

**PENGUATAN NATIONAL BRANDING TARI TRADISIONAL INDONESIA  
OLEH MAHASISWA ASING YANG BELAJAR KESENIAN DI KOTA  
SURAKARTA**

**Ika Ilmiyanti**

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

E-mail: [ikailmiyanti@gmail.com](mailto:ikailmiyanti@gmail.com)

**Christy Damayanti**

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

**Untari Narulita Madyar Dewi**

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

***Abstrak***

*Penelitian ini bertujuan meneliti tentang penguatan nation branding tari tradisional Indonesia oleh mahasiswa asing yang belajar kesenian di Kota Surakarta. Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, dan pencarian data yang digunakan adalah data primer berupa hasil wawancara dan data sekunder berupa data dari dokumen yang tersedia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep nation branding dan diplomasi kebudayaan. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan nation branding ini dilakukan para mahasiswa asing yang belajar kesenian di Surakarta, dengan mendalami tari tradisional dan menciptakan tari baru, kemudian menampilkannya baik di kota Surakarta maupun di negara mereka.*

**Kata Kunci:** Identitas Nasional, Diplomasi Budaya, Kesenian Indonesia

***Abstract***

*This study aims to examine the strengthening of the nation branding of Indonesian traditional dance by foreign students studying art in Surakarta City. The method in this research is a qualitative descriptive research method, and the data search used is primary data in the form of interview results and secondary data in the form of data from available documents. The theory used in this study is the concept of nation branding and cultural diplomacy. The results of this study conclude that the strengthening of nation branding is carried out by foreign students who study art in Surakarta, by studying traditional dances and creating new dances, then performing them both in Surakarta and in their countries.*

**Keywords:** Nation Branding, Soft Power Diplomacy, Indonesian Culture

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang dikenal memiliki keberagaman budaya. Dengan keberagaman budaya tersebut, maka Indonesia harus lebih memperhatikan dan melestarikan budaya yang ada di berbagai daerah. Upaya perlindungan dan pelestarian budaya yang dilakukan pemerintah Indonesia adalah dengan mengajukan warisan budaya Indonesia sebagai Warisan Dunia yang diakui oleh The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Syarat utama sebuah budaya bisa diakui sebagai Warisan Dunia oleh UNESCO yakni memiliki Outstanding Universal Value (OUV) atau Nilai Universal Luar Biasa. Hingga saat ini, Indonesia telah berhasil mencatatkan 12 Warisan Budaya Takbenda Dunia UNESCO, yaitu Wayang (2008), Keris (2008), Batik (2009), Pendidikan dan Pelatihan Membatik (2009), Angklung (2010), Tari Saman (2011), Noken (2012), Tiga Genre Tari Bali (2015), Kapal Pinisi (2017), Tradisi Pencak Silat (2019), Pantun (2020), dan Gamelan (2021). (kemdikbud, 2022)

Sebagai kota budaya, Solo tentu memiliki bermacam-macam kegiatan dan peninggalan benda seni yang hingga kini terus dilestarikan. Mulai yang bersifat benda, tradisi, karya panggung, kuliner, dan masih banyak yang lainnya. Beberapa peninggalan kebudayaan yang masih ada di Kota Solo, antara lain Keraton Kasunanan, Pura Mangkunegaran, Loji Gandrung, Gedung BI Solo, dan lain-lainnya. Sedangkan peninggalan lain yang berupa karya dan masih terjaga hingga kini adalah kesenian tari. Pada era modern ini, untuk melanggengkan sebuah karya yang berbentuk karya pementasan, tentunya tidak mudah dilakukan. Selain makin minim penikmat karya panggung, anak-anak sekarang tidak melihat seni tari sebagai sebuah hal yang menarik. Tetapi di Solo, seni tari mampu dipertahankan oleh komunitas pecinta budaya agar tari tradisional tetap eksis. Aktivitas seni tari tergabung dalam suatu sanggar tari. Menurut data yang ada di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar), Kota Solo memiliki sanggar tari yang jumlahnya kurang lebih 172 sanggar. Namun tidak semua potensi ratusan sanggar seni tersebut dapat mengambil peran. Belum lagi di Solo juga terdapat sekolah formal serta perguruan tinggi dengan jurusan tari, yakni SMKN 8 (dulu SMKI) dan ISI Solo. Hal ini setidaknya membuktikan bahwa masyarakat Solo sadar pentingnya memelihara kesenian sebagai upaya memegang erat “kekayaan” non bendawi yang dimiliki (PRIMASASTI, 2022).

Indonesia menjadi salah satu Negara yang menjadi tujuan mahasiswa asing untuk menempuh pendidikan. Beberapa perguruan tinggi membuka peluang untuk mahasiswa asing yang ingin menempuh pendidikan di Indonesia. perguruan tinggi tersebut tersebar di beberapa daerah, salah satunya di kota Surakarta. Di Universitas Muhammadiyah Surakarta terdapat 300 mahasiswa asing dari total jumlah mahasiswa di UMS yang mencapai 40.000 orang (Chaeruddin, 2022). Universitas Sebelas Maret menerima 33 mahasiswa asing pada tahun 2021 (Bayu Aji Prasetya, 2021). Pada tahun 2019, terdapat 14 mahasiswa asing yang menempuh pendidikan di Institut Seni Indonesia Surakarta.

Terdapat penelitian terdahulu yang membahas mengenai nation branding dan sport tourism. Vicky (2022) meneliti pagelaran WSBK dan MotoGP di Sirkuit Mandalika berhasil meningkatkan nation branding Indonesia di tingkat internasional, sehingga berpotensi menarik keuntungan ekonomi dari pariwisata dan berkontribusi dalam pemulihan ekonomi nasional pada saat pandemi covid-19. Konsep Sport tourism untuk menggambarkan event WSBK dan MotoGP di Sirkuit Mandalika yang akan dikaitkan dengan peningkatan nation branding Indonesia di dunia internasional. Kemudian, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pagelaran olahraga balap internasional di Sirkuit Mandalika terhadap peningkatan nation branding Indonesia (Deppman, 2022). Indonesia memanfaatkan momentum event olahraga balap internasional WSBK dan MotoGP untuk melakukan nation branding, yang mana akan membentuk citra positif Indonesia terutama Mandalika sebagai destinasi pariwisata yang menarik. Presiden Joko Widodo menjelaskan bahwa Sirkuit Mandalika merupakan brand baru Indonesia yang mana tidak kalah saing dengan sirkuit MotoGP di negaranegara lainnya (Lumanauw, 2022). Ajang olahraga tersebut menjadi salah satu event yang dinantikan oleh berbagai warga Negara asing yang penasaran dengan Indonesia, banyak sekali warga Negara asing yang menyaksikan langsung pertandingan tersebut di sirkuit Mandalika. Hal ini dimanfaatkan oleh warga local untuk mengenalkan budaya Indonesia, khususnya budaya Lombok pada turis mancanegara (Deppman, 2022).

Presidensi G20 yang dilaksanakan di Bali memiliki pengaruh yang positif terhadap wisatawan yang berkunjung di Bali pasca pandemic covid-19, dimana hal ini menjadi momentum besar yang baik bagi Indonesia. Forum pertemuan antar kepala Negara G20 di Bali dapat menjadi sarana yang baik dalam memperkenalkan budaya dan pariwisata

Indonesia. melalui hal ini nama Indonesia didengungkan dan dikenal oleh masyarakat luas serta tercapainya hubungan yang baik antar Negara. Dengan national branding Indonesia yang dibawa oleh warga Negara asing ke negaranya, maka hal ini dapat meningkatkan image yang positif dari berbagai sector. Dengan adanya pertemuan ini, Indonesia dapat sekaligus memperkenalkan keberagaman budaya dari berbagai daerah (Putu Nia Purnama Santi, 2022).

Berdasarkan dari kedua penelitian terdahulu diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai nation branding tari tradisional Indonesia oleh mahasiswa asing yang belajar kesenian di kotaSurakarta. Penelitian ini lebih berfokus pada bagaimana cara mahasiswa yang belajar kesenian tradisional di Surakarta, membawa dan mengenalkan kesenian tersebut saat mereka kembali ke negaranya.

## **KERANGKA ANALISIS**

### **Diplomasi Budaya**

Dalam pelaksanaan politik luar negeri dan pencapaian kepentingan nasional, diplomasi merupakan salah satu alat utama yang digunakan Negara, yang kemudian bisa menjadi nilai tawar atau state branding sebuah negara sehingga dapat membangun citra atau image yang baik dari sebuah negara. Dalam hubungan internasional, diplomasi dilakukan sejak awal saat negara ingin melakukan hubungan kerjasama atau hubungan bilateral maupun multilateral dengan negara lain. Sir Ernest Satow, mengkarakterisasi strategi sebagai penggunaan wawasan dan strategi untuk melengkapi hubungan otoritas antar negara yang berdaulat, yang terkadang diperluas melalui negara-negara jajahannya(Satow, 1932). Diplomasi adalah kegiatan politik dan merupakan bagian dari kegiatan internasional yang saling berpengaruh dan kompleks, dengan melibatkan pemerintah dan organisasi internasional untuk mencapai tujuan-tujuannya, melalui perwakilan diplomatik atau organ-organ lainnya(Suryokusumo, 1995). Tugas utama diplomasi bukan hanya promosi perdamaian, namun juga perubahan kepemimpinan dan pemeliharaannya melalui pengaruh tanpa henti, maka dari itu diplomasi tidak hanya berkaitan dengan keadaan yang damai melainkan juga dalam keadaan perang atau konflik bersenjata(Gabriella, 2013) .

Menurut KM Panikkar dalam buku *The Principal and Practice od Diplomacy*, definisi diplomasi adalah seni yang mengedepankan kepentingan suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain atau dapat diartikan sebagai salah satu usaha atau cara

suatu negara dalam meraih dan memperjuangkan kepentingan nasional nya di dunia internasional. Dalam pengertian umum budaya atau kebudayaan adalah hasil dari segala upaya budidaya manusia terhadap lingkungan. Dengan demikian, diplomasi kebudayaan dapat diartikan sebagai upaya suatu negara untuk memperjuangkan keuntungan publik nya melalui aspek-aspek sosial, baik dalam skala kecil seperti olahraga, pendidikan, ilmu pengetahuan, dan kesenian, atau dalam skala besar sesuai dengan kualitas fundamental nya. Misalnya pemberlakuan, yang dalam pengertian umum dapat dipandang bukan sebagai hal yang bersifat ekonomi, politik, atau militer (Gabriella, 2013).

Diplomasi budaya lebih menekankan pada penggunaan budaya suatu negara sebagai modal utama dan secara natural memberikan ruang untuk partisipasi yang lebih luas. Diplomasi budaya menggunakan hasil kebudayaan sebagai manifestasi utamanya, misalnya dengan mempromosikan kebudayaan yang di miliki suatu negara ke negara lainnya. Diplomasi kebudayaan lebih berfokus dalam kegiatan di bidang kebudayaan yang dikoordinasikan ke dalam strategi internasional suatu negara dan pelaksanaannya sepenuhnya direncanakan oleh Service of International Concern (Division of International Concern) (Gabriella, 2013).

Sejak dahulu kala, budaya telah dikenalkan oleh perwakilan masyarakat lokal di seluruh dunia untuk mempengaruhi atau mengembangkan mentalitas dan cara pandang mereka terhadap bangsanya, hal ini dikarenakan kebudayaan dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mempererat hubungan internasional. Indonesia juga memanfaatkan kebudayaan sebagai sarana diplomasi. Strategi demi kebudayaan tidak selalu mengandung unsur-unsur adat atau kebudayaan lama, karena gambaran besarnya dari diplomasi kebudayaan adalah melalui komponen-komponen sosial, suatu bangsa memperjuangkan kepentingan publik negaranya, termasuk untuk bidang ideologi, pemerintahan, teknologi, pendidikan, ekonomi, militer, sosial budaya dan lain-lain dalam lingkup internasional (Gabriella, 2013).

Diplomasi kebudayaan bertujuan untuk membentuk opini public internasional, sehingga dapat mendukung kebijakan politik luar negeri suatu negara. hal ini memungkinkan diplomasi kebudayaan mampu mendukung usaha pencapaian tujuan dan kepentingan nasional. Diplomasi kebudayaan dapat dijalankan melalui pemerintahan, media elektronik,

maupun media cetak. Seperti bentuk diplomasi pada umumnya, diplomasi kebudayaan ditujukan untuk memperjuangkan kepentingan suatu negara melalui dimensi seperti ideology, teknologi, politik, ekonomi, militer, social, kesenian dan lainnya dalam percaturan masyarakat internasional (W.S.P, 2018).

Berbagai aktifitas yang terkait dengan luar negeri di adakan di Indonesia dengan menggandeng berbagai organisasi serta peran pemerintah di dalamnya. Diplomasi budaya diperlukan untuk meningkatkan hubungan antar negara, yang diyakini akan membawa saling pengertian bagi antar negara, ketertarikan antar negara, kepercayaan antar negara dan saling menghormati antar Negara. Diplomasi budaya seperti ini akan membantu melengkapi diplomasi klasik yang sering kali dipakai dalam menyelesaikan masalah ekonomi, politik, dan keamanan suatu negara. Indonesia memiliki kemampuan dan kapasitas yang memadai untuk menjalankan soft diplomacy dan membangun daya tariknya tersendiri didunia internasional (Lusiana, 2018).

Diplomasi budaya menjadi teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, dalam diplomasi budaya terjadi hubungan bilateral maupun multilateral Indonesia dengan Negara asing. Dalam diplomasi budaya disini menggunakan sector kesenian tari tradisional Indonesia yang digunakan untuk mencapai kesepakatan bersama yang kemudian disesuaikan dengan kepentingan nasional yang menjadi tujuan dari masing-masing Negara.

### **National Branding**

Indonesia sebagai negara yang memiliki beragam potensi pariwisata dan keunikan budaya seharusnya dapat mendatangkan wisman yang lebih besar. Untuk itu nation branding yang kuat sebagai diferensiasi merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata Indonesia. Namun sampai saat ini masih banyak wacana dalam melakukan nation branding di Indonesia, seperti “wonderful Indonesia” atau “remarkable Indonesia”. Merek Indonesia masih belum dapat dikenal di internasional, bahkan cenderung memiliki citra negative karena factor stabilitas politik dan keamanan yang buruk. Faktor tersebut sangat berpengaruh pada daya saing pariwisata Indonesia dibanding negara lain khususnya di ASEAN (Retno Budi Lestari, 2013).

Nation branding adalah sebuah upaya yang dilakukan suatu negara untuk memperkenalkan sebuah ciri khas. Tujuannya, jelas untuk memperkuat identitas diri sehingga lebih mudah

dikenali oleh pihak lain. Nation branding juga sering dikenal dengan istilah merek suatu negara. Secara mudah, strategi ini dilakukan dengan menonjolkan nilai-nilai khusus atau ciri khas tertentu dari suatu negara (sharing, 2022). National branding menurut Sun (2009) digambarkan sebagai image dan reputasi suatu bangsa yang dibangun atas dasar persepsi yang dibentuk dan didefinisikan oleh orang-orang di luar negara tersebut; persepsi mereka umumnya dipengaruhi oleh stereotyping, pemberitaan di media, juga pengalaman pribadi. Atribut yang digunakan dalam mengukur national branding adalah faktor budaya dan nilai ekonomis, dimana diyakini bahwa persepsi terhadap budaya suatu bangsa dapat mempengaruhi preferensi dalam memenuhi hak-hak dalam rangka mencapai tujuan pribadi (JULIE ANNE LEE, 2008).

Istilah national branding sudah ada sejak tahun 1998, sejak seorang konsultan Inggris bernama Simon Anholt mengejutkan dunia bisnis dan politik dengan menyatakan bahwa tempat dan negara dapat dilihat sebagai sebuah merek (Ostapenko, 2010). Sekarang ini, national branding secara luas telah diakui oleh seluruh dunia, bahkan pengaruh national branding mampu “mengucurkan” sejumlah dana negara yang tidak sedikit ke dalam bentuk kampanye komunikasi di beberapa lokasi vital negara seperti bandara internasional, saluran televisi internasional, iklan komersil, dan lainnya (KANEVA, 2012).

Teori ini dibutuhkan dalam skripsi ini, karena dengan terkenalnya kesenian tari tradisional di masyarakat internasional terutama Amerika Serikat dapat menarik minat masyarakat internasional untuk datang ke Indonesia yang tentu saja hal ini dapat meningkatkan perekonomian Indonesia yang merupakan salah satu tujuan dari kepentingan nasional terkait national branding. Selain itu, ketiga teori ini saling berkaitan sehingga diperlukan dalam kasus ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Menurut I Made Winartha (2006:155) : metode analisis kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi atau situasi dari berbagai data yang dikumpulkan dapat berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi dilapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data

sekunder, yaitu sumber data penelitian khusus yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung berupa buku, catatan, bukti-bukti yang ada, atau arsip, baik yang diedarkan maupun yang tidak diedarkan secara keseluruhan. Dan menggunakan data primer yaitu melalui wawancara dengan obyek penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data yang didapat dari jurnal hubungan internasional yang sebagian jurnalnya ditulis oleh para ahli. Dalam penelitian ini menggunakan teknik library research atau menggunakan studi pustaka. Dengan menggunakan studi pustaka, memungkinkan untuk terhindar dari duplikasi.

## **PEMBAHASAN**

### **Tari Tradisional Sebagai Soft Power Diplomasi**

Keberagaman suku, bahasa, tata cara adat & agama yg terdapat pada Indonesia, berakibat Indonesia negara yang kaya akan budaya tradisional. Keberagaman budaya ini menjadi ciri khas dari masing-masing daerah yang ada di Indonesia. Dengan keberagaman budaya yang dimiliki, seringkali terjadi isu pengklaiman budaya yang dilakukan oleh negara lain. Untuk menyelamatkan kekayaan budaya yang dimiliki Indonesia, pemerintah mengambil sikap dengan mencatat atau mendaftarkan segala kekayaan budaya yang ada di Indonesia, baik berupa seni, adat istiadat, maupun permainan tradisional. Persoalan kasus-kasus klaim budaya ini terjadi karena pemerintah kurang memperhatikan keberagaman budaya yang dimilikinya, sehingga membuka peluang bagi negara-negara lain untuk mengklaim budaya yang ada di Indonesia.

Upaya peresmian budaya ini sudah dilakukan pemerintah sejak tahun 2003, yakni pematenan wayang kulit. Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Jero Wacik menuturkan, sejak tahun 2003 kebudayaan Indonesia sudah diterima UNESCO, dengan diraihnya sertifikat wayang sebagai warisan adikarya budaya lisan atau yang bersifat nonbendawi dalam peradaban manusia (The Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity) milik bangsa-bangsa. Pengakuan ini sudah dinyatakan pada tanggal 7 November 2003, namun piagam penghargaannya baru diserahkan pada tanggal 21 April 2005 (TULUS WARSITO, 2007).

Setelah diakuinya wayang oleh UNESCO, Indonesia kembali mengajukan aset budaya Indonesia yaitu keris untuk dipatenkan oleh UNESCO yaitu keris. UNESCO menetapkan



keris sebagai Karya Agung Budaya Lisan. Selain wayang dan keris, pemerintah juga memasukkan batik sebagai salah satu asset budaya Indonesia yang disahkan pada tahun 2008. Dalam sidang di Abu Dhabi, batik ditetapkan sebagai Budaya Tak Benda Warisan Manusia (Intangible Cultural Heritage of Humanity) dan masuk dalam daftar Representatif UNESCO. Indonesia mengerahkan seluruh kalangan agar batik berhasil disahkan oleh UNESCO sebagai warisan budaya Indonesia. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi pengklaiman budaya yang dilakukan oleh negara lain (TULUS WARSITO, 2007). Syarat utama sebuah budaya bisa diakui sebagai Warisan Dunia oleh UNESCO yakni memiliki Outstanding Universal Value (OUV) atau Nilai Universal Luar Biasa. Hingga saat ini, Indonesia telah berhasil mencatatkan 12 Warisan Budaya Takbenda Dunia UNESCO, yaitu Wayang (2008), Keris (2008), Batik (2009), Pendidikan dan Pelatihan Membatik (2009), Angklung (2010), Tari Saman (2011), Noken (2012), Tiga Genre Tari Bali (2015), Kapal Pinisi (2017), Tradisi Pencak Silat (2019), Pantun (2020), dan Gamelan (2021) (kemdikbud, 2022).

### **Kebudayaan di Kota Surakarta**

Kota Surakarta mempunyai potensi yang cukup besar dalam bidang budaya, pariwisata dan perdagangan. Di bidang budaya, keraton Kasunanan dan pura Mangkunegaran menjadi lambang kelestarian bahasa dan budaya Jawa juga sebagai pusat pelestarian budaya dan pelestarian adat yang diwariskan secara turun temurun. Objek budaya lainnya yang ada di Surakarta antara lain Radya Pustaka, Taman Sriwedari, dan Monumen Pers. Karena potensinya yang besar dalam hal kebudayaan, kota Surakarta mendapat julukan sebagai kota budaya. Kota Surakarta menjadi tempat munculnya bentuk kesenian yang dominan di Jawa Tengah, bahkan tingkat nasional seperti seni tari, karawitan, pedalangan dan lain-lain. Bentuk kesenian tersebut juga mempunyai sifat klasik sehingga perkembangannya menjadi subur dan terpelihara (DEWI, 2009).

Sebagai kota budaya, Solo tentu memiliki bermacam-macam kegiatan dan peninggalan benda seni yang hingga kini terus dilestarikan. Mulai yang bersifat benda, tradisi, karya panggung, kuliner, dan masih banyak yang lainnya. Beberapa peninggalan kebudayaan yang masih ada di Kota Solo, antara lain Keraton Kasunanan, Pura Mangkunegaran, Loji Gandrung, Gedung BI Solo, dan lain-lainnya. Sedangkan peninggalan

lain yang berupa karya dan masih terjaga hingga kini adalah kesenian tari. Pada era modern ini, untuk melanggengkan sebuah karya yang berbentuk karya pementasan, tentunya tidak mudah dilakukan. Selain makin minim penikmat karya panggung, anak-anak sekarang tidak melihat seni tari sebagai sebuah hal yang menarik. Tetapi di Solo, seni tari mampu dipertahankan oleh komunitas pecinta budaya agar tari tradisional tetap eksis (PRIMASASTI, 2022).

Aktivitas seni tari tergabung dalam suatu sanggar tari. Menurut data yang ada di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar), Kota Solo memiliki sanggar tari yang jumlahnya kurang lebih 172 sanggar. Namun tidak semua potensi ratusan sanggar seni tersebut dapat mengambil peran. Belum lagi di Solo juga terdapat sekolah formal serta perguruan tinggi dengan jurusan tari, yakni SMKN 8 (dulu SMKI) dan ISI Solo. Hal ini setidaknya membuktikan bahwa masyarakat Solo sadar pentingnya memelihara kesenian sebagai upaya memegang erat “kekayaan” non bendawi yang dimiliki (PRIMASASTI, 2022).

### **Tari Tradisional Sebagai Soft Power**

Seni dan budaya merupakan hal yang menarik banyak perhatian orang-orang dikarenakan keunikan yang dimiliki oleh kesenian atau kebudayaan itu sendiri. Dengan jumlah penduduk lebih dari 270 juta, Indonesia memiliki kesenian dan kebudayaan yang sangat beragam, dimana hampir semua daerah di Indonesia memiliki ciri khasnya masing-masing dalam bidang seni dan budaya. Seni dan budaya Indonesia sering kali mendapatkan perhatian publik tidak hanya dari lokal, tetapi juga dari Internasional (UNIVERSITY, 2021).

Bentuk soft power Indonesia adalah dengan menekankan pada penguasaan terhadap bentuk-bentuk kekuatan nasional negara yang tidak terlihat seperti ideologi, kebudayaan, dan nilai-nilai moral (intangible resources). Soft power merupakan kemampuan untuk menarik dan mempengaruhi aktor lain untuk mendapatkan apa yang kita inginkan tidak melalui pemaksaan yang bersifat kekerasan. Kemampuan itu sendiri diwujudkan oleh Indonesia dengan tiga cara yaitu menarik, memikat, dan menjadikan milik. Mendapatkan pengakuan akan Tari Saman Gayo sebagai warisan budaya tak benda dari UNESCO untuk mengukuhkan identitas nasional bangsa merupakan bentuk soft power Republik Indonesia

dalam mendekati bangsa lain, karena pentingnya menjaga dan melindungi budaya-budaya Indonesia yang memiliki banyak sekali keragaman budaya (UNESCO, 2009).

Pemerintah Indonesia juga menginginkan agar Tari Saman dapat dibawa menuju masyarakat dunia secara meluas dan dapat dijadikan sebagai salah satu kekuatan dalam menunjukkan identitas nasional akan bangsa yang memiliki keanekaragaman budaya. Pemerintah Indonesia ingin Tari Saman bisa dilihat di dunia internasional, dan menimbulkan citra positif terhadap budaya-budaya Indonesia. Dengan diakuinya Tari Saman oleh UNESCO, secara jelas menunjukkan kepada dunia internasional bahwa Tari Saman Gayo adalah warisan budaya asli Indonesia. Sehingga, elemen tersebut dapat digunakan oleh Indonesia dalam menunjukkan identitas nasionalnya baik di lingkungan domestik maupun di lingkup internasional (SD, 2015).

Tingginya ketertarikan masyarakat luar negeri terhadap seni dan budaya Indonesia membuat negara lain akan lebih melirik Indonesia, sehingga potensi kerja sama dalam forum internasional akan semakin besar. Hal tersebut biasa dikenal dengan istilah *soft power*, dimana menurut Joseph Nye (2004), *soft power* adalah salah satu metode pendekatan untuk mengejar kepentingan nasional suatu negara melalui daya tarik budaya, orientasi politik dan kebijakannya. Sebenarnya seni dan budaya dapat menjadi variabel yang memiliki peranan krusial dalam keberhasilan diplomasi Indonesia jika kita dapat melestarikannya dan membuat eksistensi seni dan budaya Indonesia dapat bersaing dengan budaya barat (UNIVERSITY, 2021).

### **Penguatan Nation Branding Dalam Diplomasi Kebudayaan**

Indonesia merupakan negara besar yang memiliki banyak sekali potensi dalam aspek budaya, adat istiadat serta tradisi pada setiap daerahnya. Kesenian tarian tradisional merupakan salah satu hal yang harus di lestarikan dan dikenalkan pada masyarakat luas apalagi dalam era globalisasi seperti sekarang. Pemerintah Indonesia bekerja sama dengan organisasi yang menaungi kesenian khususnya pada seni tari yaitu IOV (International Organization Of Folk Art) dalam menjaga tari tradisional Indonesia. Organisasi ini berperan dalam pelaksanaan event Internasional bertajuk budaya tari di Indonesia dan aktif dalam Internasional Conference tentang kesenian tari (Novita, 2016)

IOV World merupakan organisasi yang beranggotakan individu dan lembaga dari seluruh dunia yang bekerja melindungi dan melestarikan tarian tradisional. IOV World terdaftar sebagai lembaga nirlaba bebas pajak berdasarkan pasal 501© (3) dari Internal Revenue Code dari Amerika Serikat. Markas IOV World sendiri berada di Seattle, Washington, Amerika Serikat. Peran IOV World dalam melestarikan kesenian tarian tradisional di Indonesia:

1. Bekerja sama dalam mengesahkan peraturan tentang Perlindungan Atas Pengetahuan Tradisional dan Ekspresi Budaya Internasional. Indonesia sebagai negara yang memiliki kebudayaan beragam seperti lagu daerah, adat istiadat suatu daerah, pakaian tradisional, makanan khas daerah tertentu sampai alat musik masing-masing daerah. Hal ini dapat memperkuat ketahanan nasional Indonesia dalam aspek budaya. Dengan ini IOV World bertujuan untuk bekerja sama dengan pemerintah dalam melindungi setiap budaya yang ada di seluruh daerah di Indonesia melalui Undang-Undang yang sah. Hal ini juga bertujuan untuk menetapkan budaya Indonesia sebagai warisan asli leluhur bangsa Indonesia agar tidak di klaim oleh negara lain.

2. IOV World menjadi fasilitator pemerintah Indonesia dalam event kebudayaan internasional.

IOV World bekerja sama dengan lembaga pemerintahan di Indonesia dalam rangka membuat event internasional yang melibatkan banyak sekali seniman lokal maupun seniman mancanegara. Dalam upaya mengenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat kita, dan juga warga negara asing yang menjadi target dari upaya nation branding.

3. IOV World menjadi fasilitator pemerintah Indonesia dalam event kebudayaan internasional.

IOV World bekerja sama dengan lembaga pemerintahan di Indonesia dalam rangka membuat event internasional yang melibatkan banyak sekali seniman lokal maupun seniman mancanegara. Dalam upaya mengenalkan budaya Indonesia kepada masyarakat kita, dan juga warga negara asing yang menjadi target dari upaya nation branding.

4. IOV World membentuk IOV Youth Indonesia

IOV World Indonesia Youth Section merupakan sebuah lembaga yang berada di bawah naungan UNESCO. Indonesia telah memiliki komisi muda untuk IOV World sejak Maret 2010, dan secara aktif mengirimkan anak-anak berbagai usia dalam misi mengenalkan kesenian budaya Indonesia pada acara besar internasional IOV World Indonesia Youth Section mendapat undangan dari Springville World Folkfest and The Internasional organizations of folks art United States of American sections in cooperation program with IOV World Youth Section Indonesia bersama dengan Kencana Pradipa Fakultas Psikologi Universitas Indonesia mendapat kehormatan untuk menampilkan Kebudayaan Indonesia dalam International Folklore Festival di Springville, Bpuntiful dan South Jordan, Utah, Amerika Serikat (Novita, 2016)

Pada tahun 2022, pemerintah Indonesia melalui Kemendikbud menggelar acara bertajuk Festival Indonesia Bertutur di Candi Borobudur. Festival tersebut melibatkan 900 seniman dan menampilkan lebih dari 100 karya Masih dalam rangkaian Indonesia Bertutur, salah satu programnya yaitu pameran Expanded Media bertajuk Visaraloka yang akan diselenggarakan pada tanggal 7-13 September 2022 di empat galeri seni yang terletak di sekitar Candi Borobudur yaitu Museum Haji Widayat, Apel Watoe Contemporary Art Gallery, Elopogoro Art House, dan Limanjawi Art House.

Digelarnya Indonesia Bertutur bisa menjadi sumber edukasi, pengalaman dan inspirasi bagi masyarakat khususnya generasi muda untuk ikut melestarikan warisan seni dan budaya Indonesia. Pengunjung diharapkan mendapatkan berbagai pengalaman menarik di Indonesia Bertutur tanpa dipungut biaya. Melati Suryodarmo mengatakan bahwa Indonesia Bertutur bertujuan untuk menawarkan keterbukaan cara berpikir dan bertindak, sekaligus mengutamakan pencapaian tujuan penciptaan karya seni yang ditujukan untuk kehidupan masyarakat (Suryodarmo, 2022)

### **Penguatan Nation Branding Oleh Mahasiswa Asing Di Kota Surakarta**

Tahun 2016 terbentuk suatu konsep yang bernama Prehistoric Body Theater yang dipimpin oleh Ari Dharminalan Rudenko yang kemudian pada tahun 2017 menjadi suatu organisasi saat Ari memimpin residensi di ISI Surakarta untuk menciptakan film tari Prehistoric Body Theater. Prehistoric Body Theater awalnya terinspirasi oleh beragam tarian tradisional dari seluruh Indonesia yang menggambarkan karakter hewan, serta keanggunan

dan detail koreografi tari tradisional. Para penari yang tergabung dalam proyek tersebut adalah awal mula dari berjalannya organisasi ini dan sudah dianggap sebagai bagian dari keluarga besar. Motivasi dari berdirinya organisasi ini adalah mimpi dan tujuan yang sama dari para penari dan kolaborator, pada saat keadaan sedang sulit mereka mampu memberikan sebuah ide yang terus berkembang sehingga mampu mengembalikan semangat para anggota. Prehistoric Body Theater akan terus berproses secara kolektif dan bekerja sama untuk menemukan cara agar bisa terus maju dan berkembang.

Prehistoric Body Theater beranggotakan salah satu mahasiswa yang berasal dari Seattle, Amerika Serikat dan selebihnya merupakan mahasiswa lokal yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia seperti Jawa, Sumatera, Kalimantan, dan Maluku. Selain itu, terdapat juga beberapa anggota tim yang berasal dari Amerika yang bekerja sama dari jarak jauh untuk mendukung sisi teknis. Adapun Dewan Mentor ilmuwan sains Prehistoric Body Theater yang berasal dari berbagai Negara termasuk Amerika Serikat, Kanada, Eropa, Jepang Filipina.

Selama terbentuknya organisasi Prehistoric Body Theater, sudah melakukan pagelaran atau pertunjukan selama satu sampai tiga kali dalam setahun, karena ada banyak perencanaan dan persiapan untuk menciptakan suatu pertunjukan. Organisasi tersebut sedang mempersiapkan desain tour dari pertunjukan besarnya yaitu Ghost of Hell sehingga diharapkan dapat dipentaskan lebih sering.

Di Surakarta, penari dengan dasar tari tradisional juga sangat eksperimental dan memiliki kapasitas besar untuk berinteraksi dengan proyek tari kontemporer dan interdisipliner. Pendiri organisasi ini, Ari Dharminalan Rudenko telah mempelajari dan meneliti tari tradisional dan kontemporer di Indonesia sejak tahun 2012. Pada tahun 2016, Ari terinspirasi untuk menggabungkan dan menciptakan tari yang mewakili hewan prasejarah dengan dasar tari tradisional Indonesia dan mulai berkolaborasi dengan penari yang berada di kota Surakarta. Selain itu, ia juga terinspirasi oleh tradisi spiritual meditasi dan ritual seperti sedekah bumi sebagai bagian dari pemahaman anggota tentang sisi spiritual dari proses ini. Prehistoric

Body Theater memiliki keinginan untuk membawa nama Indonesia dalam acara-acara internasional. Cerita dari sains paleontology dan ilmu prasejarah adalah warisan kolektif

seluruh umat manusia sehingga pertunjukan ini ditujukan untuk seluruh dunia. Namun, organisasi ini menciptakan dengan teknik, perspektif spiritual, dan gaya yang hanya bisa diciptakan di Indonesia. Prehistoric Body Theater sangat bersemangat untuk membawa budaya Indonesia ke dunia dengan kolaborasi interdisipliner yang unik dengan ilmu evolusi. Hal ini diharapkan dapat menjembatani komunitas dan perspektif yang jarang mendapatkan kesempatan untuk berinteraksi.

Prehistoric Body Theater memiliki visi besar tentang bagaimana karya kami akan terlihat di atas panggung, dan bagaimana dapat terkoneksi dengan penonton baik besar maupun kecil. Organisasi ini suka sekali tampil pada acara-acara besar yang terutama jika diberikan kesempatan sepenuhnya menyajikan tarian bersama dengan desain set, pencahayaan, music, yang memungkinkan cerita dan perasaan benar-benar sampai ke penonton. Sebagai direktur artistic dan juga akademisi tari, sebagian besar pekerjaan dari Ari Dharminalan Rudenko adalah menulis proposal dan memberikan presentasi yang dapat menginspirasi berbagai organisasi untuk mendukung karya organisasi tersebut. Ada banyak hal yang harus dilakukan di balik layar untuk membawa karya seni dari konsep menjadi kenyataan. Selain itu, karya Prehistoric Body Theater dipentaskan dalam iterasi. Stamina dan fokus merupakan hal yang penting untuk terus meningkatkan pertunjukan agar dapat mengarah ke langkah berikutnya.

Terkait nation branding Indonesia, Prehistoric Body Theater bekerja secara interdisipliner dengan ilmu paleontology sehingga mendapat banyak dukungan dari institusi penjangkuan ilmu pengetahuan, sehingga dapat mencapai audiens baru di tingkat internasional. Prehistoric Body Theater juga melakukan tour internasional dengan pertunjukannya yang berjudul Ghost of Hell Creek. Karena ini adalah pertunjukan tari seni fine art kontemporer, berbagai audiens tari yang tidak tentu familiar dengan pertunjukan Indonesia. Pada saat yang sama, organisasi ini mengintegrasikan inspirasi dari tari tradisional di dalam pertunjukannya, seperti contoh dalam karya Ghost of Hell Creek ada adegan yang sangat terinspirasi oleh tarian Gandrung Banyuwangi dan tradisi ini akan ditekankan.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan meneliti tentang penguatan nation branding tari tradisional Indonesia oleh mahasiswa asing yang belajar kesenian di Kota Surakarta. Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, dan pencarian data yang digunakan adalah data primer berupa hasil wawancara dan data sekunder berupa data dari dokumen yang tersedia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep nation branding dan diplomasi kebudayaan. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan nation branding ini dilakukan para mahasiswa asing yang belajar kesenian di Surakarta, dengan mendalami tari tradisional dan menciptakan tari baru, kemudian menampilkannya baik di kota Surakarta maupun di negara mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

Bayu Aji Prasetya, D. H. (2021, agustus jumat). UNS mengadakan Orientasi dan pembekalan bagi 33 mahasiswa asing tahun akademik 2021/2022. *uns.ac.id* , p. 1.

Chaeruddin, B. (2022, agustus senin). UMS Targetkan Jumlah Mahasiswa Asing Capai 1% Dari Total Mahasiswa. *Sinar Harapan.co* , p. 1.

Deppman, V. R. (2022, juni senin). Penyelenggaraan pagelaran olahraga balap di sirkuit Mandalika sebagai upaya peningkatan nation branding. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan Moderat* , p. 293.

DEWI, C. (2009). ANALISI GEDUNG PERTUNJUKAN KESENIAN PADA TAMAN BUDAYA VANSTERNBUG. *EJOURNAL UAJY.AC.ID* , 124-125.

Gabriella, C. (2013). Peran diplomasi kebudayaan indonesia dalam pencapaian kepentingan nasionalnya. *metadata, citation and similar paper at core.ac.uk* , 18-31.

JULIE ANNE LEE, J. J. (2008). Cultural influences on consumer satisfaction with impulse and planned purchase decisions. *JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH* , VOLUME 61.

KANEVA, N. (2012). Nation branding in postcommunist Europe: identities, markets, and democracy. *journal of baltic studies* , 430-433.

kemdikbud, p. w. (2022, JANUARI KAMIS). Outstanding Universal Value (OUV), Syarat Utama Warisan Budaya Dunia. *KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN* , p. 1.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN. (2022, JANUARI 1). Outstanding Universal Value (OUV), Syarat Utama Warisan Budaya Dunia. *KEMEDIKBUD.CO.ID* , p. 1.

Lumanauw, N. (2022, maret rabu). Jokowi : Sirkuit Mandalika Brand Baru Indonesia. *berita satu* , p. 1.

Lusiana, Y. M. (2018). SOFT POWER DAN SOFT DIPLOMACY. *EJOURNA. RADENINTA.AC.ID* , 49-54.

Novita, Y. &. (2016). Peran Iov World (International Organization of Folk Art) Dalam Melestarikan Kesenian Rakyat Indonesia (Studi Kasus Seni Tari Indonesia Tahun 2012-2015).

Ostapenko, N. (2010). Nation Branding of Russia through the Sochi Olympic Games of 2014. *JOURNAL OF MANAGEMENT POLICY AND PRACTICE* , 60.

PRATAMA, R. (2019). Pencairan Tunggakan Pajak Atas Penagihan. *ELIBRARY UNIKOM* , 28.

PRIMASASTI, A. (2022, MARET KAMIS). SOLO SURGANYA SENI TARI. *Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Surakarta* , p. 1.

Putu Nia Purnama Santi, A. A. (2022). Presidensi G20 sebagai sarana marketing dan branding pariwisata Indonesia serta pengaruhnya terhadap peningkatan kunjungan wisatawan pada era pandemi covid. *Jurnal Manajemen dan Sumberdaya* , 16.

Retno Budi Lestari, R. A. (2013). MEMBANGUN NATION BRANDING DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING SEKTOR PARIWISATA INDONESIA. *EJOURNAL GUNADARMA* , E358-359.

Satow, E. M. (1932). *A Guide to Diplomatic Practice*. London: London, Longmans.

SD, H. A. (2015). Analisa Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Tari Saman Gayo dalam Mengukuhkan Identitas Nasional Bangsa. *Jurnal hubungan Internasional* , 91-92.

sharing, b. (2022, oktober kamis). Nation Branding adalah Ciri Khas sebuah Negara, Ini Penjelasan Lengkapnya! *gambaranbrand.com* , p. 1.

Suryodarmo, M. (2022). *Indonesia Bertutur*. Indonesia.

Suryokusumo, S. (1995). *Hukum diplomatik : teori dan kasus / Summary Suryokusumo*. BANDUNG: BANDUNG: ALUMNI.

TULUS WARSITO, W. K. (2007). *DIPLOMASI KEBUDAYAAN*. YOGYAKARTA: 171-177.

UNIVERSITY, B. (2021, NOVEMBER SENIN). SENI DAN BUDAYA SEBAGAI SOFT POWER INDONESIA. *STUDENT-ACTIVITY.BINUS.AC.ID* , p. 1.

W.S.P, G. N. (2018). DIPLOMASI KEBUDAYAAN DALAM Mendukung Pencapaian Kepentingan Nasional dan Pertahanan Negara: Studi Program Indonesia Arts and Culture Scholarship oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. *JURNAL DIPLOMASI PERTAHANAN* , 105.