital ini, informasi, edukasi, sosialisasi, ataupun sebagainya dapat dengan efektif disebarkan melalui berbagai media. Sebagaimana yang telah dituturkan oleh Monica Ari Wijayanti, berbagai platform media digunakan agar bisa lebih mensosialisasikan ASEAN di kalangan masyarakat di berbagai level. Dalam hal ini, pemberitaan mengenai ASEAN akan lebih banyak diperlihatkan, tidak hanya dalam hal pertemuan Presiden, pertemuan Menteri, namun juga hal-hal yang langsung menjangkau ke masyarakat melalui berbagai kegiatan anak muda atau penggunaan sosial media untuk menguatkan Identitas ASEAN di kalangan masyarakat.

Generasi muda sangat berperan dalam membangun kesadaran Identitas ASEAN. Pemuda cenderung memiliki kreativitas yang dapat terus mengikuti perkembangan jaman. Seperti halnya yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Darmawan selaku Duta Muda ASEAN Indonesia yang membuat suatu program setelah ia terpilih. Program tersebut bernama ASEAN Shanty di mana ASEAN Shanty merupakan sebuah platform bagi pemuda untuk saling bertukar informasi. Selain itu, ia juga menjelaskan mengenai apa yang dilakukannya sebagai Duta Muda ASEAN Indonesia di antaranya ialah memperkenalkan kembali ASEAN ke desa-desa yang berada di Indonesia, lebih tepatnya di desa-desa daerah Jawa Timur dengan target utamanya adalah pemuda-pemuda yang ada di desa tersebut. Bersama dengan 20 orang Duta Muda ASEAN lainnya, mereka memperkenalkan kembali mengenai ASEAN secara lebih terperinci dan juga memberikan informasi terkait program-program apa saja yang dapat memberikan manfaat untuk mereka semua.

Tidak hanya mengetahui saja apa itu ASEAN, tetapi para Duta Muda ASEAN juga berusaha untuk menggiring opini penduduk desa tersebut bahwa ASEAN tidak hanya sekedar pengetahuan, namun juga merupakan organisasi yang dapat memberikan mereka keuntungan. Sebagaimana menciptakan *sense of community* dalam masyarakat ASEAN, adanya pengaruh yang kuat akan berdampak pada pemikiran mengenai komunitas tersebut. Muhammad Iqbal Darmawan juga menuturkan bahwa banyak program-program yang dapat dimanfaatkan dan memberikan banyak keuntungan untuk generasi muda baik di Indonesia maupun negara anggota ASEAN lainnya khususnya di bidang pendidikan, di antaranya ialah pertukaran pelajar dan beasiswa untuk masyarakat ASEAN, seperti Ship for Southeast Asian Youth Programme (SSEAYP), The Japan-East Asia Network of Exchange for Student and Youths (JENESYS). Dalam program-program tersebut, para pelajar akan mendapat

networking, melakukan kolaborasi antara pelajar dari satu negara dengan negara lainnya, dan juga adanya pertukaran budaya antar negara anggota ASEAN. Dari hal tersebut, generasi muda diharapkan dapat membangun *sense of community* antar anggota ASEAN yang lainnya.

Tiga hal yang dapat menumbuhkan maupun meningkatkan kesadaran akan Identitas ASEAN yaitu informasi, pendidikan, dan *networking*. Di era digital, sangat mudah bagi seseorang untuk mengakses suatu informasi kapanpun dan dimanapun. Informasi saat ini sangat dekat, namun terkadang banyak anak muda yang lebih memilih hal-hal yang sifatnya hiburan dan bukan untuk mencari pengetahuan. Hal ini merupakan “PR” bagi ASEAN khususnya Duta Muda ASEAN yang mewakili generasi muda untuk membuat suatu daya tarik yang lebih mudah masuk dan dicerna oleh semua anak muda di kawasan Asia Tenggara.

Selain itu, *networking* juga penting dalam menumbuhkan rasa *we feeling*. Di era digital ini sangat mudah juga untuk mendapatkan *networking* dengan orang-orang di mana pun, termasuk di negara-negara ASEAN. Dengan terjalinnya *networking*, Muhammad Iqbal Darmawan menuturkan bahwa banyak sekali manfaat dari hal tersebut, salah satunya adalah dengan membuat suatu proyek bersama, seperti pameran budaya. Diharapkan dari hal tersebut dapat menumbuhkan rasa persahabatan antar negara sehingga dapat menyadari masyarakat dari negara anggota ASEAN lainnya adalah bagian dari mereka juga. Dengan demikian, mereka diharapkan dapat mengidentifikasi diri mereka tidak hanya warga negaranya, namun juga bagian dalam masyarakat ASEAN.

Kemudahan dalam mengakses informasi juga memberikan peluang untuk membangun kesadaran akan Identitas ASEAN melalui sosial media. Seperti halnya yang dilakukan oleh Senjaya Mulia selaku *founder* dari ASEAN Youth Organization yang memulai membuat organisasi pemuda melalui media sosial. Pendirian ASEAN Youth Organization (AYO) berawal dari forum facebook yang ditujukan untuk belajar Bahasa Inggris dengan masyarakat yang berada di kawasan Asia Tenggara yang sekarang beralih menjadi suatu organisasi yang aktif tidak hanya di sosial media namun juga di kehidupan nyata. Pengalaman Senjaya Mulia dalam melihat adanya *gap* yang sangat tinggi di antara negara ASEAN setelah ia kembali ke Indonesia, membulatkan tekadnya untuk mendirikan suatu organisasi untuk para pemuda ASEAN yang dapat membantu memberikan pengetahuan dasar mengenai ASEAN melalui akun Instagram ASEAN Youth Organization. Selain itu, ada juga kampanye yang dilakukan oleh AYO. Kegiatan tersebut merupakan upaya yang dilakukan untuk lebih mengenalkan budaya-budaya yang ada di ASEAN. Saling mengenal dan memahami budaya satu dengan yang lain merupakan upaya dalam membangun hubungan emosional bersama sehingga menciptakan *we feeling* dalam masyarakat ASEAN. Tidak sedikit budaya dan tradisi di Asia Tenggara yang memiliki kemiripan, namun kurangnya pemberitaan dan edukasi mengenai hal tersebut membuat budaya yang serupa sebagai hasil dari ‘pencurian’ budaya.

Tidak hanya memberikan pengetahuan dasar mengenai ASEAN dan kampanye, AYO juga memiliki program lainnya yang jauh lebih condong ke arah *empowerment*. Dalam hal tersebut, AYO memberikan program seperti *training* mengenai *personal development*, *training soft skill* dan sebagainya. Senjaya Mulia menjelaskan bahwa program yang ada pada AYO mengikuti tiga pilar yang ada pada ASEAN. Seperti halnya dalam pilar sosial budaya, AYO memiliki program yang disebut dengan *Social Culturalism*. Dalam pilar ekonomi, AYO memiliki program *Economic Enhancement*. Terakhir, ada program *Youth Empowerment* yang mewakili pilar Keamanan Politik, namun program ini juga merupakan kombinasi antara Keamanan Politik dengan Sosial Budaya dan Ekonomi.

Sama halnya dengan ASEAN, AYO juga memiliki program tahunan yang merekrut 60-100 orang sebagai *AYO Ambassador* dari negara ASEAN di mana mereka akan diajari *project management* dan juga akan didorong untuk membuat suatu *brand* sendiri seperti membuat organisasi yang sesuai dengan *passion* mereka mengenai *water, empowerment, general equity*, dan lain sebagainya. Dengan merealisasikan program-program yang dibuat oleh *AYO Ambassador* akan memberikan dampak yang tidak hanya dapat dirasakan oleh anak muda, tetapi juga akan berdampak pada semua orang.

Dalam membangun kesadaran Identitas ASEAN, Senjaya Mulia berpendapat bahwa penting dalam memperkenalkan dan mengedukasikan mengenai ASEAN sejak di bangku sekolah. Tidak hanya dengan memperkenalkan ASEAN secara dasar, tetapi juga mengajarkan mereka mengenai keuntungan-keuntungan yang didapatkan sebagai masyarakat ASEAN. Dengan adanya pembelajaran mengenai ASEAN yang dimasukkan ke dalam kurikulum setiap negara anggotanya, generasi muda akan mengerti lebih dalam mengenai ASEAN dan diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam membangun kesadaran Identitas ASEAN.

Tidak berbeda jauh dengan apa yang dikatakan oleh Senjaya Mulia, Muhammad Iqbal Darmawan juga menyetujui adanya pembelajaran mengenai ASEAN dalam bangku sekolah. Namun pelajaran yang dimaksud bukan lebih kepada pelajaran ASEAN secara pengetahuan dasar akan tetapi lebih kepada budi pekerti, seperti ajaran mengenai bagaimana seharusnya dalam menjalin hubungan dengan teman-teman dari negara ASEAN yang lain. Jadi, pembelajaran tidak hanya ditekankan pada keharusan dalam bekerja sama dengan negara-negara ASEAN, tetapi suatu hal yang lebih organik seperti pembelajaran yang lebih kepada studi kasus.

Mengenai upaya pembangunan kesadaran Identitas ASEAN dari yang telah disebutkan sebelumnya, Monica Ari Senjaya menjelaskan bahwa ASEAN telah memiliki *ASEAN Curriculum Softbook* yang akan menjadi bahan ajaran untuk pendidikan di sekolah-sekolah negara anggota ASEAN. Di Indonesia sendiri, implementasi dari *ASEAN Curriculum Softbook* masih dalam proses penyusunan yang dikerjakan melalui kerjasama antara Kementerian Luar Negeri dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan di mana dalam proses tersebut sudah ada dua buku bahan ajaran untuk pendidikan dasar dan menengah. Tidak hanya itu, *ASEAN Vocabulary* yang merupakan kumpulan kosa kata yang umum digunakan dalam pertemuan-pertemuan dan kerja sama ASEAN di mana kata-kata tersebut dikumpulkan jadi satu oleh Laos. *ASEAN Vocabulary* yang merupakan usulan dari Laos tersebut, telah dalam proses penerjemahan ke Bahasa Indonesia agar dapat dikonsumsi oleh masyarakat yang lebih luas.

Pentingnya Identitas ASEAN bagi Pemuda

Seperti yang diketahui bahwa populasi total di negara-negara ASEAN 30% nya merupakan generasi muda. Generasi muda merupakan harapan untuk melanjutkan cita-cita, visi, maupun tujuan ASEAN dalam menciptakan keamanan dan kesejahteraan serta persatuan kawasan. Untuk itu sangat penting bagi pemuda untuk memiliki kesadaran akan identitasnya yang bukan saja sebagai warga negaranya namun juga sebagai masyarakat ASEAN.

Sejalan dengan apa yang dipaparkan oleh Monica Ari Wijayanti selaku Kepala Subdirektorat Kerja Sama Penerangan, Kebudayaan, dan Pendidikan ASEAN Kementerian Luar Negeri Indonesia, generasi muda diyakini memiliki kontribusi dan peranan yang penting dalam mendiseminasikan Narasi Identitas ASEAN dan membangun kesadaran masyarakat mengenai ASEAN. Apabila dibandingkan dengan kawasan yang lain, jumlah dari generasi muda di kawasan ASEAN sangat banyak dan sudah seharusnya generasi tersebut

diberdayakan dengan benar untuk menjadi profit dalam kemajuan ASEAN. Apabila tidak adanya pemberdayaan secara benar yang mengakibatkan kurangnya pendidikan dan keterampilan, maka bukan menjadi kekuatan bagi ASEAN tetapi justru menjadi beban.

Sebagai harapan generasi yang akan melanjutkan visi dan misi ASEAN, sangat penting untuk generasi muda memiliki kesadaran Identitas ASEAN. Adapun beberapa hal yang menjadikan betapa pentingnya identitas ASEAN adalah untuk membangun jejaring (*network*) diantara masyarakat di kawasan tersebut. Menurut Muhammad Iqbal Darmawan, adanya suatu urgensi untuk memiliki identitas ASEAN dikarenakan adanya konsep “bertetangga” dalam bernegara, dan sebagai tetangga, pentingnya adanya untuk menjalin komunikasi dan jejaring diantara satu sama lain. Hal lainnya adalah, mengingat bahwa para pendiri ASEAN memiliki visi dan misi yang sama ketika membangun organisasi ini, yaitu sebagai salah satu cara untuk bertahan (*survive*) dan tentunya ketika kita membutuhkan bantuan untuk bertahan, tetangga adalah yang pertama akan memberikan bantuan. Dengan demikian, hal tersebut akan menjaga hubungan masing-masing negara. Muhammad Iqbal Darmawan, dalam hal ini juga menambahkan bahwa untuk mencapai ini, dibutuhkan suatu kesamaan pemikiran, tujuan, serta identitas yang sama serta sinergitas antara negara-negara di kawasan Asia Tenggara untuk membangun *sense of community* bahwa sebagai individu yang tinggal di negara ASEAN, adalah sangat penting untuk memiliki identitas ASEAN, untuk maju dan sejahtera bersama.

Identitas ASEAN juga penting untuk dipahami oleh generasi muda karena banyaknya keuntungan yang bisa didapatkan dari berbagai bidang, seperti di antaranya pada bidang ekonomi. Integrasi ekonomi di ASEAN akan membuat negara-negara anggota ASEAN saling membantu satu sama lain. Dalam hal ini, terbentuknya ASEAN Economic Community (AEC) akan menjadikan ASEAN satu kesatuan untuk bisa bersaing dan sebagai penyedia pangsa pasar, sebagai kawasan, dengan India dan China (Vejjajiva, n.d.).

Identitas ASEAN adalah bagaimana masyarakat di negara-negara anggota ASEAN membentuk masa depan sebagai kesatuan yang dapat mewujudkan cita-cita ASEAN dan untuk menuju perubahan yang diinginkan. Banyaknya populasi generasi muda saat ini membuat potensi ASEAN dipimpin oleh pemuda untuk menuju perubahan ASEAN di masa depan cukup tinggi. Dengan kata lain, pemuda memiliki andil yang cukup besar dalam menentukan arah masa depan Identitas ASEAN di masa yang akan mendatang. Maka dari itu, penting bagi ASEAN untuk terus mengedukasi serta penguatan (*reinforcement*) dengan harapan dapat menumbuhkan *sense of community* yang berakar pada generasi muda ASEAN. Berbeda halnya apabila generasi muda tidak mendapatkan edukasi serta aplikasi dalam menumbuhkan *we feeling* di antara pemuda satu negara dengan negara anggota ASEAN lainnya, maka, hal tersebut hanya akan menjadi *boomerang* bagi ASEAN.

DISCUSSION

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran Identitas ASEAN, salah satunya adalah dengan menciptakan *we feeling* dalam masyarakat sehingga mereka memiliki *sense of community* terhadap ASEAN. Menurut McMillan dan Chavis (1986), *sense of community* adalah sebuah perasaan yang dirasakan oleh setiap anggota suatu komunitas di mana para anggota merasakan rasa penting satu sama lain dan adanya keyakinan bersama bahwa kebutuhan mereka akan terpenuhi melalui komunitasnya. Hal ini sejalan juga dengan terbentuknya *Narrative of ASEAN Identity* yang akan menjadi dasar untuk identitas ASEAN dalam memperkuat komunitas ASEAN dengan meningkatkan nilai-nilai bersama dengan *we feeling* yang lebih tinggi dan rasa memiliki serta berbagi dalam semua manfaat dari integrasi

kawasan. *Narrative of ASEAN Identity* juga menekankan pada identitas yang berorientasi pada rakyat di mana dalam proses pengimplementasiannya merangkul semua warga negara anggota ASEAN terutama yang berada di tingkat akar rumput dengan cara-cara yang lebih memungkinkan masyarakat akar rumput membuat ASEAN lebih relevan dalam kehidupan mereka sehari-hari sehingga mereka dapat menjalankannya dengan baik dan mendapatkan keuntungan sebagai bagian dari ASEAN.

Untuk menciptakan dan memperkuat *sense of community*, terdapat empat elemen yang telah dijabarkan oleh McMillan dan Chivas (dalam Farahani, 2016). Elemen pertama ialah keanggotaan (*membership*) di mana adanya perasaan memiliki atau berbagi rasa keterkaitan satu sama lain. Untuk menimbulkan perasaan memiliki dalam anggota, masyarakat harus secara merata mengetahui terlebih dahulu mengenai ASEAN. Kesadaran akan identitasnya sebagai masyarakat ASEAN diawali dengan adanya pengetahuan mengenai apa itu ASEAN dan siapa saja anggota dalam ASEAN. Hal ini dilakukan karena tidak sedikit masyarakat Indonesia yang belum mengetahui apa itu ASEAN dan siapa saja anggotanya.

Pendekatan yang dilakukan tidak hanya secara formal maupun konvensional, tetapi juga dengan cara yang lebih mudah dipahami semua kalangan khususnya anak muda. Diketahui bahwa generasi muda saat ini memiliki 30% total populasi di seluruh negara anggota ASEAN di mana ASEAN melihat ini sebagai potensial yang dapat meningkatkan kesadaran Identitas ASEAN ke masyarakat luas. Hal ini terbukti dengan adanya kerja sama yang melibatkan generasi muda secara langsung di dalamnya seperti Duta Muda ASEAN yang menjadi perwakilan ASEAN untuk mendiseminasikan nilai-nilai Narasi Identitas ASEAN dan juga menyebarkan informasi, seperti halnya Duta Muda ASEAN Indonesia yang memberikan informasi tentang keketuaan Indonesia melalui berbagai *live talkshow*, maupun kegiatan-kegiatan baik secara langsung atau secara online untuk mensosialisasikan ASEAN kepada masyarakat sampai ke level akar rumput.

Generasi muda sangat berperan dalam meningkatkan kesadaran Identitas ASEAN. Pemuda cenderung memiliki kreativitas yang dapat terus mengikuti perkembangan jaman. Seperti halnya yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Darmawan selaku Duta Muda ASEAN Indonesia yang membuat suatu program setelah ia terpilih. Program tersebut bernama ASEAN Shanty di mana ASEAN Shanty merupakan sebuah platform bagi pemuda untuk saling bertukar informasi. Selain itu, tugas Duta Muda ASEAN Indonesia di antaranya ialah memperkenalkan kembali ASEAN ke desa-desa yang berada di Indonesia. Bersama dengan 20 orang Duta Muda ASEAN lainnya, mereka memperkenalkan kembali mengenai ASEAN secara lebih terperinci dan juga memberikan informasi terkait program-program apa saja yang dapat memberikan manfaat untuk mereka semua.

Melalui pengenalan kembali mengenai identitas ASEAN melalui pendekatan yang dilakukan akan membawa pengaruh terhadap masyarakat itu sendiri. Seperti halnya Muhammad Iqbal Darmawan yang tidak hanya mengedukasi mengenai apa itu ASEAN, tetapi juga memberi pelatihan kepada masyarakat daerah setempat, mulai dari pelatihan bahasa Inggris hingga pelatihan pemanfaatan UMKM dalam program ASEAN. Hal ini sejalan dengan elemen selanjutnya dalam *sense of community* di mana adanya pengaruh dalam komunitas. Apa yang dilakukan oleh Duta Muda ASEAN tersebut membuat warga-warga desa tersebut mengerti akan adanya pengaruh yang besar dalam ASEAN apabila dapat terlaksana dengan baik. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh McMillan dan Chavis (dalam Farahani, 2016) mengenai pengaruh di mana partisipasi dalam asosiasi sukarela atau dalam program pemerintah menghasilkan pembagian kekuasaan yang mengarah pada “kepemilikan” yang lebih besar dari komunitas oleh para peserta, kepuasan yang lebih besar, dan kohesi yang lebih besar. Konsep kekuasaan, pengaruh, dan partisipasi yang berkaitan dengan rasa kebersamaan

dapat dilihat dalam gerakan lingkungan yang berkembang. Dengan kata lain pengaruh adalah kekuatan yang dimiliki untuk mempengaruhi, baik antar individu maupun komunitas terhadap individu. Diharapkan dari adanya pelatihan yang diberikan dapat dilaksanakan oleh masyarakat akar rumput di mana apabila program-program dalam ASEAN dapat dimanfaatkan dengan baik akan menghasilkan keuntungan untuk masyarakat itu sendiri dan akan adanya hubungan yang tercipta dari koneksi-koneksi yang terjalin antara masyarakat negara anggota ASEAN satu dengan yang lain.

Selain itu, elemen yang lainnya ialah integrasi dan pemenuhan kebutuhan, yang dapat diartikan ke dalam istilah umum dengan penguatan. Penguatan adalah sebagai landasan dalam perilaku dan jelas bahwa bagi setiap kelompok untuk mempertahankan rasa kebersamaan yang positif, gabungan antara individu dan kelompok harus memberi penghargaan kepada anggotanya (Farahani, 2016). Integrasi dan pemenuhan kebutuhan juga mengarah pada nilai-nilai bersama. Budaya dan keluarga mengajari masing-masing seperangkat nilai pribadi, yang menunjukkan kebutuhan emosional dan intelektual serta urutan menanganinya. Ketika orang-orang yang berbagi nilai berkumpul, mereka menemukan bahwa mereka memiliki kebutuhan, prioritas, dan tujuan yang sama, sehingga menumbuhkan keyakinan. Terkait penelitian ini, kebutuhan masyarakat yang terpenuhi akan menyadarkan masyarakat negara anggota ASEAN bahwa menjadi bagian dari komunitas tersebut memberikan manfaat dan keuntungan dalam kehidupannya.

Hal ini dapat dilihat dari kedekatan ASEAN yang semakin terasa ketika adanya pandemi Covid-19 sejak tahun 2020 di mana seluruh negara anggota ASEAN bersepakat untuk memperkuat kerja sama dalam penanganan Covid-19, terutama di bidang tukar menukar informasi, perkembangan *research*, epidemiologi, *clinical treatment*, juga memperkuat komunikasi publik dengan memerangi, misalnya stigmatisasi dan diskriminasi bagi mereka yang terinfeksi. Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak tahun 2020 ini sangat berdampak di berbagai sektor di seluruh negara, terutama ekonomi. Dalam hal ini peran ASEAN tidak hanya terasa pada bidang kesehatan saja, namun juga adanya perhatian pada UMKM dan juga banyak kerja sama yang mengutamakan masyarakat anggota ASEAN di masa pandemi ini. Selain itu, upaya pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat juga dapat terlihat pada program-program yang ditawarkan kepada pemuda-pemuda ASEAN dalam bidang pendidikan. Seperti halnya yang dijelaskan oleh Muhammad Iqbal Darmawan, terdapat program beasiswa yang disediakan untuk masyarakat ASEAN, seperti Ship for Southeast Asian Youth Programme (SSEAYP), The Japan-East Asia Network of Exchange for Student and Youths (JENESYS) dan masih banyak lagi.

Elemen keempat dalam *sense of community* adalah *shared emotional connection* atau koneksi emosional bersama. Menurut McMillan dan Chavis (1986), koneksi atau hubungan emosional bersama merupakan yang berdasar, dalam bagian, pada sejarah bersama. Komunitas yang kuat adalah komunitas yang menawarkan kepada anggota cara-cara yang positif untuk berinteraksi, acara penting untuk dibagikan dan cara untuk menyelesaikannya secara positif, kesempatan untuk menghormati anggota, kesempatan untuk berinvestasi dalam komunitas, dan kesempatan untuk mengalami ikatan spiritual di antara anggota (Farahani, 2016). Hal tersebut terlihat dalam salah satu usaha memperkenalkan ASEAN dengan dilakukannya kerja sama antara negara-negara anggota ASEAN dengan Festival Payung Indonesia (FESPIN) dimana acara tersebut rencananya akan dilakukan di Solo. Dalam acara tersebut akan diselenggarakan Festival Payung yang akan menampilkan kerajinan payung tidak hanya dari Indonesia namun juga dari berbagai negara di Asia Tenggara. Dari acara festival tersebut diharapkan masyarakat dapat melihat keragaman budaya yang familiar dengan budayanya. Pilar sosial budaya merupakan pilar yang lebih dapat menjangkau masyarakat secara luas di berbagai level. Hal ini dikarenakan sosial dan budaya lebih memiliki interaksi yang secara langsung dapat dirasakan oleh masyarakat.

Hubungan emosional bersama dalam suatu komunitas dijelaskan tercipta karena banyaknya interaksi. Sejalan dengan itu, ASEAN telah banyak melakukan upaya dalam hal tersebut. Di antaranya ialah dilakukannya kerja sama dalam beberapa proyek, seperti ASEAN Quiz yang dilakukan di level nasional dan regional, ASEAN Connects, ASEAN Media Professional Exchange, ASEAN Cultural Year, ASEAN Contemporary Dance Festival, dan Best of ASEAN Performing Arts. Kegiatan tersebut secara langsung melibatkan masyarakat di dalamnya. Tidak hanya itu, Indonesia juga memiliki program kegiatan yang mengutamakan masyarakat negara anggota ASEAN sebagai pesertanya, salah satu kegiatannya adalah beasiswa seni dan budaya. Kegiatan tersebut melibatkan anak-anak muda yang berusia di bawah 30 tahun yang mana mereka diberikan kesempatan untuk mempelajari berbagai kesenian Indonesia, seperti musik dan tari yang akan dipelajari di berbagai daerah di Indonesia. Peserta tersebut diantaranya adalah mahasiswa, penari, pelukis, yang memiliki interaksi secara langsung dengan masyarakat luas dimana hal ini dilakukan agar pesan yang ingin disampaikan merata ke berbagai level. Hal ini juga dapat mematahkan stigma masyarakat negara anggota ASEAN yang melihat ASEAN sebagai komunitas untuk para elit saja. Dalam hal tersebut dapat dikatakan bahwa sosial budaya sangat efektif untuk membangun kesadaran ke masyarakat luas.

Dapat diketahui upaya yang dilakukan untuk membangun kesadaran identitas ASEAN lebih banyak cenderung kepada elemen ke-empat *sense of community*, yaitu *Shared emotional connection* atau koneksi emosional bersama. Selain dari apa yang telah disebutkan sebelumnya, hal tersebut juga dapat terlihat dari upaya ASEAN yang ingin memperkenalkan komunitas tersebut kepada masyarakatnya sejak dini, dalam bangku sekolah dasar dan menengah. Diketahui dari informasi yang diberikan oleh Monica Ari Wijayanti, terdapat kurikulum pendidikan yang sudah dikeluarkan oleh ASEAN dan sedang dalam proses pengadopsian yang dikerjakan oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. Akan ada dua buku bahan ajar untuk pendidikan menengah dan pendidikan dasar, namun belum diketahui pembelajaran mengenai ASEAN yang seperti apa yang akan diberikan ke pelajar-pelajar di bangku sekolah dasar dan menengah.

CONCLUSION & RECOMMENDATION

Narasi tentang Identitas ASEAN sesungguhnya mengukuhkan bahwa ASEAN masih dalam proses mendefinisikan jati dirinya secara jelas dan tegas. Identitas ASEAN tidaklah statis melainkan merupakan konstruksi sosial yang terus dibangun melalui perpaduan harmonis antara nilai-nilai yang dikonstruksi secara sadar (*Constructed Values*) dan nilai-nilai yang diwariskan secara turun-temurun (*Inherited Values*). Kombinasi nilai-nilai ini menjadi fondasi utama yang memperkuat kohesi dan rasa kebersamaan di antara negara-negara anggota ASEAN. Secara geografis yang berdekatan, Asia Tenggara menyimpan berbagai budaya yang berbeda-beda namun memiliki kemiripan yang menonjol, dan kemiripan inilah yang menjadi titik fokus dalam membangun identitas ASEAN: keberagaman yang serupa.

Kemiripan tersebut dapat dilihat dari banyak aspek budaya seperti seni, musik, tradisi, bahasa, atribut khas, hingga makanan, yang meskipun beraneka ragam, tetap menampilkan benang merah yang membuat seluruh kawasan terasa akrab dan memiliki akar budaya yang mirip. Hal ini menjadikan keberagaman ASEAN bukan sebagai penghalang, melainkan sebagai kekuatan yang menyatukan.

Untuk membangun kesadaran kolektif tentang identitas ASEAN, berbagai upaya sistematis telah dijalankan oleh ASEAN sendiri, negara-negara anggotanya, serta berbagai pemangku kepentingan. Salah satu strategi utama adalah membangun rasa "we-feeling" atau sense of community sehingga masyarakat merasa memiliki dan terhubung secara emosional dengan ASEAN. Kerja sama lintas sektor dilakukan dengan melibatkan berbagai kementerian, akademisi, pemerintah, dan sektor swasta yang bersama-sama memudahkan publik memahami esensi ASEAN. Medium yang digunakan juga beragam, mulai dari platform tradisional hingga sosial media, guna menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

Peran generasi muda sangat strategis dalam upaya ini. Program seperti Duta Muda ASEAN menjadi ujung tombak dalam mengenalkan ASEAN secara lebih dekat dan nyata kepada masyarakat, sekaligus memberikan pelatihan dan memperkenalkan program-program yang berdampak langsung terhadap kehidupan masyarakat. Organisasi pemuda seperti ASEAN Youth Organization yang aktif di sosial media turut mendorong narasi positif dan kesadaran tentang ASEAN. Selain itu, pembangunan ikatan emosional diperkuat melalui kegiatan budaya yang menunjukkan keserupaan di antara negara-negara anggota, seperti Festival Payung Indonesia yang menampilkan kerajinan payung dari negara-negara Asia Tenggara, sehingga masyarakat dapat menangkap keragaman yang sekaligus familiar.

Pilar sosial budaya ASEAN memiliki kekuatan yang unik karena interaksinya dengan masyarakat bersifat langsung dan sangat dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Namun demikian, efektivitas usaha-usaha ini dalam membangun kesadaran identitas ASEAN masih belum terlihat secara signifikan di seluruh lapisan masyarakat. Ini menunjukkan perlunya evaluasi mendalam serta strategi yang lebih inovatif dan terukur.

Hambatan yang dihadapi dalam mendiseminasikan narasi identitas ASEAN juga cukup nyata. Proses ini mensyaratkan kolaborasi kolektif antar negara anggota, namun perbedaan kepentingan dan prioritas nasional dapat menjadi penghalang utama. Perbedaan kebutuhan negara anggota menjadikan tugas membangun identitas bersama sebagai tantangan besar yang harus dihadapi dengan semangat kebersamaan dan saling pengertian.

Sebagai rekomendasi untuk penelitian lanjutan, penggunaan metode kuantitatif sangat dianjurkan untuk mengukur dampak dan efektivitas partisipasi berbagai kelompok, khususnya pelajar dan mahasiswa, dalam meningkatkan kesadaran identitas ASEAN. Pendekatan kuantitatif ini dapat memberikan data empiris yang kuat untuk menilai sejauh mana kontribusi berbagai program dan inisiatif dalam membangun identitas ASEAN di kalangan generasi muda.

Dengan demikian, narasi identitas ASEAN tidak hanya sebuah konstruksi pasif, melainkan sebuah proses dinamis yang melibatkan berbagai aktor dan dimensi sosial budaya yang kompleks, menghadapi tantangan namun juga menyimpan potensi besar untuk memperkuat persatuan regional melalui keberagaman yang serupa dan rasa kebersamaan yang kuat.

REFERENCES

- Acharya, A. (2018). The Evolution and Limitations of ASEAN Identity. *Economic Research Institute for ASEAN and East Asia*, IV, 25-38.
- Afrizal. (2014). Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu (p.12). Depok, Indonesia: PT Rajagrafindo Persada.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi, Indonesia: CV Jejak.
- ASEAN. (2020, November 12). *The Narrative of ASEAN Identity*. Diperoleh pada 2 Maret 2021 dari ASEAN: https://asean.org/storage/2020/11/9-The-Narrative-of-ASEAN-Identity_Adopted-37th-ASEAN-Summit_12Nov2020.pdf
- ASEAN. (n.d.). *ASEAN Emblem*. Diperoleh pada 1 Juni 2021, dari ASEAN: <https://asean.org/asean/about-asean/asean-emblem/>
- Boyd, N. M., & Nowell, B. (2017). Testing a theory of sense of community and community responsibility in organizations: an empirical assessment of predictive capacity on employee well-being and organizational citizenship. *Journal of Community Psychology*, 45 (2), 210-229.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Los Angeles, LA: Sage publications.
- Devine, C. J. (2015). Ideological Social Identity: Psychological Attachment to Ideological In-Groups as a Political Phenomenon and a Behavioral Influence. *Political Behavior*, 37, 509-535.
- Direktorat Kerja Sama ASEAN. (2018). *Ayo Kenali ASEAN*. Jakarta, Indonesia: Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.
- Farahani, L. M. (2016). The Value of the Sense of Community and Neighbouring. *Housing, Theory and Society*, 33 (3), 357-376.
- Gischa, S. (2020, Juli 17). *Latar Belakang Kesamaan Sejarah dalam Pembentukan ASEAN*. Diperoleh dari 25 Oktober 2020, from Sekretariat Nasional ASEAN Indonesia: <http://setnas-asean.id/news/read/latar-belakang-kesamaan-sejarah-dalam-pembentukan-asean>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta, Indonesia: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- He, S. Y., Tao, S., Cheung, Y. H., Puczkowskyj, N., & Lin, Z. (2021). Transit-oriented development, perceived neighbourhood gentrification and sense of community: A case study of Hong kong. *Case Studies on Transport Policy*, 555-566.
- Idris, A., & Kamaruddin, N. (2019). *ASEAN Post-50 Emerging Issues and Challenges*. Kuala Lumpur, Malaysia: Palgrave Macmillan.
- Jaya, J., Putri, M., Watimena, V. G., Fahriza, A., Khairati, A., Harahap, N. T., et al. (2021, April). Masyarakat ASEAN: ASEAN Identity. *Masyarakat ASEAN Edisi 27*, 1-60.
- Jong, K. H., & Ping, L. P. (2011). The changing role of dialogue in the international relations of southeast asia. *Asian Survey*, 51 (5), 953-970.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2015, Maret 17). *Masyarakat Sosial Budaya ASEAN*. Diperoleh 5 April 2021 dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia: https://kemlu.go.id/portal/id/read/115/halaman_list_lainnya/masyarakat-sosial-budaya-asean
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2017). *ASEAN 2025: Melangkah Maju Bersama*. Diperoleh 1 Januari 2021 dari Sekretariat Nasional ASEAN Indonesia: <http://setnas-asean.id/site/uploads/document/book/599e3d513d507-asean-2025-melangkah-maju-bersama.pdf>
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2018). *ASEAN Selayang Pandang* (23 ed.). Jakarta, Indonesia: Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.

- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2018). *Komunitas ASEAN*. Diperoleh dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia: https://kemlu.go.id/ptri-asean/id/pages/komunitas_asean/965/etc-menu
- Kim, M., & Cho, M. (2019). Examining the role of sense of community: Linking local government public relationships and community-building. *Public Relations Review*, *45*, 297-306.
- Kongbuamai, N., Bui, Q., Yousaf, H. M., & Liu, Y. (2020). The impact of tourism and natural resources on the ecological footprint: a case study of ASEAN countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 19251–19264.
- Kukla, A. (2013). *Social constructivism and the philosophy of science*. New York, NY: Routledge.
- Kusumaningrum, A. (2013). The ASEAN Political Security Community: ASEAN Security Cooperation on Combatting Transnational Crimes and. *Jurnal Hukum Internasional*, 89-105.
- Lambert, V.A., & Lambert, C.E., (2012). Descriptive research: An acceptable design. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, *16*(4), 255-256.
- Larson, D. (2017). Social Identity Theory: Status and Identity in International Relations. *Group and Identities, Political Psychology, World Politics*.
- Mahbubani, K., & Sng, J. (2017). *Keajaiban ASEAN: Penggerak Perdamaian*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- McKeown, S., Haji, R., & Ferguson, N. (2016). *Understanding Peace and Conflict Through Social Identity Theory*. Liverpool, Inggris: Springer.
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of Community: A definition and Theory. *Community Psychology*, *14*, 6-23.
- Nurmansyah, G., Rodliyah, N., & Hapsari, R. A. (2019). *Pengantar Antropologi: Sebuah Ikhtisar Mengenal Antropologi*. Lampung, Indonesia : Aura.
- Pramudyani, Y. D. (2019, September 10). *Indonesia usulkan identitas ASEAN dalam pertemuan bidang kebudayaan*. Diperoleh dari Antara News: <https://www.antaraneews.com/berita/1053356/indonesia-usulkan-identitas-asean-dalam-pertemuan-bidang-kebudayaan>
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta, Indonesia: Grasindo.
- Raskovic, M., & Takacs-Haynes, K. (2021). (Re)Discovering Social Identity: An Agenda for Multinational Enterprise Internalization Theory. *Multinational Business Review*, *29*, 145-165.
- Saragih, H. M. (2017). Kebijakan pembentukan komunitas ASEAN 2015: tantangan dan harapan dalam penciptaan stabilitas kawasan. *Jurnal Administrative Reform*, *5* (4), 213-226.
- Sekretariat Nasional ASEAN Indonesia. (n.d.). *Tentang ASEAN*. Diperoleh 25 Oktober 2020, dari Sekretariat Nasional ASEAN Indonesia: <http://setnas-asean.id/tentang-asean>
- Shadiqi, M. A., Ulum, W. R., Milla, M. N., & Muluk, H. (2020). Even though we had many tribes, but i am Indonesia: validation of dual identity scale. *Jurnal Psikologi*, *19*(2), 122-134.
- Stacey, J. D. (2021). *ASEAN and Power in International Relations: ASEAN, the EU, and the Contestation of Human Rights*. New York, NY: Routledge.
- Stets, J., & Burke, P. (2000). Identity Theory and Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, *Vol. 63, No. 3 (Sep., 2000)*, pp., 224-237.
- Striessing, E., & Lutz, W. (2016). Demographic strengthening of european identity. *Population and Development Review*, *42* (2), 305-311.
- Sugiyono. (2014). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sundrijo, D. A. (2021). *Regionalizing Global Human Rights Norms in Southeast Asia*. Jakarta, Indonesia: Palgrave Macmillan.

- Suprpto, H. (2017). *Metodologi Penelitian untuk Karya Ilmiah*. Yogyakarta, Indonesia: Gosyen.
- Tejokusumo, B. (2014). Dinamika Masyarakat sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial. *Geodukasi*, III (1), 38-43.
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. New Jersey, NJ: Wiley Blackwell.
- Wirajuda, N. H. (2015). ASEAN's Community-building Process. *Horizons Journal of International Relations and Sustainable Development*, 126-135.
- Wisnu, D. (2013). Why ASEAN Could Stay Strong? *Journal of ASEAN Studies*, 15-24.
- Wuryandari, A. (2017). *Dilema ASEAN Way dalam Penanganan Pencari Suaka Rohingya di Asia Tenggara* (Vol. 3). *Journal of International Relations*.
- Yates, R. (2019). *Understanding ASEAN's Role in Asia-Pacific Order*. Bristol, Inggris: Palgrave Macmillan.