

Dinamika Kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX Dan KGPAA Mangkunagoro X Dalam Peningkatan City Branding Kota Surakarta

Vionna Ariella Fauzia, Muhammad Sani Roychansyah

Program Studi Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada

e-mail: vionnaariellafauzia@mail.ugm.ac.id

Abstrak— Eksistensi *city branding* tidak dapat terlepas dari peran stakeholder yang terlibat didalamnya. Peran pemerintah, swasta, masyarakat, komunitas lokal, dan media yang turut serta dalam upaya penguatan *city branding* Kota Surakarta. Tidak terkecuali institusi budaya seperti Puro Mangkunegaran yang menjadi salah satu ikon budaya dan destinasi favorit untuk wisatawan mancanegara yang mengunjungi Kota Surakarta. Batasan dalam penelitian ini adalah kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X karena *city branding* Kota Surakarta ditetapkan sejak tahun 2008. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perkembangan kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X dalam peningkatan *city branding* Kota Surakarta. Metode yang digunakan yaitu metode studi kasus dengan tipe studi kasus tunggal holistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perkembangan yang positif sejak pergantian kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX ke KGPAA Mangkunagoro X. Hal ini ditandai dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Surakarta dimana salah satunya adalah kontribusi Puro Mangkunagoro.

Kata Kunci— Kepemimpinan, Puro Mangkunegaran, Studi Kasus, Merek Kota, Kota Surakarta.

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, branding pada suatu tempat mendapatkan perhatian di kalangan pemerintahan dan akademisi [1]. Kota – kota bersaing dalam mempromosikan wisatanya dan membangun investasi untuk mencapai tujuan dengan menggunakan konsep strategi merk yang diterapkan dalam memperbaiki kualitas hidup, regenerasi, dan pembangunan kota [2]. *City branding* merupakan konsep yang mengadaptasi ilmu marketing dengan sistem berkembang dalam suatu konsep merk pada umumnya [3]. Branding memiliki pengertian sebagai pembeda atau diferensiasi, dimana branding tidak hanya pada barang dan jasa namun dapat diaplikasikan pada branding acara, branding korporat, branding pribadi seseorang, dan branding suatu tempat [4].

City branding mendorong citra kota yang unik dengan melakukan tiga pendekatan dasar untuk mempromosikan kota, yaitu melalui acara budaya, promosi dan restorasi warisan budaya serta pendirian monumen. Tujuan paling penting dari *city branding* adalah menarik investasi domestik dan wisatawan, meningkatkan keberlanjutan identitas lokal, dan memperkenalkan warganya terhadap kota. Dengan demikian, *city branding* merupakan salah satu cara untuk meningkatkan citra eksternal dan internal kota [5].

Selaras dengan itu, *city branding* di Indonesia seharusnya terintegrasi dengan *leadership branding* atau *personal branding* dari pemimpinnya. Kepemimpinan merupakan salah satu input yang penting dalam proses *city branding*

dimana *city branding* dan *branding* pemimpin harus selaras. Branding pemimpin seharusnya kompatibel dengan *city branding* karena terdapat korelasi saling menarik antara keduanya yaitu pemimpin adalah representasi dari sebuah kota [4]. Pemimpin daerah memiliki peran penting dalam kebijakan karena berkontribusi terhadap pencitraan kota dan hasilnya disesuaikan dengan visi/pandangan politik. Pemerintah sebagai fasilitator mempunyai peran penting dalam menghadirkan organisasi budaya, komunitas, dan pariwisata serta mengakui bahwa sektor swasta dapat memberikan keahlian khusus dan peluang pendanaan [6]. Kemitraan budaya dan komunitas telah diidentifikasi sebagai cara yang efektif untuk mengembangkan orientasi wisatawan dan penyelenggaraan acara dapat dilakukan tepat sasaran [4].

Negara Indonesia adalah salah satu negara yang termasuk dalam Asia Tenggara memiliki beragam budaya dan etnis yang berbeda – beda [7]. Kota Surakarta memiliki beragam kebudayaan, seperti wisata, kesenian, tradisi, situs sejarah, kuliner, dan keramahan masyarakatnya. Dalam memperkuat *city branding*, Kota Surakarta sebagai Kota Budaya memiliki agenda dalam menggelar event kebudayaan, event kuliner, dan memasarkan wisata sejarah. Berdasarkan PP No. 50/2011 tentang Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata disebutkan bahwa Kawasan Kota Surakarta Kota dan sekitarnya termasuk kedalam Destinasi Pariwisata Nasional (DPN). Dalam penyelarannya, terdapat Peraturan Daerah Kota Surakarta No. 6 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surakarta Tahun 2021-2026 yang tertera bahwa visi Kota Surakarta adalah “*Mewujudkan Surakarta Sebagai Kota Budaya Yang Modern, Tangguh, Gesit, Kreatif, dan Sejahtera*” [8]. Kota Surakarta memiliki banyak potensi daerah yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan dengan adanya budaya leluhur, seperti arsitektur, tradisi, musik, dan makanan tradisional [9]. Kota Surakarta berupaya dalam membentuk *city branding* dengan slogan “*The Spirit of Java*” yang memiliki arti sebagai “*Jiwanya Jawa*” merupakan langkah pencitraan Kota Surakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa. *City branding* Kota Surakarta ditetapkan sejak tahun 2008 pada masa kepemimpinan Walikota Joko Widodo [10].



Gambar 1. Grafik Jumlah Kunjungan Wisata Kota Surakarta 2018-2022
Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surakarta, 2022

Dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2018 sampai ke tahun 2019 terus meningkat namun pada tahun 2019 sampai ke tahun 2020 terjadi penurunan grafik, hal ini terjadi karena pandemi Covid-19 sehingga perekonomian merosot tajam. Lalu pada tahun 2020-2022 jumlah kunjungan wisatawan perlahan mengalami kenaikan seiring dengan penyesuaian pasca Covid-19. Pemerintah Kota Surakarta gencar dalam melakukan promosi event kebudayaan dalam rangka menarik kunjungan wisatawan. Selain sektor pariwisata, penggerak ekonomi Kota Surakarta adalah wisata MICE, kuliner, wisata sejarah, wisata religi, wisata budaya, dan wisata olahraga [9].

Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas terkait penguatan city branding yang dilakukan oleh pemimpin daerah. Seperti pada penelitian "*City Branding/Image Building as a New Paradigm: The Case of Eskisehir*" oleh Koc, Evrim (2018) menjelaskan terkait strategi branding dengan mendeklarasikannya sebagai Kota Eropa oleh walikota. Selain itu terdapat penelitian "*The City Branding of Barcelona: A Success Story*" oleh Belloso, Juan. (2011) dimana lebih mengeksplor kesuksesan *city branding* di Kota Barcelona melalui identitas kota yang unik dan berbeda serta peran walikota yang belum dieksplor secara mendalam. Penelitian sebelumnya hanya terfokus pada kepemimpinan oleh pemimpin daerah dan belum mengulas melalui pemimpin dari institusi budaya. Sehingga kebaruan pada penelitian ini adalah penguatan city branding ditinjau melalui kepemimpinan institusi budaya yang dilihat melalui event yang diselenggarakan.

Kota Surakarta mendapatkan beberapa penghargaan di bidang pariwisata, salah satunya adalah *Indonesia Tourism Award 2010* dan *Indonesian MICE Award 2019*. Selain itu terdapat peningkatan kunjungan wisatawan yang menandakan keberhasilan *city branding* Kota Surakarta. Meskipun *city branding* Kota Surakarta tercipta melalui strategi *word of mouth* dan peran signifikan dari Joko Widodo sebagai walikota Kota Surakarta pada saat itu [11]. *City branding* "*Solo, The Spirit of Java*" sudah dikenal oleh masyarakat luas di Kota Surakarta, seperti komunitas sepeda yang menggunakan spot foto dengan *background city branding* "*Solo, The Spirit of Java*" di Gladag. Selain itu, masyarakat di luar Kota Solo sudah mengenal *city branding* Kota Surakarta, hal ini dikonfirmasi oleh pelaku usaha pariwisata saat melakukan promosi menggunakan branding kota. *City branding* dikemas melalui daya tarik wisata menjadi paket wisata, salah satunya adalah Pulo Mangkunegaran [12].

Keraton Kasunanan Surakarta dan Puro Mangkunegaran merupakan dua destinasi pariwisata yang memiliki potensi

besar, hal ini yang memicu terjadinya perbandingan diantara keduanya. Dimana apabila Keraton Kasunanan Hadiningrat dan Puro Mangkunegaran menawarkan atraksi yang sama, Puro Mangkunegaran memiliki daya tarik yang lebih terlihat dibandingkan Keraton Kasunanan Surakarta [13]. Keraton Kasunanan Surakarta memiliki prospek yang paling besar sebagai destinasi pariwisata, karena peran penting Keraton Kasunanan Surakarta dalam pembentukan Kota Surakarta. Namun, masalah internal keraton merupakan kendala utama dalam upaya pengembangannya dan kurangnya adanya keterbukaan Keraton Kasunanan Surakarta terhadap publik. Dimana adanya konflik internal dalam tubuh Keraton Kasunanan Surakarta memberikan dampak pada ketertarikan para pengunjung dan turunnya minat wisatawan dalam berwisata [13]. Pada waktu yang bersamaan, Puro Mangkunegaran mengalami pergantian kepemimpinan (KGPAA Mangkunagoro X) yang dimana lebih inovatif dan aktif dalam melakukan upaya publikasi dan promosi yang efektif, memiliki lokasi yang lebih strategis, adanya sejarah yang kuat dapat memberikan reputasi yang baik, mengembangkan inovasi dalam pengembangan wisata, melakukan perawatan dari segi fisik dan kegiatan wisata, menjaga keindahan arsitektur, menata kawasan sekitar untuk menambah daya tarik, melakukan manajemen dan pengelolaan internal yang teratur. Dalam hal ini Puro Mangkunegaran mengambil peran lebih banyak dalam melakukan aktivitas budaya daripada Keraton Surakarta.

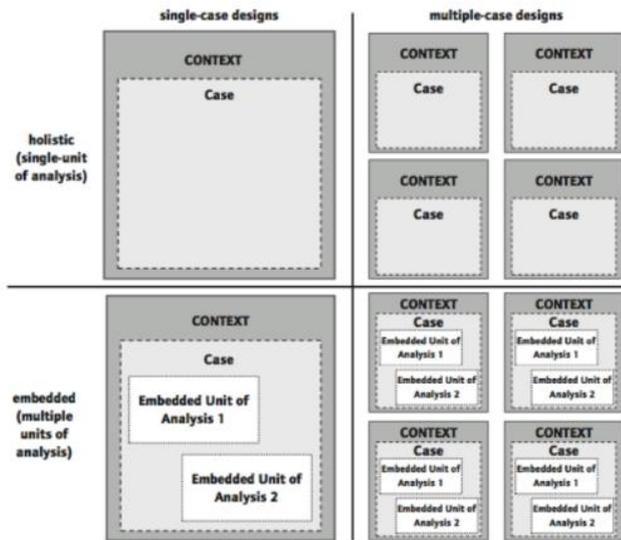
Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan proposisi sebagai komparasi terhadap penelitian yang dilakukan. Proposisi merupakan sebuah penjelasan yang menggambarkan isu teoritis yang mengarahkan seorang peneliti dalam mengumpulkan data [14]. Peneliti menggunakan tiga proposisi sebagai pendukung penelitian, yaitu penelitian dengan judul "*Kepemimpinan Inovatif Walikota Payakumbuh dalam Membangun City Branding Payakumbuh, The City of Rendang*" oleh Desfitawarni et al., (2022), penelitian dengan judul "*Kepemimpinan Berkelanjutan dalam Revitalisasi Kota Lama Semarang Tahap I*" oleh Putri et al., (2022), dan penelitian dengan judul "*Kepemimpinan Ridwan Kamil di Kota Bandung Tahun 2013-2018: Kajian Inovasi Kebijakan Kepemimpinan Adaptif*" oleh Pitriyanti (2018). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menelaah peran kepemimpinan oleh KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X melalui identifikasi keberhasilan event yang telah diselenggarakan di Kota Surakarta.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang diaplikasikan melalui pendekatan abduktif-kualitatif dengan tipe tunggal holistik. Kasus tunggal holistik dilakukan untuk menguji teori secara kritis dan signifikan, kasus yang unik, dan mengungkap suatu kasus. Peneliti memilih Kota Surakarta sebagai kasus wilayah amatan dengan mempertimbangkan keunikan dan karakteristik yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

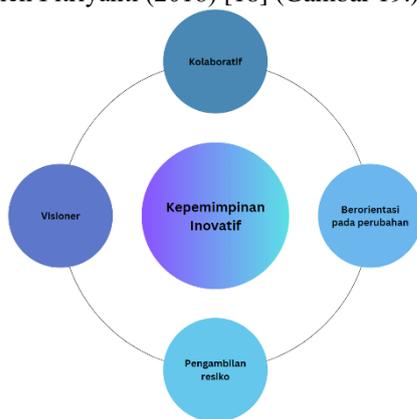
Metode studi kasus dapat digunakan apabila semakin banyak pertanyaan yang disusun untuk menjelaskan suatu keadaan kontemporer, seperti pertanyaan "bagaimana" atau "mengapa" suatu fenomena sosial berhasil [14]. Terdapat tiga metode studi kasus yang biasa digunakan, yaitu deskriptif, ekplanatoris, dan eksploratoris. Metode studi kasus memiliki inti penelitian yang hampir sama dengan metode historis yang

menambahkan observasi dan wawancara yang disusun secara sistematis [15].

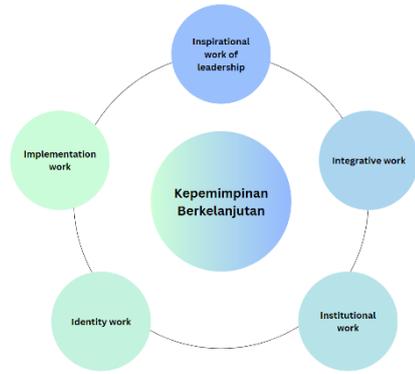


Gambar 2. Tipe Desain Studi Kasus
Sumber: Yin (2017)

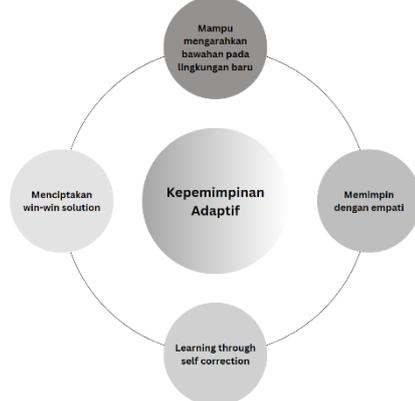
Tahapan dalam melakukan metode studi kasus adalah melakukan *grand tour* dan mengumpulkan data sekunder, seperti dokumen, website resmi, jurnal, publikasi, dan media online sebagai penunjang penelitian. Melakukan analisis pencocokan pola yang dibandingkan dengan proposisi penelitian. Proposisi penelitian memiliki tujuan untuk mengarahkan fokus peneliti pada sesuatu yang menjadi amatan penelitiannya dalam ruang lingkup studi [14]. Tiga proposisi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu “Kepemimpinan Inovatif Walikota Payakumbuh dalam Membangun City Branding Payakumbuh, The City of Rendang” oleh Desfitawarni, Syamsurizaldi, & Fatimah (2022) (Gambar 17.) [16], penelitian dengan judul “Kepemimpinan Berkelanjutan dalam Revitalisasi Kota Lama Semarang Tahap I” oleh (Putri, Kismartini, & Rahman, (2022) (Gambar 18.) [17], dan penelitian dengan judul “Kepemimpinan Ridwan Kamil di Kota Bandung Tahun 2013-2018 : Kajian Inovasi Kebijakan Kepemimpinan Adaptif” oleh Pitriyanti (2018) [18] (Gambar 19.).



Gambar 3. Model Kepemimpinan Inovatif
Sumber : Desfitawarni, Syamsurizaldi, & Fatimah (2022)



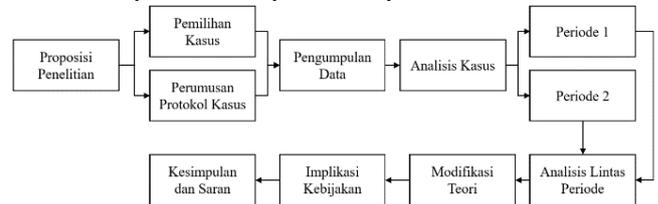
Gambar 4. Model Kepemimpinan Inovatif
Sumber : Putri, Kismartini, & Rahman, (2022)



Gambar 5. Model Kepemimpinan Adaptif
Sumber : Pitriyanti (2018)

Melakukan komparasi antara hasil temuan di lapangan dan ketiga proposisi yang dipilih. Adanya persamaan pada pola yang dihasilkan dapat digunakan untuk memperkuat validitas suatu kasus. Melakukan analisis pembuatan penjabar yang memiliki tujuan untuk membuat suatu eksplanasi terkait studi kasus. Pada penelitian ini mencakup dua periode kepemimpinan, yaitu KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X sehingga dilakukan analisis deret waktu (periodesasi). Analisis deret waktu dilakukan untuk mengetahui perkembangan kepemimpinan pada periode tahun 2008-2024. Tahap selanjutnya adalah melakukan triangulasi data sebagai konfirmasi atas temuan yang telah didapatkan. Input yang digunakan dalam melakukan triangulasi data adalah model kepemimpinan yang digunakan dalam penyelenggaraan event dan informasi detail terkait penyelenggaraan event.

Metode penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.



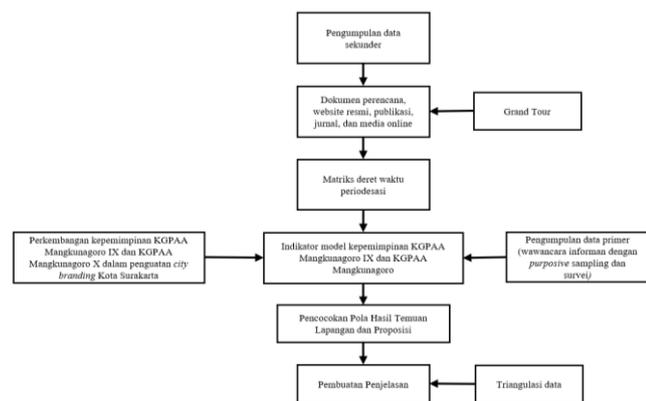
Gambar 6. Metode Penelitian

Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan yang dipilih dilakukan melalui *purposive sampling* dimana informan memiliki kedalaman informasi dan memahami secara keseluruhan terhadap obyek yang diteliti. Pemilihan informan dilakukan karena pihak – pihak terkait ikut terlibat dalam proses penyelenggaraan event. Peneliti melakukan wawancara pada Kawedanan Reksopustoko, Kawedanan Pariwisata, Kawedanan Mondropuro, Asisten Perekonomian dan Pembangunan Sekda Kota Surakarta, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Kota Surakarta, dan tokoh masyarakat.

Tabel 1.
Responen Penelitian

Responden	Peran
Kawedanan Reksopustoko	Bertugas sebagai perpustakaan dimana menyimpan, menginventarisasikan, mengalihmediakan, dan memelihara buku – buku, arsip kuno, dan naskah yang dapat digunakan dalam ilmu pengetahuan
Kawedanan Pariwisata	Bertanggung jawab dalam pengelolaan, pemasaran wisata di Puro Mangkunegaran.
Kawedanan Mondropuro	Bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengaturan urusan rumah tangga istana, penataan, dan pemeliharaan Mangkunegaran. Selain itu bertugas melakukan perawatan gedung, halaman, taman, berbagai instalasi, dan pusaka serta pengelolaan urusan ulama, menjaga keamanan istana dan bagian museum/pariwisat
Asisten Perencanaan dan Pembangunan Sekda Kota Surakarta	Berperan strategis dalam perencanaan dan pengembangan sektor perekonomian yang didalamnya terdapat pariwisata dengan mengoordinasikan berbagai instansi pemerintah untuk menyusun rencana pembangunan yang selaras dengan visi kota. Selain itu juga melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan daerah
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta	Berperan sentral dalam perencanaan dan pengembangan sektor pariwisata dengan fokus pada pelestarian budaya serta peningkatan daya tarik wisata kota
Tokoh Masyarakat	Berperan dalam perencanaan dan pengembangan kepariwisataan melalui kontribusi dalam menjaga dan mempromosikan nilai-nilai budaya lokal serta berpartisipasi aktif dalam dialog dengan pemerintah dan pelaku pariwisata



Gambar 7. Metode Penelitian

Teknik analisa data yang digunakan pada pada penelitian abduktif-kualitatif berupa matriks deret waktu, pencocokan pola, dan pembuat penjelas. Dimana data – data dikumpulkan melalui wawancara kepada narasumber dan data sekunder seperti penelitian terdahulu dan website. Analisis pencocokan pola digunakan dalam membandingkan pola yang berdasarkan pragmatis, yaitu hasil temuan lapangan membentuk pola sendiri dengan pola yang telah diprediksi yang dibuat sebelum adanya pengumpulan data. Analisis pembuat penjelas digunakan untuk “menjelaskan” suatu fenomena berarti menetapkan serangkaian dugaan rangkaian sebab akibat mengenai fenomena tersebut, atau “bagaimana” atau “mengapa” suatu fenomena terjadi terjadi. Sementara untuk analisis deret waktu digunakan untuk mengetahui suatu kondisi dalam jangka waktu yang lama. Pola yang rumit dan tepat akan membuat analisis deret waktu memberikan landasan kuat bagi kesimpulan penelitian.

III. HASIL DAN DISKUSI

A. Event yang Terselenggara pada Periode Kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX

KGPAA Mangkunagoro IX merupakan putra dari KGPAA Mangkunagoro VIII dengan *garwa prameswari* yang lahir pada tanggal 18 Agustus 1951. KGPAA Mangkunagoro IX memegang takhta sejak tahun 1987 sampai tahun 2021. KGPAA Mangkunagoro IX dikenal sebagai raja modern yang ditandai dengan keberadaan beragam kesenian yang eksis pada masa kepemimpinannya. KGPAA Mangkunagoro IX mengembangkan seni tari Bedhaya Suryasumirat dan melakukan pelestarian terhadap kesenian tari yang dihasilkan oleh leluhur dalam bentuk warisan yang memiliki nilai [19]. KGPAA Mangkunagoro IX menghasilkan beragam karya – karya kesenian tari, seperti Tari Bedhaya Suryosumirat (1990), Tari Kontemporer Panji Sepuh (1993), Tari Puspita Ratna, Tari Harjuna Sasrabahu (1998), Tari Kontemporer Negeri Sembako (1998), Tari Kontemporer Krisis (1999), Drama Tari Dewa Ruci, dan Drama Tari Mintaraga [20]. Kepedulian KGPAA Mangkunagoro IX dalam pelestarian kesenian dan kebudayaan memiliki tujuan untuk mempertahankan Puro Mangkunegaran sebagai pusat pengembangan kebudayaan dengan gaya Mangkunegaran. Tidak hanya untuk dikenalkan kepada masyarakat dalam negeri, pengembangan kesenian dan kebudayaan Mangkunegaran juga dikenalkan kepada masyarakat luar negeri. Misi kebudayaan ini memiliki tujuan agar masyarakat luar negeri dapat menyaksikan dan belajar langsung dari sumbernya [21].



Gambar 8. Misi Kebudayaan di Jepang
Sumber: Puro Mangkunegaran (2022)

Dalam penyebaran informasi oleh Puro Mangkunegaran melalui akun media sosial, salah satunya adalah event – event yang diadakan oleh Mangkunegaran dan kerjasama antara pihak lain dan Mangkunegaran. Selama masa kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX banyak event – event yang diadakan oleh Puro Mangkunegaran maupun Pemerintah Kota Surakarta/pihak swasta yang bekerja sama dengan Mangkunegaran, seperti Mangkunegaran Performing Art, Mangkunegaran Art Festival, Solo Keroncong Festival, Festival Payung Indonesia, dan Mangkunegaran Jazz Festival.

1) Mangkunegaran Performing Art

Mangkunegaran Performing Art merupakan acara tahunan yang diadakan oleh Pemerintah Kota Surakarta melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta yang berkolaborasi dengan Puro Mangkunegaran. Event ini

memiliki tujuan untuk mengenalkan kebudayaan dari Puro³⁾ Mangkunegaran berupa tarian, kesenian dan kebudayaan tradisi kepada masyarakat umum dan mempromosikan Kota Surakarta sebagai kota wisata. Pada event Mangkunegaran Performing Art menampilkan beberapa tarian klasik, pameran foto tempo dulu, berbagai kuliner khas Mangkunegaran, pameran topeng, kereta kencana, seminar kebudayaan, dan upacara adat Tetesan. Mangkunegaran Performing Art pertama kali diadakan tahun 2009 yang berlokasi di Puro Mangkunegaran. Event ini merupakan event tahunan yang telah diadakan sampai tahun 2018, namun pada tahun 2016 event ini tidak diadakan. Persiapan event ini memakan waktu kurang lebih tiga bulan dengan memakai anggaran APBD sebagai stimulan dan dana dari sponsor. Setelah tahun 2018, event ini tidak diadakan kembali karena tidak adanya anggaran dana dari pemerintah.



Gambar 9. Mangkunegaran Performing Art Tahun 2012
Sumber: (Ariyanto, 2012)

2) Mangkunegaran Art Festival

Mangkunegaran Art Festival merupakan event Mangkunegaran Performing Art yang berganti nama. Event ini direncanakan menjadi acara tahunan namun memiliki⁴⁾ kendala karena tidak rutin diadakan dan tidak memiliki anggaran dana. Event ini diadakan tahun 2014 yang digelar oleh Pemerintah Kota Surakarta melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta yang berkolaborasi dengan Puro Mangkunegaran. Dalam event ini digelar peragaan tata upacara budaya Jawa, yaitu mitoni atau tujuh bulanan ibu hamil dan tedak sinten atau upacara untuk bayi usia tujuh bulan. Event ini hanya diadakan satu kali karena terkendala tidak ada anggaran dana. Persiapan event dilakukan selama tiga bulan dengan anggaran dana bersumber dari APBD sebagai stimulan.



Gambar 10. Mangkunegaran Art Festival Tahun 2017
Sumber: (Wibisono, 2014)

Solo Keroncong Festival

Solo Keroncong Festival merupakan acara yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta yang memiliki tujuan untuk melestarikan musik keroncong dan sebagai sarana dalam mewedahi kegiatan penggiat musik keroncong di Kota Surakarta. Pertama kali acara ini digelar pada tahun 2009 dan menjadi event tahunan di Kota Surakarta. Solo Keroncong Festival diadakan dengan bekerja sama dengan Puro Mangkunegaran dan komunitas keroncong dengan beberapa kali diadakan di Pamedan Puro Mangkunegaran pada tahun 2022, 2023, dan 2024. Solo Keroncong Festival menggunakan anggaran APBD sebagai stimulan dan sponsor seperti Bank Indonesia, PLN, Surya Nation Gelora, dan beberapa media partner serta didukung oleh Kemenparekraf. Persiapan event ini dilakukan selama enam bulan. Berdasarkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta terdapat evaluasi dari adanya event ini adalah kurangnya promosi dan branding event sehingga manajemen penonton tidak sebanyak event lain, dan belum banyak grup keroncong yang tampil.



Gambar 11. Solo Keroncong Festival Tahun 2022
Sumber: Primasasti (2022)

Festival Payung Indonesia

Festival Payung Indonesia merupakan acara yang digelar setiap tahun, dimana acara ini digelar sejak tahun 2014 ini melibatkan partisipasi masyarakat seperti pengrajin payung kreasi dan tradisi, komunitas kreatif, seniman kontemporer, pelestari seni tradisi, fashion desainer, fotografer, dan seniman lainnya [22]. Festival Payung Indonesia pertama kali diadakan oleh Kementerian Pariwisata melalui Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya. Beberapa tahun festival rakyat ini digelar di banyak lokasi di Kota Surakarta, salah satunya adalah di Puro Mangkunegaran. Kementerian Pariwisata beberapa kali bekerja sama dengan Puro Mangkunegaran untuk lokasi event Festival Payung Indonesia, yaitu pada tahun 2017 dan 2022. Festival Payung Indonesia menggunakan anggaran dari APBN dan berapa sponsor.



Gambar 12. Festival Payung Indonesia Tahun 2022

Sumber: (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, 2022)

5) Mangkunegaran Jazz Festival

Mangkunegaran Jazz Festival merupakan agenda musik yang diusung oleh keluarga Puro Mangkunegaran dimana akan dijadikan event tahunan di Kota Surakarta. Penikmat musik dapat menikmati keindahan musik jazz dengan latar belakang Puro Mangkunegaran. Mangkunegaran Jazz Festival digelar sejak tahun 2019 dengan foundernya yaitu G.P.H Bhre Cakrahutomo Wira Sudjiwo dimana event tersebut merupakan penanda dibukanya Lapangan Pamedan Puro Mangkunegaran yang sebelumnya direvitalisasi. Mangkunegaran Jazz Festival tahun 2019 mengambil tema “Bersama Dalam Budaya” dimana dalam anggarannya menggunakan sponsor.



Gambar 13. Mangkunegaran Jazz Festival Tahun 2019

Sumber: (Solotrast, 2018)

B. Event yang Terselenggara pada Periode Kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro X

Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Aryo Mangkunagoro X merupakan penguasa Mangkunegaran dan putra dari KGPAA Mangkunagoro IX yang telah mangkat pada tahun 2021. KGPAA Mangkunagoro X dinobatkan menjadi penerus takhta Mangkunegaran yang ke-X pada tahun 2022. Berdasarkan hasil wawancara dengan Asisten Perekonomian dan Pembangunan Sekda Kota Surakarta, KGPAA Mangkunagoro X sebagai tokoh budaya melaksanakan perannya dengan sangat baik, aktif dan komunikatif dengan berbagai pihak untuk mendorong kemajuan Mangkunegaran dan Kota Surakarta dengan menggalang berbagai potensi dalam aktivitas bersama yang memiliki nilai outcomes atau dampak positif baik sektor ekonomi kreatif, pengembangan pariwisata dan seni budaya sehingga turut berkontribusi dalam penguatan *city branding* Kota Surakarta. KGPAA Mangkunagoro X memiliki kecintaan dan kebanggaan terhadap kebudayaan dan kesenian Jawa. Hal ini ditunjukkan dengan cita – citanya dalam pelestarian dan pengembangan kebudayaan Jawa yang dimana menjadi satu bagian dengan sejarah peradaban negara Indonesia. Dalam kepemimpinannya, Puro Mangkunegaran semakin membuka diri dalam rangkaian kerjasama dengan beragam *stakeholders* dengan tujuan untuk melakukan pelestarian kesenian dan kebudayaan Jawa. Dengan harapan Puro Mangkunegaran dapat menjadi acuan untuk masyarakat dalam menekuni beragam adat, tradisi, ilmu, dan kebudayaan Jawa [23]. KGPAA Mangkunagoro X melakukan kerjasama dengan beberapa universitas dalam rangka untuk membangun kolaborasi antara Puro Mangkunegaran dan akademisi dalam beberapa bidang, seperti penelitian naskah dan sejarah karya seni, penyelenggaraan event, desain dan arsitektur, pemanfaatan teknologi, pengembangan UMKM dan digitalisasi perpustakaan.



Gambar 14. Kunjungan ke Murdoch University

Sumber: (Puro Mangkunegaran, 2022)

Pada masa kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro X banyak event terselenggara di lapangan Puro Mangkunegaran, tidak hanya event kebudayaan tetapi terdapat event olahraga, kuliner, dan konser yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Beberapa event yang diadakan oleh Mangkunegaran atau event yang bekerjasama dengan Mangkunegaran adalah Satu Dalam Cita, Mangkunegaran Garden Orchestra, Mangkunegaran Run in Solo, Festival Musik dan Kuliner Laras Hati, dan Hanebu Sauyun Cap Go Meh.

1) Sudamala : Dari Epilog Calonarang

Satu dalam Cita diadakan pada tanggal 23-25 Juni 2023 yang berlokasi di Puro Mangkunegaran. Satu Dalam Cita merupakan event yang diadakan dalam rangka mengusung nilai – nilai keberagaman dan tradisi dengan adanya kemajemukan masyarakat di Kota Surakarta. Event ini merupakan kolaborasi antara Bank BCA, Puro Mangkunegaran, Katadata, dan Titimangsa. Dalam event ini dibagi menjadi beberapa kegiatan, yaitu Pasar Kangen, Royal Heritage Dinner, Sudamala Tour, Lokakarya Kesenian, dan Ruwat Bumi Puro Mangkunegaran. Event ini didukung oleh Pemerintah Kota Surakarta, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Siberkreasi, dan Kominfo dengan persiapan acara selama kurang lebih dua bulan.



Gambar 15. Event Sudamala: Dari Epilog Calonarang

Sumber: [instagram.com/reksapustaka/](https://www.instagram.com/reksapustaka/)

2) Mangkunegaran Garden Orchestra

Event ini merupakan kolaborasi antara Puro Mangkunegaran bersama PT KAI (Persero), KAI Commuter dan Bank Mandiri dengan menyelenggarakan Mangkunegaran Garden Orchestra untuk mendukung ekonomi lifestyle dalam penggunaan transportasi publik. Inovasi KAI Commuter dalam mengembangkan teknologi layanan untuk penumpang adalah aplikasi C-Access dan

peluncuran aplikasi Access by KAI oleh PT kereta Api (Persero). Kolaborasi oleh KAI Commuter dengan Puro Mangkunegaran ini dilakukan dengan menyelenggarakan orkestra oleh Twilite Orchestra dengan konduktor Indonesia yaitu Addie MS dengan tema Mangkunegaran Garden Orchestra. Kolaborasi dengan Bank Mandiri merupakan faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.



Gambar 16. Mangkunegaran Garden Orchestra
Sumber: (Nasution, 2024)

3) Mangkunegaran Run in Solo

Mangkunegaran Run in Solo merupakan rangkaian hari jadi atau Adegung Puro Mangkunegaran ke-267 tahun. Mangkunegaran Run in Solo memiliki misi dalam memotivasi masyarakat untuk berolahraga dan mempromosikan olahraga lari sebagai salah satu gaya hidup yang sehat. Selain untuk kesehatan, Mangkunegaran Run in Solo bertujuan untuk mempromosikan dan melestarikan budaya Jawa. Event ini diselenggarakan pada tanggal 26-27 April 2024 yang berlokasi di pendopo Puro Mangkunegaran. Persiapan event ini dilakukan selama kurang lebih tiga bulan. Event ini didukung oleh Permata Bank dan dikelola oleh sisi by Katadata dan Pandarasports.



Gambar 17. Mangkunegaran Run in Solo 2023
Sumber: (Humas Jateng, 2023)

4) Festival Musik dan Kuliner Laras Hati

Event Festival Musik dan Kuliner Laras Hati merupakan salah satu rangkaian hari jadi atau Adegung Puro Mangkunegaran ke-267 tahun. Event ini berbentuk booth – booth festival kuliner yang menyajikan sajian menu 10 kuliner favorit keluarga Puro Mangkunegaran dan puluhan jenis kuliner dari UMKM. Serangkaian acara Adegung Puro Mangkunegaran ke-266 ini adalah sebagai jembatan dengan tujuan untuk memperkenalkan budaya Jawa khususnya Puro Mangkunegaran kepada masyarakat Indonesia dan mancanegara. Festival ini merupakan kerjasama antara Puro

Mangkunegaran, Katadata Indonesia, dan Yayasan DNC. Puro Mangkunegaran juga bekerja sama dengan Waste 4 Change sebagai mitra manajemen sampah. Event ini didukung oleh Pemerintah Kota Surakarta dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta.



Gambar 18. Festival Musik dan Kuliner Laras Hati 2023
Sumber: (Wicaksono, 2023)

5) Hanebu Sauyun Cap Go Meh

Hanebu Sauyun Cap Go Meh merupakan event kebudayaan hasil akulturasi Jawa dan Tioghoa sebagai bagian dari peringatan Tingalan Wiyosan Jumenengan Dalem KGPAA Mangkunagoro X yang kedua. Puro Mangkunegaran berkolaborasi bersama Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia Komite Tiongkok. Pada event ini terbagi menjadi beberapa agenda kegiatan, seperti Mangkunegaran Makan – Makan, Lokakarya Meramu Teh, Pertunjukan Wayang Potehi, dan Royal Golden Dinner Cap Go Meh. Agenda Mangkunegaran Makan – Makan ini diinisiasi oleh KGPAA Mangkunagoro X sebagai wadah bagi usaha lokal untuk masyarakat dan memberdayakan abdi dalem dalam naungan Puro Mangkunegaran. Serangkaian agenda kegiatan dari event Hanebu Sauyun Cap Go Meh bermaksud untuk lebih mendekatkan dengan masyarakat sehingga masyarakat mengenal potensi kebudayaan Jawa dan dapat melestarikan. Alokasi dana dari terselenggaranya event ini adalah dana kolaborasi antara Puro Mangkunegaran dan Kadin Indonesia Komite Tiongkok.

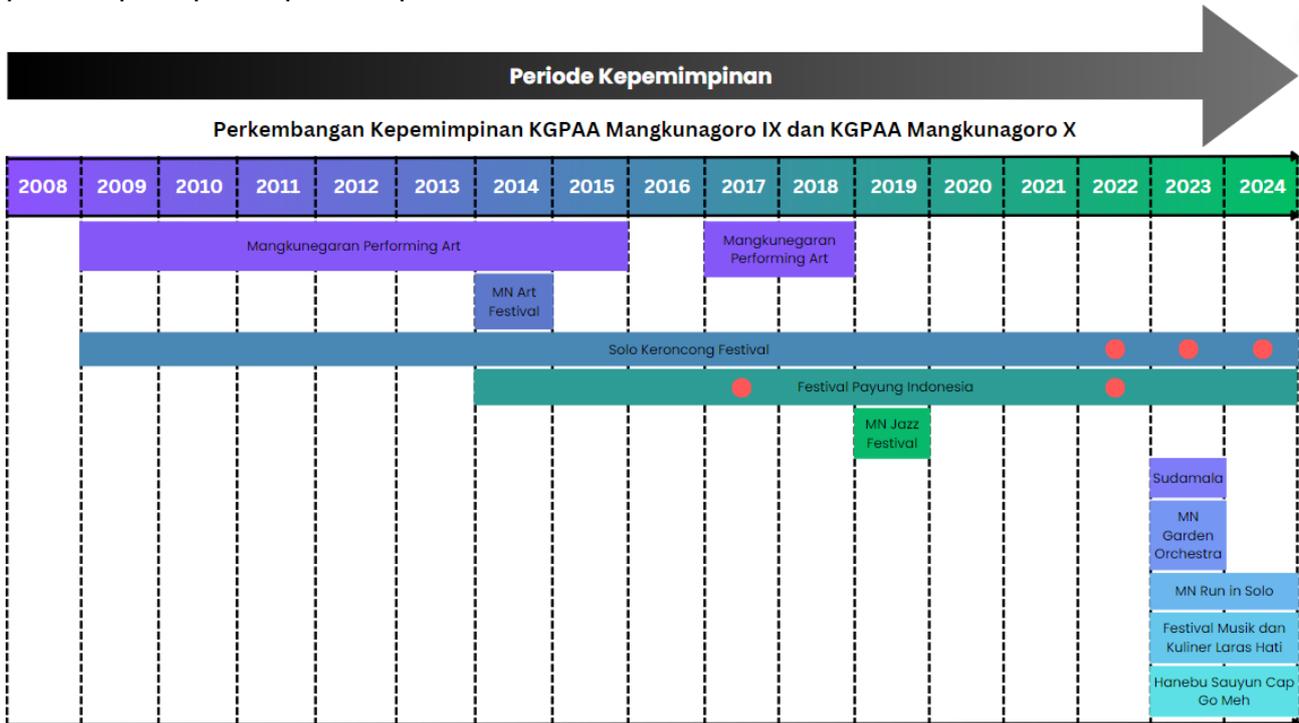


Gambar 19. Hanebu Sauyun Cap Go Meh 2024
Sumber: (Maulani, 2024)

C. Kajian Lintas Periode

Kajian lintas periode yang dibahas dalam subbab ini berfokus pada satu linimasa yaitu antara tahun 2008 – 2024 dimana pada tahun tersebut adalah pembentukan dan penerapan *city branding* Kota Surakarta. Dalam linimasa tersebut terdapat dua kepemimpinan di Puro Mangkunegaran, yaitu KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X. Berbagai event yang telah digelar pada

kedua kepemimpinan telah bekerja sama dengan berbagai stakeholder, yaitu pemerintah dan swasta. Kajian lintas periode kepemimpinan dapat dilihat pada Gambar 16.



Gambar 20. Kajian Lintas Periode Kepemimpinan

Kerjasama antara Puro Mangkunegaran dan Pemerintah Kota Surakarta memiliki hubungan yang baik karena keduanya saling membantu apabila terdapat event yang digelar di Kota Surakarta. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta mendukung event atau program yang digelar oleh Mangkunegaran dalam bentuk mempromosikan program dan event Puro Mangkunegaran, seperti kirab satu suro, tingalan jumenengan, dan acara lainnya, membantu live streaming saat pandemi, dan terdapat beberapa acara yang digelar oleh pemerintah kota diarahkan ke Puro Mangkunegaran seperti event nasional.

Dalam pelaksanaan event atau acara yang digelar oleh Pemerintah Kota Surakarta seringkali berlokasi di Puro Mangkunegaran. Banyak dari event tersebut sudah digelar saat kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan dilanjutkan ke kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro X. Event yang dihentikan karena keterbatasan dana dan belum mampu secara mandiri untuk mengalokasikan dana. Pada masa kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX, event dan acara yang diselenggarakan mayoritas diinisiasi oleh pemerintah kecuali Mangkunegaran Jazz Festival, yang secara langsung diinisiasi oleh GPH Bhre Cakrahutomo Wira Sudjiwo. Secara keseluruhan event yang diselenggarakan oleh Puro Mangkunegaran dan berlokasi di Puro Mangkunegaran dapat menarik minat para wisatawan, tidak hanya wisatawan lokal tetapi juga wisatawan mancanegara. Seperti contohnya event Sudamala: Dari Epilog Calonarang yang merupakan kolaborasi antara Bank BCA, Puro Mangkunegaran, Katadata, dan Tiimangsa. Sementara untuk event Mangkunegaran Run in Solo, Festival Musik dan Kuliner Larashati, dan Hanebu Sauyun Cap Go Meh merupakan event yang direncanakan akan menjadi event tahunan yang diinisiasi oleh Puro Mangkunegaran. Adanya peningkatan antusiasme wisatawan dalam berkunjung dan banyaknya sponsor yang bekerjasama merupakan salah satu

keberhasilan Puro Mangkunegaran dalam penyelenggaraan event.

D. Perbandingan Perkembangan Kepemimpinan Hasil Temuan dengan Proposisi

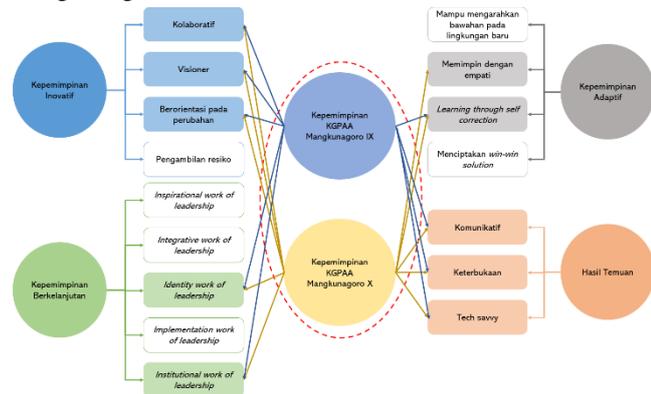
Berdasarkan ketiga proposisi penelitian dilakukan analisis pencocokan pola terhadap hasil temuan di lapangan. Hasil pencocokan pola dilakukan konfirmasi kepada responden. Hasil yang didapatkan adalah terdapat kesamaan dimensi kepemimpinan apabila dibandingkan dengan proposisi penelitian. Namun terdapat beberapa penambahan dimensi kepemimpinan, yaitu komunikatif, keterbukaan, dan *tech savvy* (lihat Gambar 20.). Adanya penambahan selama survei lapangan menambah variasi dimensi kepemimpinan yang dipakai oleh kedua pemimpin.



Gambar 21. Model Kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X

Berdasarkan hasil analisis pencocokan pola antara hasil temuan dengan proposisi penelitian dapat dijelaskan bahwa terdapat perkembangan kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X. Perkembangan kepemimpinan yang terjadi antara KGPAA

Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X adalah KGPAA Mangkunagoro X menerapkan model kepemimpinan adaptif, yaitu memimpin dengan empati yang sebelumnya tidak ada pada kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX.



Gambar 22. Hasil Pencocokan Pola Perkembangan Hasil Temuan dan Proposisi

Berikut merupakan uraian dari masing – masing dimensi kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X.

1) *Kolaboratif*

Dimensi kolaboratif yang dilakukan oleh KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X adalah melakukan kerjasama dengan berbagai pihak. Kerjasama tersebut berupa penelitian naskah dan sejarah karya seni, penyelenggaraan event, desain dan arsitektur, pemanfaatan teknologi, pengembangan UMKM dan digitalisasi perpustakaan, melakukan promosi kebudayaan. Kontribusi Puro Mangkunegaran dalam bidang kebudayaan dan pariwisata turut serta mendongkrak *city branding* Kota Surakarta yaitu *Solo the Spirit of Java*.

2) *Visioner*

KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X memiliki visi yang jelas dan telah disampaikan kepada staffnya. Kedua pemimpin Puro Mangkunegaran memiliki visi yang relatif sama yaitu melestarikan kebudayaan Jawa khususnya Puro Mangkunegaran. Pada masa kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX memiliki visi yaitu melestarikan dan mengembangkan kebudayaan Jawa yang bersumber dari Puro Mangkunegaran dengan misi membawa kemakmuran. Sementara pada masa kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro X memiliki visi, yaitu melestarikan, mengembangkan, dan memanfaatkan kebudayaan jawa untuk kepentingan Puro Mangkunegaran. Selain itu KGPAA Mangkunagoro X menjelaskan visinya bahwa Puro Mangkunegaran merupakan rumah bagi kebudayaan Nusantara, yang artinya tidak hanya kebudayaan Jawa, tetapi Puro Mangkunegaran tidak menutup mata dengan adanya kebudayaan lain.

3) *Berorientasi pada perubahan*

Pemimpin Puro Mangkunegaran, KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X terus melakukan perubahan seiring dengan perkembangan jaman. KGPAA Mangkunagoro IX melakukan pelestarian kebudayaan khususnya kesenian tari karena kecintaannya pada seni tari. KGPAA Mangkunegoro IX menghasilkan banyak tarian yang menjadikan perkembangan tarian khas Mangkunegaran semakin berkembang. Sementara untuk KGPAA Mangkunagoro X melakukan perubahan paling besar yaitu merevitalisasi taman – taman terbengkalai di area

Puro Mangkunegaran menjadi taman dan bangunan Pracima Tuin. Bangunan ini difungsikan sebagai wadah interaksi untuk masyarakat.

4) *Identity work of leadership*

Dimensi ini merupakan sikap kolaborasi antara pemimpin Puro Mangkunegaran dengan para stakeholder yang bekerja sama. Pada studi kasus KGPAA Mangkunegoro IX melakukan kerjasama dengan Pemerintah Kota Surakarta melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta. Kerjasama yang dilakukan adalah penyelenggaraan event tradisi dan budaya. Sementara itu terdapat kerjasama dengan Pemerintah Kota Surakarta terkait peminjaman tempat di Puro Mangkunegaran untuk event besar di Kota Surakarta, yaitu Solo Keroncong Festival dan Festival Payung Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan penyelenggaraan acara tersebut dilakukan secara tahunan.

5) *Institutional work of leadership*

Pengaplikasian visi secara jangka panjang dilakukan oleh KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X kepada semua elemen masyarakat Puro Mangkunegaran. Pengimplementasian visi secara jangka panjang seperti menyelenggarakan latihan karawitan yang diadakan setiap hari Sabtu. Selain itu, visi diaplikasikan kepada para pegawainya. Setiap hari Rabu para pegawai diharuskan menggunakan busana Jawa. Dalam implementasi salah satu visinya dalam mencerdaskan masyarakat melalui kebudayaan, Kawedanan Rekso Pustoko melakukan pelestarian dan merawat koleksi – koleksi kuno. Sementara itu untuk visi terkait pariwisata dilakukan perawatan bangunan, inovasi pariwisata dan tata kelola pariwisata sehingga kegiatan pariwisata di Puro Mangkunegaran tetap nyaman dan eksis bagi masyarakat untuk berkunjung kembali.

6) *Memimpin dengan empati*

Dimensi ini dimaksudkan dengan mampu menerima segala pendapat dan masukan sehingga dapat memperkaya solusi untuk menghadapi hambatan dan tantangan. Pemimpin Puro Mangkunegaran sering menanyakan kabar dan kondisi para pegawainya. Selain itu pemimpin Puro Mangkunegaran juga sering keliling dan mendatangi kantor kawedanan sehingga pegawainya merasa sangat senang mendapat perhatian dari pemimpinnya. Hal ini yang menimbulkan rasa kepedulian pada diri seorang pemimpin kepada bawahannya.

7) *Learning through self correction*

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan daeri tahun 2018-2022 terlihat selama kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X. Selain itu, dilakukannya perawatan dan revitalisasi bangunan agar lebih tertata dan membuat nyaman pengunjung. Penyelenggaraan event yang dilakukan di lapangan Pamedan Puro Mangkunegaran tidak hanya event kebudayaan, event lain pun diperbolehkan. Hal ini semakin menambah nilai positif bagi Puro Mangkunegaran untuk semakin mudah melakukan kerjasama.

8) *Komunikatif*

Dimensi komunikatif sangat penting dimiliki bagi seorang pemimpin dalam melakukan kerjasama dengan pihak lain. Komunikasi dilakukan secara eksternal dan internal. Komunikasi eksternal dilakukan pemimpin saat melakukan kesepakatan dengan stakeholder, seperti dalam penyelenggaraan workshop, festival, simposium internasional, studi banding, pameran kereta, pagelaran wayang kulit, digitalisasi arsip kuno, penyelenggaraan event

– event non kebudayaan, dan konser. Komunikasi internal dilakukan untuk dengan

9) *Keterbukaan*

KGPAA Mangkunagoro IX telah membuka Puro Mangkunegaran apabila dibandingkan dengan Keraton Kasunanan Surakarta. Namun seiring berjalannya waktu, KGPAA Mangkunagoro X lebih mengembangkan Puro Mangkunegaran dengan menghadirkan banyak inovasi wisata. Tidak hanya secara fisik bangunan yang diperhatikan namun juga tata kelola pariwisata. Keterbukaan ini yang mengundang para stakeholder lain untuk melakukan kerjasama dengan Puro Mangkunegaran karena lebih mudah untuk diajak bekerja sama.

10) *Tech Savvy*

Pada masa akhir kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX telah melakukan pembuatan website dan akun media sosial instagram. Lalu dilanjutkan oleh KGPAA Mangkunagoro X untuk mengembangkan akun media sosial agar lebih menarik perhatian dan minat wisatawan dengan konten – konten yang edukatif dan menarik. Penggunaan website resmi digunakan untuk memberikan informasi kegiatan dan sejarah Puro Mangkunegaran. Informasi yang dibagikan Puro Mangkunegaran lebih mudah dijangkau masyarakat luas tidak hanya masyarakat Kota Surakarta.

E. *Pembahasan Implikasi Kebijakan*

Beragam hasil temuan pada penelitian ini memberikan implikasi kebijakan kepada Pemerintah Kota Surakarta, pihak swasta, akademisi, serta masyarakat. Berikut merupakan implikasi kebijakan pada masing – masing stakeholder. Hasil dari implikasi kebijakan diperoleh melalui hasil wawancara dengan informan terkait.

1) *Pemerintah*

- Penetapan kebijakan dalam rangka pengembangan dan penguatan *city branding Solo the Spirit of Java*.
- Dukungan revitalisasi bangunan Puro Mangkunegaran.
- Kerjasama dengan berbagai instansi dalam pengembangan ekonomi kreatif, pariwisata, dan penyelenggaraan event kebudayaan.

2) *Swasta*

- Mendukung program pemerintah terkait pengembangan kepariwisataan, pelestarian kebudayaan, dan ekonomi kreatif.
- Menerapkan unsur kebudayaan dalam penyelenggaraan event non budaya.
- Investasi dalam pelestarian Puro Mangkunegaran.

3) *Akademisi*

- Integrasi dan kolaborasi diantara para stakeholder dalam meningkatkan potensi perkotaan melalui budaya dan pariwisata.
- Melakukan riset dan mengembangkan kajian terkait dampak pariwisata dan teknologi terhadap *city branding*.
- Memberikan usulan terkait kebijakan *city branding* dan destinasi potensial yang dapat dikembangkan dengan melihat segala aspek

4) *Praktek Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata*

- Kebijakan yang mendukung peran pemimpin institusi budaya membantu memperkuat identitas kota sebagai destinasi wisata budaya

- Kebijakan yang melibatkan pemimpin budaya mendorong kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan komunitas lokal dalam strategi *city branding*
- Inklusi pemimpin budaya dalam *city branding* memastikan bahwa strategi branding kota lebih relevan dan mencerminkan nilai-nilai lokal

5) *Masyarakat*

- Keterlibatan masyarakat dalam mendukung pengembangan *city branding* dengan meningkatkan rasa kebanggaan dan rasa memiliki terhadap identitas kota.
- Peluang dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal di sektor perdagangan, pariwisata dan industri kreatif melalui acara UMKM yang diselenggarakan.
- Ikut serta dan berkontribusi dalam mempertahankan tradisi, nilai – nilai lokal, dan warisan budaya yang dimiliki sebagai potensi kota.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki fokus pada dinamika kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X dalam peningkatan *city branding* Kota Surakarta. Kota Surakarta memiliki *city branding* berupa “Solo the Spirit of Java” yang ditetapkan sejak tahun 2008. Upaya Pemerintah Kota Surakarta untuk meningkatkan kunjungan wisatawan adalah penguatan *city branding* Kota Surakarta melalui peran institusi budaya, salah satunya adalah Puro Mangkunegaran.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, keberhasilan *city branding* Kota Surakarta dilihat melalui beberapa penghargaan di bidang pariwisata yang diperoleh, salah satunya adalah *Indonesia Tourism Award 2010* dan *Indonesian MICE Award 2019*. Selain itu, diperkuat dengan pernyataan Pemerintah Kota Surakarta bahwa Puro Mangkunegaran mendapatkan predikat sebagai destinasi favorit untuk wisatawan mancanegara yang mengunjungi Indonesia. Selama beberapa tahun sejak pergantian kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX ke KGPAA Mangkunagoro X mengalami perkembangan yang positif, diketahui adanya peningkatan perjalanan wisata ke Kota Surakarta yang salah satunya merupakan kontribusi Puro Mangkunegaran. Perkembangan kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X ditandai dengan pencocokan pola antara hasil temuan dan proposisi penelitian. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa terdapat perkembangan dimensi kepemimpinan yang diimplementasikan oleh KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X. Dimana dalam hasil temuan kepemimpinan kedua pemimpin Puro Mangkunegaran tersebut mengalami perkembangan yang melahirkan kepemimpinan transformasional, meliputi kepedulian, keterbukaan, dan *tech savvy*. Apabila dibandingkan dengan kedua kepemimpinan tersebut terdapat perkembangan model kepemimpinan yang teridentifikasi, yaitu memimpin dengan empati. KGPAA Mangkunagoro X menggunakan dimensi memimpin dengan empati yang ditandai dengan mengunjungi kantor – kantor kawedanan di Puro Mangkunegaran serta menanyakan kondisi dan kabar para pegawainya. Hal ini menunjukkan rasa kepedulian seorang pemimpin terhadap bawahannya.

Penelitian ini memiliki kekurangan yang dapat disempurnakan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini

memiliki keterbatasan akses untuk melakukan wawancara kepada narasumber utama maka akan lebih baik apabila dapat langsung mengambil data kepada narasumber utama dan dapat menggunakan proposisi penelitian yang berbeda agar penelitian lebih bervariasi dan menarik.

<https://puromangkunegaran.com/misi-kebudayaan-internasional-puromangkunegaran/>

- [22] Triadi, "Festival Payung Indonesia 2023," 2023. <https://d6.kememparekraf.go.id/?p=7897>
- [23] Puro Mangkunegaran, "Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Aryo Mangkunagoro X," *Official Website Puro Mangkunegaran*, 2022. <https://puromangkunegaran.com/kanjeng-gusti-pangeran-adipati-aryo-mangkunagoro-x-2022-sekarang/>.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Braun, M. Kavaratzis, and S. Zenker, "My City - My Brand: The Different Roles of Residents in Place Branding," *J. Place Manag. Dev.*, vol. 6, no. 1, pp. 18–28, 2013, doi: 10.1108/17538331311306087.
- [2] K. Dinnie, *City Branding: Theory and Cases*. 2011. doi: 10.1057/9780230294790.
- [3] H. Mustika, "Peran Serta Stakeholder dalam Membentuk City Branding The Spirit of Java di Jalan Slamet Riyadi Kota Surakarta," *J. Pembang. Wil. dan Kota*, vol. 13, no. 1, pp. 67–82, 2017.
- [4] A. A. Sukmaraga and A. Nirwana, "City Branding : Sebuah Tinjauan Metodologis Dengan Pendekatan Elaboratif, Praktis, dan Ilmiah," *J. Art, Des. Art Educ. Cult. Stud.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–19, 2016.
- [5] A. Vanolo, "The Image of the Creative City: Some Reflections on Urban Branding in Turin," *Cities*, vol. 25, no. 6, pp. 370–382, 2008, doi: 10.1016/j.cities.2008.08.001.
- [6] C. Pugh and E. H. Wood, "the Strategic Use of Events Within Local Government: a Study of London Borough Councils," *Event Manag.*, vol. 9, no. 1, pp. 61–71, 2008, doi: 10.3727/1525995042781093.
- [7] M. Antara and M. Vairagya, "Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inspirasi Inovasi Industri Kreatif," *Desain Komun. Vis. Sekol. Tinggi Desain Bali*, p. 2, 2018.
- [8] Bappeda, "Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021-2026," Surakarta, 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750><https://doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><http://dx.doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><https://doi.org/10.1016/j.ridd.2020.103766><https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1689076><https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750>
- [9] Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, "Laporan Akhir Kajian Analisis Belanja Wisatawan Kota Surakarta Tahun 2022," pp. 1–171, 2022.
- [10] Diskominfo SP Kota Surakarta, "Mengenal Makna Logo Baru "Solo The Spirit of Java"," *Pemerintah Kota Surakarta*, 2022.
- [11] Bambang Widodo, "STRATEGI PENCITRAAN KOTA (CITY BRANDING) BERBASIS KEARIFAN LOKAL (Studi Kasus di Kota Solo, Jawa Tengah dan Kabupaten Badung, Bali)," *J. Komun. Profetik*, vol. 7, no. 2, pp. 33–44, 2014.
- [12] Bappeda, "Penyusunan Laporan Monitoring Dan Evaluasi City Branding Kota Surakarta," Surakarta, 2022. [Online]. Available: <http://jurnal-bengawansolo.org/index.php/jbs/article/view/16><https://jurnal-bengawansolo.org/index.php/jbs/article/download/16/28>
- [13] S. S. P. Y. Putri and A. Marsoyo, "Prospek Destinasi Pariwisata di Kota Surakarta," vol. 24, pp. 74–86, 2023.
- [14] R. K. Yin, *Case Study Research and Applications Sixth Edition*, no. Mi. 2017.
- [15] R. D. Nur'aini, "Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku," *INERSIA Informasi dan Ekspose Has. Ris. Tek. Sipil dan Arsit.*, vol. 16, no. 1, pp. 92–104, 2020, doi: 10.21831/inersia.v16i1.31319.
- [16] D. Desfitawarni, S. Syamsurizaldi, and F. Fatimah, "Kepemimpinan Inovatif Walikota Payakumbuh Dalam Membangun City Branding "Payakumbuh, the City of Randang,"" *Kolaborasi J. Adm. Publik*, vol. 8, no. 2, pp. 138–155, 2022, doi: 10.26618/kjap.v8i2.7751.
- [17] Putri, Kismartini, and A. Z. Rahman, "Kepemimpinan Berkelanjutan Dalam Revitalisasi Kota Lama Semarang Tahap 1," *J. Public Policy Manag. Rev.*, vol. 10, no. 3, pp. 10–11, 2021.
- [18] D. Pitriyanti, "Kepemimpinan Ridwan Kamil Di Kota Bandung Tahun 2013-2018 : Kajian Inovasi Kebijakan Kepemimpinan Adaptif," *J. Polit. Gov. Stud.*, vol. 8, no. 2, pp. 101–110, 2018, [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/23561>
- [19] N. Setiawan, "Eksistensi Perempuan dalam Tari Masa Mangkunegara IX Bercermin pada Tari Bedhaya Anglir Mendhung dan Bedhaya Suryasumirat," *J. Wan. dan Kel.*, vol. 1, no. 1, pp. 7–15, 2020, doi: 10.22146/jwk.765.
- [20] Puro Mangkunegaran, "Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Aryo Mangkoenagoro IX (1998-2021)," *Official Website Puro Mangkunegaran*, 2017. <https://puromangkunegaran.com/kanjeng-gusti-pangeran-arya-adipati-mangkunegara-ix-1998-sekarang/>
- [21] Puro Mangkunegaran, "Misi Kebudayaan Internasional Puro Mangkunegaran," *Official Website Puro Mangkunegaran*, 2022.