
Governance Event SIPA dan Pengaruhnya terhadap Citra Kota: Studi Pentahelix pada Branding Solo “The Spirit of Java”

Andryanto Perdana Putra^{1✉}, Prahastiwi Utari², Eka Nada Shofa Alkhajar³

^{1,2,3}Universitas Sebelas Maret

Correspondence Author: dimasandre2609@gmail.com[✉]

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana tata kelola penyelenggaraan Solo International Performing Arts dijalankan melalui model pentahelix serta bagaimana kolaborasi tersebut memengaruhi citra Kota Solo sebagai “The Spirit of Java.” SIPA sebagai festival seni pertunjukan internasional telah menjadi instrumen strategis dalam upaya event-led place branding Kota Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dokumentasi, dan analisis konten media digital. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling yang melibatkan lima aktor utama pentahelix: pemerintah, akademisi, komunitas, pelaku bisnis/UMKM, dan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa governance SIPA telah menerapkan model pentahelix secara efektif, ditandai dengan pembagian peran yang jelas dan kolaborasi yang harmonis antar-aktor. Pemerintah berperan sebagai fasilitator, akademisi sebagai penguat autentisitas budaya, komunitas sebagai penggerak produksi acara, UMKM sebagai pendukung ekonomi kreatif melalui SIPA Urban Market, dan media sebagai penyebar narasi kota. Tata kelola kolaboratif ini menghasilkan proses co-creation branding yang memperkuat identitas Solo sebagai kota budaya. Selain itu, SIPA memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan eksposur pariwisata, pemberdayaan ekonomi kreatif lokal, serta penguatan reputasi kota dalam jejaring budaya internasional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pentahelix governance berperan penting dalam keberhasilan SIPA sebagai alat city branding yang berkelanjutan. Temuan ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan strategi tata kelola event budaya di masa mendatang.

Kata Kunci: SIPA, pentahelix, governance, city branding, The Spirit of Java, event budaya.

Submitted	: 1 October 2025
Revised	: 7 November 2025
Acceptance	: 29 December 2025
Publish Online	: 21 January 2026

Pendahuluan

Kota Surakarta (Solo) selama ini menjadikan budaya Jawa sebagai salah satu fondasi utama dalam membangun identitas kotanya. Melalui branding “Solo: The Spirit of Java”, pemerintah kota ingin menonjolkan citra Solo sebagai kota yang kaya akan tradisi, kreatif, dan berwawasan global. Salah satu instrumen strategis dalam memperkuat brand kota tersebut adalah event budaya berskala internasional yaitu Solo International Performing Arts (SIPA). SIPA tidak sekadar ajang pertunjukan seni, tetapi juga menjadi sarana diplomasi budaya, kolaborasi multi-aktor, dan promosi pariwisata kota ([Muktiyo et al., 2018](#)).

Dalam penyelenggaraan SIPA, berbagai pemangku kepentingan lokal turut berpartisipasi: pemerintah kota (melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan), komunitas seni (SIPA Community), akademisi (misalnya Institut Seni Indonesia Surakarta), dan sektor bisnis / UMKM (melalui SIPA Urban Market) serta media. Pemerintah Kota Surakarta menyatakan bahwa dukungan lintas lembaga ini memperkuat ekosistem kolaboratif festival dan mendorong manfaat sosial-ekonomi ([Terrensia, Aidah, Aulia, Desiva, Lusi, Erwinda, 2024](#)).

Kota Surakarta atau Solo selama dua dekade terakhir terus menguatkan identitasnya sebagai kota budaya melalui slogan “Solo The Spirit of Java”. Dalam konteks city branding modern, event budaya dan pariwisata menjadi instrumen strategis untuk membangun persepsi publik, memperkuat identitas lokal, dan meningkatkan daya saing kota. Penelitian global menegaskan bahwa event memiliki kemampuan untuk menciptakan pengalaman emosional yang menanamkan nilai-nilai brand daerah, experiential events dapat membentuk kedekatan emosional antara publik dan identitas tempat tersebut. Temuan ini relevan dengan berbagai event besar di Solo seperti Solo Batik Carnival, Mangkunegaran Jazz Festival, maupun rangkaian Grebeg budaya yang menjadi kanal representasi citra kota ([Cristófol et al., 2021](#)).

Sejalan dengan itu, literatur lain menunjukkan bahwa event, termasuk skala kecil, dapat menjadi sarana efektif membangun citra kota apabila narasi dan visual yang digunakan konsisten di media sosial ([Taberner & Juncà, 2021](#)). Kota Solo yang aktif mempromosikan kegiatan budaya melalui kanal digital pemerintah maupun komunitas, menghadapi tantangan dalam memastikan konsistensi narasi branding “Spirit of Java” agar terbaca oleh publik secara kohesif. Inkonsistensi narasi ini berpotensi melemahkan efektivitas persepsi publik terhadap identitas budaya kota.

Pada saat yang sama, festival budaya mempunyai peran signifikan dalam memperkuat brand heritage karena mampu menonjolkan simbol identitas lokal yang melekat pada suatu kota ([Kádár & Klaniczay, 2022](#)). Solo, dengan warisan budaya Jawa yang kuat, memiliki peluang besar menjadikan event sebagai ruang representasi simbolik yang memperkuat positioning-nya sebagai pusat budaya Jawa. Namun, belum banyak penelitian yang menilai bagaimana tata kelola event budaya (governance event) di Solo berperan dalam mengkomunikasikan makna-makna budaya tersebut secara efektif.

Lebih jauh, beberapa studi menunjukkan bahwa proses branding kota bukan hanya produk pemerintah, tetapi merupakan hasil kolaborasi berbagai aktor lokal. Branding kota bersifat desentralistik, di mana komunitas, media, pelaku budaya, dan sektor bisnis turut membentuk narasi kota melalui aktivitas mereka masing-masing ([Björner & Aronsson, 2022](#)). Temuan ini menguatkan argumen bahwa model Pentahelix – meliputi pemerintah, akademisi, komunitas, bisnis, dan media – sangat relevan untuk dianalisis dalam konteks penyelenggaraan event budaya di Solo. Tanpa koordinasi yang

baik antaraktor ini, citra kota berpotensi terbentuk secara parsial dan tidak konsisten.

Selain itu, aspek inklusivitas juga menjadi isu penting dalam studi place branding kontemporer. Daldanise pada tahun 2020 menekankan pentingnya legitimasi dan inklusivitas bagi keberhasilan sebuah brand kota, terutama dalam masyarakat yang beragam secara sosial dan budaya. Solo sebagai kota budaya yang heterogen perlu memastikan bahwa event sebagai representasi citra kota mewakili berbagai kelompok sosial, bukan hanya segmen tertentu. Hal ini menjadi salah satu tantangan governance event dalam menjaga keberlanjutan citra kota (Daldanise, 2020).

Dari sisi dinamika ruang kota, Hanna et al. (2021) menjelaskan bahwa event budaya berperan dalam mendorong urban regeneration (Hanna et al., 2021), di mana branding kota dan revitalisasi ruang publik saling memperkuat. Temuan tersebut relevan dengan berbagai perubahan ruang di Solo, seperti revitalisasi koridor budaya dan kawasan cagar budaya, yang sering dijadikan lokasi event. Namun, belum ada kajian mendalam mengenai bagaimana governance event berkontribusi pada pembentukan citra ruang kota Solo dalam kerangka branding "The Spirit of Java".

Dalam perspektif tata kelola (governance), kolaborasi ini dapat dilihat sebagai manifestasi pentahelix, yakni sinergi antara pemerintahan, komunitas / masyarakat, akademisi, bisnis, dan media. Model pentahelix sangat relevan dalam konteks event-led city branding karena memungkinkan nilai-nilai lokal dikomunikasikan secara autentik serta memperkuat legitimasi dan keberlanjutan event sebagai bagian dari strategi pembangunan kota (Walenta et al., 2024).

Namun, keberhasilan sebuah event budaya tidak semata-mata ditentukan oleh kualitas pertunjukan, tetapi juga oleh bagaimana tata kelola governance event tersebut dirancang dan dijalankan. Dalam kajian pengelolaan destinasi dan event, model pentahelix governance sering digunakan untuk menjelaskan kolaborasi antara lima elemen kunci, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku bisnis/UMKM, komunitas/masyarakat, dan media. Model ini menekankan bahwa keberhasilan branding kota hanya dapat dicapai melalui sinergi lintas sektor, bukan hanya tindakan pemerintah semata. Björner & Aronsson (2022) menegaskan bahwa dalam kota-kota budaya berukuran menengah, narasi identitas kota dibangun secara kolektif oleh berbagai aktor melalui proses co-creation (Björner & Aronsson, 2022).

Dalam konteks Surakarta, kolaborasi pentahelix terlihat dalam penyelenggaraan SIPA: Pemerintah melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menyediakan dukungan kebijakan, pendanaan, dan fasilitas ruang publik; komunitas seni seperti SIPA Community berperan dalam kurasi dan produksi pertunjukan; akademisi dari ISI Surakarta serta lembaga pendidikan lain terlibat dalam riset, desain program, dan pembangunan kapasitas; UMKM lokal berpartisipasi melalui SIPA Urban Market yang menampilkan produk budaya dan kuliner khas; sementara media lokal dan nasional berperan memperkuat eksposur publik melalui liputan dan promosi digital. Dengan demikian, SIPA merupakan contoh nyata implementasi governance pentahelix dalam konteks event budaya.

Walaupun demikian, kajian akademik mengenai bagaimana governance SIPA berkontribusi terhadap citra kota Solo masih terbatas. Penelitian sebelumnya umumnya menyoroti aspek promosi budaya atau diplomasi budaya (Wiyana et al., 2018), tetapi belum mengkaji secara mendalam struktur tata kelola event, distribusi peran antar aktor pentahelix, serta dampak kolaborasi tersebut terhadap public image kota. Padahal menurut Herezniak dan Marta pada tahun 2017, efektivitas place branding sangat dipengaruhi sejauh mana aktor-aktor lokal memiliki peran dalam pembangunan narasi

dan pengalaman kota ([Hereźniak, 2017](#)).

Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana governance SIPA sebagai event budaya internasional dikelola melalui pendekatan pentahelix dan bagaimana kolaborasi tersebut mempengaruhi citra Kota Solo sebagai “The Spirit of Java.” Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian event-led city branding, serta memberi rekomendasi praktis bagi pemerintah dan stakeholder dalam memperkuat tata kelola event budaya yang berkelanjutan.

Metode

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendalami proses sosial, interaksi antar aktor, dinamika kolaborasi, serta makna yang terbentuk dalam penyelenggaraan event budaya internasional, yaitu Solo International Performing Arts (SIPA). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan kompleks mengenai tata kelola event, serta pengaruhnya terhadap citra kota. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat sesuai kondisi lapangan, sehingga dapat membantu dalam memahami secara komprehensif proses dan konteks yang terjadi ([Hansen, 2020](#)).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Surakarta dengan fokus pada area yang berkaitan langsung dengan penyelenggaraan SIPA. Lokasi utama meliputi Benteng Vastenburg sebagai lokasi utama pagelaran, kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Surakarta sebagai institusi pemerintah yang mengelola event, sekretariat SIPA Community sebagai pusat kegiatan komunitas penyelenggara, area UMKM SIPA Urban Market, serta media lokal yang rutin meliput SIPA. Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan selama 3 hingga 4 bulan, mencakup tahap persiapan, observasi langsung, wawancara, pengumpulan dokumentasi, dan analisis data secara mendalam.

3. Fokus Penelitian

Fokus utama penelitian ini adalah menggambarkan dan menganalisis implementasi tata kelola pentahelix dalam penyelenggaraan SIPA serta dampaknya terhadap pembangunan citra Kota Solo sebagai “The Spirit of Java.” Lebih spesifik, penelitian ini akan menelaah proses kolaborasi antar lima aktor utama, yaitu pemerintah, akademisi, komunitas, pelaku bisnis/UMKM, dan media. Selain itu, penelitian ini juga mempelajari representasi budaya dalam event serta implikasi sosial dan ekonomi yang muncul dari kolaborasi tersebut.

4. Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian terdiri dari berbagai aktor pentahelix yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyelenggaraan SIPA. Pengguna utama informasi diperoleh melalui teknik purposive sampling, yakni pemilihan informan yang dianggap paling memahami dan terlibat aktif. Informan utama mencakup pejabat dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Surakarta, staf teknis penyelenggara, akademisi yang terlibat dalam kurasi maupun riset budaya, pengurus komunitas SIPA, relawan, serta pelaku UMKM peserta pasar seni. Selain itu, pengunjung acara juga dilibatkan untuk memperoleh persepsi terkait citra kota yang terbentuk.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui empat teknik utama. Pertama, wawancara mendalam semi-terstruktur kepada informan dari lima aktor pentahelix, dengan fokus pada peran masing-masing, bentuk kolaborasi, pengalaman selama event berlangsung, serta pengaruhnya terhadap citra kota. Kedua, observasi partisipatif selama kegiatan SIPA berlangsung di lokasi utama, mencatat pola interaksi, kegiatan artistik dan manajerial, pelibatan UMKM, serta perilaku pengunjung. Ketiga, dokumentasi berupa pengumpulan data dari press release, pemberitaan media, materi promosi digital, serta arsip yang terkait. Keempat, analisis media dan eksposur digital yang meliputi berita online, artikel media massa, dan unggahan media sosial untuk mengukur narasi citra kota yang terbentuk dari berbagai platform digital.

6. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman, yang mencakup tiga proses utama. Pertama adalah reduksi data, di mana data dikelompokkan ke dalam tema-tema utama seperti peran aktor pentahelix, dinamika kolaborasi, representasi budaya, serta dampak sosial ekonomi. Kedua, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, tabel peran aktor, bagan alur kolaborasi, dan matriks hubungan antara governance dan citra kota. Ketiga, penarikan kesimpulan yang didasarkan pada pola hubungan antar-temuan serta diverifikasi melalui triangulasi sumber, teknik, dan member checking guna memastikan keabsahan dan kepercayaan data ([Yusri, 2020](#)).

7. Keabsahan Data (Trustworthiness)

Untuk menjamin kredibilitas dari hasil penelitian, dilakukan triangulasi sumber dan teknik. Data dari berbagai aktor pentahelix serta perspektif pengunjung SIPA diverifikasi melalui triangulasi sumber, sementara hasil triangulasi teknik memperkaya validitas data dengan menggabungkan wawancara, observasi, dokumentasi, dan analisis media. Selain itu, proses member checking dilakukan dengan mengkonfirmasi temuan kepada informan guna memastikan keakuratan interpretasi dan analisis penelitian.

8. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yang perlu diperhatikan. Pertama, analisis difokuskan pada event SIPA, sehingga tidak membandingkan dengan event budaya lain di Solo. Kedua, persepsi citra kota yang diperoleh bersifat subjektif dan tergantung pada pengalaman serta interpretasi informan. Ketiga, karena menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini tidak bermaksud untuk menggeneralisasi temuan, melainkan memberikan gambaran mendalam dan komprehensif mengenai proses yang terjadi dalam konteks spesifik SIPA dan kolaborasi pentahelixnya.

Hasil

Sub 1 Aceh Humanity Problem

The presentation of the research results and their discussion must be written in a single unit, after which the data on the research results are discussed in depth with citations in relevant journal articles. The writing of this section uses the usual Georgia font letters in 11 fonts and single spacing in the form of aligned left and right and the beginning of the paragraph fits into 7 letters from the left margin. Simple research data is simply narrated in the form of complete and clear sentences, while complex data is presented in the form of tables and or pictures as needed. Making/designing a table follows the format as an example. The table is made with no vertical lines (column lines)

as the format and examples be low).

1. Gambaran Umum SIPA

Solo International Performing Arts (SIPA) merupakan festival pertunjukan seni internasional tahunan yang diselenggarakan di Benteng Vastenburg, Surakarta. Sejak pelaksanaannya pertama kali, SIPA telah berkembang menjadi panggung seni berskala global yang mampu mempertemukan berbagai seniman dari berbagai negara dengan komunitas lokal, akademisi, pelaku ekonomi kreatif, dan masyarakat umum. Tema besar dari SIPA selalu berakar pada nilai-nilai budaya Jawa, yang sejalan dengan branding Kota Solo sebagai “The Spirit of Java”. Artinya, SIPA tidak hanya sebagai ajang pertunjukan seni, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam memperkuat citra kota melalui value budaya yang khas dan otentik. Keberhasilan acara ini tidak terlepas dari keberhasilan model tata kelola yang menerapkan prinsip pentahelix, dimana seluruh aktor pemerintah, akademisi, komunitas, pelaku ekonomi, dan media berperan aktif dan saling mendukung.

2. Implementasi Governance Pentahelix dalam Penyelenggaraan SIPA

Dalam penyelenggaraan SIPA, model governance pentahelix menunjukkan efektivitasnya dalam membangun kolaborasi yang kohesif antar seluruh aktor. Pemerintah bertindak sebagai koordinator, fasilitator, dan regulator, menyediakan fasilitas seperti pula venue di Benteng Vastenburg, infrastruktur pendukung, serta mengatur aspek keamanan dan perizinan. Mereka juga berperan dalam mengintegrasikan event ini ke dalam kebijakan pariwisata kota, memastikan bahwa tema dan pelaksanaan SIPA sejalan dengan positioning Solo sebagai kota budaya. Sementara itu, akademisi dari institusi seperti Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta memainkan peran vital dalam kurasi karya seni dan performa, melakukan eksplorasi tema budaya melalui riset yang mendalam, serta memberdayakan mahasiswa untuk terlibat dalam proses produksi dan pertunjukan.

3. Peran Akademisi

Peran akademisi sangat krusial dalam menjaga kualitas dan otentisitas pertunjukan. Mereka tidak hanya melakukan kurasi karya seni dan memastikan bahwa performa yang dihadirkan memiliki standar artistik dan representasi budaya yang tinggi, tetapi juga menyusun riset yang mendukung tema tahunan, serta memberikan interpretasi akademik tentang karakter khas Kota Solo sebagai kota seni dan budaya. Melalui peran ini, nilai-nilai budaya Jawa yang menjadi ciri khas kota ini dapat terinternalisasi dalam setiap aspek acara, sekaligus memperkuat identitas lokal yang autentik dan memorable di mata pengunjung dan masyarakat.

4. Peran Komunitas

Komunitas lokal memegang peranan yang paling aktif dan strategis dalam ekosistem SIPA. Mereka adalah motor penggerak utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan event, mulai dari koordinasi relawan, performer, hingga produksi artistik dan teknis. Komunitas ini juga bertindak sebagai jembatan antara pemerintah, seniman, masyarakat, dan media, membangun jejaring yang kuat baik secara lokal maupun internasional. Dengan peran ini, komunitas mampu memastikan keberlanjutan dan keberhasilan edukasi budaya, mengembangkan inovasi artistik, hingga menjaga proses

kolaborasi yang inklusif dan berkelanjutan.

5. Peran Pelaku Ekonomi Kreatif (UMKM)

Di sisi ekonomi, pelaku UMKM mendapatkan manfaat besar dari event ini. Melalui SIPA Urban Market, mereka memperoleh peningkatan omzet, memperluas jejaring dan kolaborasi, serta memperkenalkan produk budaya mereka kepada audiens lebih luas. Selain itu, event ini menjadi momentum untuk menampilkan produk-produk kerajinan, kuliner, dan fesyen berbasis budaya Jawa yang khas, sekaligus menambah kapasitas pelaku ekonomi kreatif dalam memperkuat ekosistem ekonomi lokal kota Solo. Dengan demikian, SIPA tidak hanya sebagai ajang seni dan budaya, tetapi juga sebagai platform ekonomi yang mendorong keberlanjutan usaha dan inovasi lokal.

6. Peran Media

Media, baik lokal maupun nasional, memiliki peran sentral dalam membangun narasi positif tentang kota Solo dan acara SIPA secara khusus. Melalui liputan rutin sebelum, selama, dan setelah event, media memperkuat citra kota sebagai pusat budaya Jawa yang otentik dan modern. Representasi acara di media sosial dan kanal digital lainnya membantu memperluas jangkauan branding Kota Solo, meningkatkan minat wisatawan domestik dan internasional, serta meningkatkan pencarian daring terkait SIPA dan kota Solo. Peran influencer dan kanal digital pemerintah juga turut memperkuat narasi ini sehingga engagement audience mampu meningkat tinggi dan memperlihatkan keberhasilan media dalam mengekspose event secara efektif.

7. Dampak Governance SIPA terhadap Citra Kota Solo

Secara keseluruhan, penerapan model governance pentahelix dalam SIPA memberikan dampak positif yang signifikan terhadap citra Kota Solo. Kolaborasi antar-aktor yang harmonis dan inklusif mampu memperkuat identitas budaya kota sebagai “The Spirit of Java”. Pengalaman budaya yang otentik selama event membangun ekspektasi positif dan meningkatkan eksposur pariwisata, sekaligus memperkuat citra kota sebagai destinasi seni dan budaya yang modern dan berwarna. Selain itu, kepercayaan dan partisipasi masyarakat yang tumbuh melalui kegiatan ini juga memperkaya rasa bangga dan civic pride warga kota.

8. Penguatan Identitas Budaya Kota Solo

SIPA menyokong penguatan identitas budaya kota melalui narasi budaya yang konsisten, pertunjukan seni lokal berbasis tradisi Jawa, serta penggunaan simbol-simbol budaya Jawa yang kuat dalam setiap aspek acara. Representasi karya seni dan pertunjukan yang berbasis riset budaya, dikurasi secara apik oleh akademisi dan komunitas, menegaskan eksistensi budaya Jawa sebagai jati diri kota. Dengan demikian, SIPA bukan sekadar festival seni; lebih dari itu, ia menjadi ritual budaya kolektif yang mampu mengokohkan dan menyebarkan kekayaan budaya Jawa secara nasional maupun internasional.

9. Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Lokal

Selain memperkuat citra budaya, SIPA juga berfungsi sebagai alat pemberdayaan ekonomi kreatif lokal. Pihak UMKM merasakan manfaat nyata berupa peningkatan pendapatan, perluasan jejaring, dan peluang menampilkan produk budaya. Melalui pasar seni dan kegiatan kolaboratif, mereka memperoleh daya tawar yang lebih besar

serta mampu mengasah inovasi produk. Hal ini tidak hanya memberi dampak ekonomi langsung tetapi juga memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di kota Solo sebagai bagian dari strategi pembangunan berkelanjutan.

10. Penguatan Citra Pemerintah sebagai Fasilitator Kolaborasi

Di tingkat pemerintahan, keberhasilan SIPA memperlihatkan bahwa pemerintah mampu menjalankan peran sebagai fasilitator yang inklusif, adaptif, dan terbuka terhadap kolaborasi berbagai aktor. Mereka telah membangun kerangka kerja co-governance yang memungkinkan partisipasi semua pihak secara proporsional, sehingga membentuk ekosistem yang dinamis dan berkelanjutan. Peran ini mendukung persepsi positif masyarakat terhadap pemerintah sebagai institusi yang mampu menyelenggarakan acara internasional sekaligus memajukan budaya lokal secara efektif.

11. Governance Pentahelix Sebagai Mekanisme Co-Creation Branding

Governance pentahelix sebagai mekanisme co-creation branding merupakan pendekatan yang menempatkan lima aktor utama—pemerintah, komunitas, akademisi, pelaku bisnis/UMKM, dan media—berperan aktif secara bersinergi dalam membangun citra kota melalui kegiatan-kegiatan seperti SIPA. Model ini memungkinkan terjadinya kolaborasi yang intensif dan berkelanjutan di antara aktor-aktor tersebut, sehingga proses branding kota tidak hanya dilakukan secara top-down oleh pemerintah, tetapi melibatkan partisipasi aktif dari seluruh elemen masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, co-creation terjadi melalui interaksi yang dinamis, di mana setiap aktor menyumbangkan kekuatan dan sumber daya mereka untuk mencapai tujuan bersama, yakni memperkuat identitas dan citra kota.

Implementasi governance pentahelix dalam konteks SIPA memperlihatkan bahwa keberhasilan acara ini tidak bergantung pada satu pihak saja, melainkan hasil dari kerja sama dan saling penguatan antar-aktor. Pemerintah menyediakan kerangka regulatif dan fasilitas, sementara komunitas lokal dan masyarakat seni secara aktif terlibat dalam perencanaan, produksi, dan pelaksanaan event. Akademisi memberikan dukungan melalui riset dan kurasi artistik yang menambah otentisitas budaya, sementara pelaku bisnis dan UMKM memanfaatkan momentum ini untuk memasarkan produk kreatif mereka. Media dan influencer kemudian menyebarluaskan narasi positif, memperluas jangkauan branding secara digital dan umum.

Pada akhirnya, mekanisme co-creation berbasis governance pentahelix ini mampu menciptakan citra kota yang autentik dan berkelanjutan. Melalui kolaborasi yang inklusif dan terintegrasi, citra kota tidak hanya terbentuk dari persepsi semata, tetapi juga dari pengalaman dan partisipasi aktif semua pihak terkait. Dengan demikian, pentahelix menjalankan peran strategis sebagai mekanisme yang mengintegrasikan kekuatan multi-aktor dalam proses pembangunan branding kota berbasis nilai lokal dan budaya, menemukan sinergi yang memperkuat posisi Solo sebagai kota budaya yang modern dan otentik.

12. SIPA Sebagai LED-Place Branding

SIPA sebagai event-led place branding merupakan contoh konkret bagaimana sebuah festival budaya dapat berfungsi sebagai kekuatan utama dalam membangun citra dan identitas kota secara strategis. Menurut Richards (2020), event-led city branding memenuhi sejumlah kriteria penting, seperti menghadirkan diferensiasi kota, menciptakan pengalaman budaya yang unik, meningkatkan arus wisata, serta

memperkuat identitas bersama masyarakat. Dalam konteks SIPA, keberadaannya tidak hanya sekadar sebagai pertunjukan seni, tetapi telah menjadi flagship event yang mampu menonjolkan keunikan budaya Jawa serta nilai-nilai lokal, sehingga mampu menarik minat wisatawan domestik maupun internasional. Dengan demikian, SIPA berperan sebagai kendaraan untuk menegaskan posisi Solo sebagai kota dengan kekayaan budaya yang otentik dan menarik secara global.

Penguatan identitas kota dalam perspektif place branding menjadi hal yang esensial dalam membangun citra yang kuat dan berkelanjutan. Menurut Hanna & Rowley (2015), identitas kota adalah fondasi dari citra yang dipersepsikan oleh publik. Dalam hal ini, SIPA memperkuat identitas Solo sebagai kota budaya yang berbasis pada nilai-nilai Jawa melalui narasi budaya yang konsisten, pertunjukan seni bertemakan lokal, simbol-simbol khas Jawa, serta partisipasi aktif komunitas seni dan masyarakat. Atmosfer budaya Jawa yang tercipta selama acara ini mampu memperkuat persepsi publik tentang keaslian dan keberagaman budaya kota Solo. Dengan mempertahankan tema dan simbol budaya Jawa secara konsisten, SIPA tidak hanya memperkaya pengalaman pengunjung tetapi juga mengukuhkan citra kota sebagai pusat budaya yang otentik dan penuh identitas.

Dalam konteks place branding, penguatan identitas ini sangat krusial karena akan menentukan bagaimana kota dihargai dan dikenali secara nasional maupun internasional. Identitas yang kuat dan autentik, seperti yang ditampilkan melalui SIPA, membantu membangun persepsi positif dan meningkatkan daya kompetitif kota di tingkat global. Seluruh elemen yang terlibat dalam event ini—dari narasi budaya, simbol-simbol khas, hingga pengalaman yang diberikan kepada peserta dan pengunjung—berkontribusi dalam membentuk citra kota yang tak lekang oleh waktu. Oleh karena itu, SIPA tidak hanya menjadi event budaya, tetapi juga sebagai alat strategis dalam mendukung keberlanjutan brand kota Solo sebagai pusat budaya dan identitas Jawa yang khas.

13. Peran Media Digital dalam Reproduksi Citra Kota

Peran media digital dalam reproduksi citra kota sangat penting dalam era informasi dan komunikasi saat ini. Melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya, citra kota dapat disebarluaskan secara cepat dan luas kepada khalayak global. Dalam konteks SIPA, media digital berfungsi sebagai alat yang efektif untuk membangun dan memperkuat narasi positif tentang Solo. Representasi acara di media sosial dan kanal daring memungkinkan penyebaran informasi, keberhasilan, serta keunikan festival ini kepada masyarakat internasional maupun domestik. Analisis konten digital menunjukkan bahwa platform digital memiliki tingkat engagement yang tinggi dan mampu memperluas jangkauan branding kota dengan biaya relatif lebih efisien. Media digital tidak hanya sebagai sarana promosi tetapi juga sebagai mekanisme untuk membentuk persepsi dan pengalaman masyarakat terhadap citra kota, menjadikannya bagian integral dari strategi pembangunan citra jangka panjang.

Selain itu, event seperti SIPA juga berperan sebagai sarana city diplomacy yang efektif. Kehadiran delegasi asing selama penyelenggaraan acara menunjukkan bahwa SIPA tidak hanya berfungsi sebagai ajang budaya lokal, tetapi juga sebagai platform diplomasi budaya yang memperkuat hubungan antarnegara dan antarbudaya. Melalui partisipasi internasional dan kolaborasi multi-aktor, event ini memperlihatkan kualitas kota sebagai tuan rumah yang mampu menyelenggarakan acara kelas dunia. Dengan demikian, SIPA berkontribusi dalam mempromosikan kota Solo di kancah global sekaligus mempererat hubungan diplomasi antarnegara melalui pertukaran budaya.

Peran media digital dalam menyiarkan momen dan keberhasilan acara ini semakin memperluas citra kota sebagai kota yang terbuka dan inklusif, sekaligus sebagai pusat diplomasi budaya yang aktif dan dinamis di tingkat internasional.

14. Temuan Utama Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa temuan utama yang menegaskan keberhasilan implementasi model pentahelix dalam SIPA. Pertama, governance model ini secara utuh dan efektif mendukung keberlanjutan event serta memperkuat citra kota. Kedua, kolaborasi antar-aktor mendorong keberhasilan pelaksanaan event dan memperkuat identitas budaya. Ketiga, media memiliki peranan besar dalam membangun narasi positif dan meningkatkan engagement masyarakat luas. Keempat, keberhasilan SIPA membuktikan bahwa co-creation branding yang melibatkan seluruh aktor mampu menghasilkan citra kota yang berkelanjutan dan otentik. Dengan demikian, SIPA tidak hanya menjadi event seni semata, tetapi juga sebagai strategi pembangunan citra kota yang inklusif, kolaboratif, dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Governance Event SIPA dan Pengaruhnya terhadap Citra Kota: Studi Pentahelix pada Branding Solo ‘The Spirit of Java’,” dapat ditarik beberapa kesimpulan yakni governance SIPA menerapkan model pentahelix secara utuh dan efektif. Penelitian ini menemukan bahwa penyelenggaraan Solo International Performing Arts (SIPA) melibatkan lima aktor utama pentahelix secara aktif: pemerintah, akademisi, komunitas, pelaku bisnis/UMKM, dan media. Kolaborasi tiap aktor berjalan harmonis dengan peran yang saling melengkapi. Pemerintah berfungsi sebagai fasilitator, akademisi sebagai penjaga otentisitas budaya, komunitas sebagai penggerak produksi, UMKM sebagai penguat ekonomi kreatif, dan media sebagai penyebar narasi. Tata kelola kolaboratif menciptakan proses co-creation dalam city branding. Keterlibatan multi-aktor membentuk mekanisme co-creation branding yang memperkaya representasi budaya Jawa sebagai identitas Kota Solo. Interaksi antaraktor menghasilkan berbagai produk budaya, pesan visual, pengalaman publik, dan narasi kota yang menguatkan positioning Solo sebagai kota budaya. SIPA memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan citra Kota Solo sebagai “The Spirit of Java.” Event ini mempertegas identitas budaya Solo melalui kurasi seni berbasis riset, pemanggungan karya lokal dan internasional, serta penggunaan simbol dan nilai budaya Jawa. SIPA menjadi wadah yang konsisten dalam menampilkan narasi budaya yang autentik.

Melalui media digital, pemberitaan pers, dan konten publik, SIPA meningkatkan visibilitas Kota Solo di tingkat nasional dan internasional. Tingginya engagement digital dan pertumbuhan penonton memperlihatkan keberhasilan event-led branding.

SIPA memberikan dampak ekonomi kreatif yang positif bagi pelaku UMKM. Melalui SIPA Urban Market, UMKM memperoleh manfaat ekonomi langsung berupa peningkatan omzet, jejaring usaha, dan promosi produk. Hal ini memperkuat citra Solo sebagai kota dengan ekosistem ekonomi kreatif yang dinamis. SIPA berperan sebagai instrumen diplomasi budaya dan jejaring global. Kehadiran delegasi seni internasional memperkuat posisi Solo dalam jaringan kota budaya dunia dan meningkatkan hubungan antar komunitas seni global. Hal ini berdampak pada reputasi kota sebagai destinasi budaya yang terbuka dan kolaboratif. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa governance pentahelix dalam event SIPA berperan strategis dalam membentuk,

memperkuat, dan mempertahankan citra Kota Solo sebagai “The Spirit of Java.”

Dalam upaya Memperkuat kebijakan jangka panjang terkait event-led city branding, pemerintah perlu memasukkan SIPA sebagai event prioritas dalam dokumen perencanaan pariwisata dan kebudayaan agar pendanaan serta dukungan kelembagaan tetap berkelanjutan. Selain itu untuk mendorong kemitraan internasional yang lebih luas, perlu kolaborasi dengan kedutaan, lembaga kebudayaan asing, dan kota sister city dapat memperluas jejaring global SIPA. Dalam perencanaan peningkatkan fasilitas infrastruktur dan aksesibilitas publik Kenyamanan dan keamanan lokasi event perlu ditingkatkan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan.

Governance SIPA dan pengaruhnya terhadap citra kota solo sebagai spirit of java, SIPA Community perlu mengembangkan program keterlibatan komunitas secara lebih inklusif. Komunitas perlu lebih banyak komunitas seni, pemuda, dan kelompok kreatif dapat dilibatkan dalam kurasi maupun produksi. Selain itu perlu meningkatkan kualitas dokumentasi digital dan storytelling.

SIPA perlu memperkuat strategi konten, mengemas narasi budaya secara lebih kreatif untuk meningkatkan engagement digital, serta Membangun sistem evaluasi yang berbasis kekuatan internal yang lebih terstruktur dengan cara Evaluasi berkala penting dilakukan untuk menilai keberhasilan tata kelola, keterlibatan aktor, dan pengalaman pengunjung.

Sebagai wadah dan media untuk memperkenalkan kota Solo dalam bentuk kegiatan event, peran akademisi menjadi sangat penting untuk mengontrol peran dan tujuan event agar selaras dengan tujuan utamanya yakni solo spirit of java. Dalam upaya tersebut, bagi penelitian selanjutnya di harapkan Mengembangkan studi komparatif antar-event budaya. Penelitian dapat diperluas dengan membandingkan SIPA dengan event budaya lain seperti Sekaten atau Mangkunegaran Jazz Festival. Untuk menghitung dan mengukur pengaruh serta efektifitas event, perlu Mengintegrasikan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat digunakan untuk mengukur persepsi citra kota secara lebih terukur.

Reference

- Björner, E., & Aronsson, L. (2022). Decentralised place branding through multiple authors and narratives: the collective branding of a small town in Sweden. *Journal of Marketing Management*, 38(13–14), 1587–1612. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2022.2043415>
- Cristófol, F. J., Cruz-Ruiz, E., & Zamarreño-Aramendia, G. (2021). Transmission of place branding values through experiential events: Wine bc case study. *Sustainability (Switzerland)*, 13(6), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su13063002>
- Daldanise, G. (2020). From place-branding to community-branding: A collaborative decision-making process for cultural heritage enhancement. *Sustainability (Switzerland)*, 12(24), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su122410399>
- Hanna, S., Rowley, J., & Keegan, B. (2021). Place and Destination Branding: A Review and Conceptual Mapping of the Domain. *European Management Review*, 18(2), 105–117. <https://doi.org/10.1111/emre.12433>
- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen. *Konstruksi ur n a l T e o r e t i s d a n e r a p a n i d a n g e k a y a s a i p i l Jurnal*. December. <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Hereźniak, M. (2017). Place Branding and Citizen Involvement: Participatory Approach to Building and Managing City Brands. *International Studies. Interdisciplinary Political and Cultural Journal*, 19(1), 129–141. <https://doi.org/10.1515/ipcj-2017->

- Kádár, B., & Klaniczay, J. (2022). Branding Built Heritage through Cultural Urban Festivals: An Instagram Analysis Related to Sustainable Co-Creation, in Budapest. Sustainability (Switzerland), 14(9). <https://doi.org/10.3390/su14095020>
- Muktiyo, W., Kusumawati, D., & Primasari, I. (2018). City Branding Solo Sebagai Kota Wisata Budaya Jawa. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Taberner, I., & Juncà, A. (2021). Small-scale sport events as place branding platforms: A content analysis of osona's projected destination image through event-related pictures on instagram. Sustainability (Switzerland), 13(21), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su132112255>
- Terrensia, Aidah, Aulia, Desiva, Lusi, Erwinda. (2024). Pengaruh Solo International Performing Arts (SIPA) Terhadap Daya Tarik Wisata dan Pertumbuhan Ekonomi Kota Surakarta. *Journal of Sustainability and Science Economics*, 2(1), 13–26. <https://doi.org/10.62337/jsse.v2i1.18>
- Walenta, W., Suharto, B., & Airlangga, U. (2024). WORKING ON THE WORLD STAGE : THE ROLE OF SOLO INTERNATIONAL PERFORMING ARTS (SIPA) IN INCREASING TOURIST VISITS TO SURAKARTA : A LITERATURE REVIEW BERKARYA DI PANGGUNG DUNIA : PERAN SOLO INTERNATIONAL PERFORMING ARTS (SIPA) DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGA. 7.
- Wiyana, T., Adiati, M. P., & Wiastuti, R. D. (2018). Korelasi Antara Event Budaya Dengan Citra Destinasi Pada Solo International Performing Arts 2017. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 24–31. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).