

PERKEMBANGAN KEPEMIMPINAN KGPAA MANGKUNAGORO IX DAN KGPAA MANGKUNAGORO X DALAM PENGUATAN CITY BRANDING KOTA SURAKARTA

INTISARI

Pemerintah Kota Surakarta memiliki upaya strategis dalam memperkuat identitas kota, menarik investor, dan meningkatkan kunjungan wisatawan melalui *city branding* “Solo the Spirit of Java”. Kota Surakarta memiliki beragam kekayaan sejarah dan kebudayaan Jawa yang kental yang menjadikannya pusat kebudayaan Jawa. Salah satu elemen yang penting penguat *city branding* Kota Surakarta adalah peran dari Puro Mangkunegaran. Puro Mangkunegaran merupakan salah satu keraton yang masih aktif berkontribusi dalam melestarikan tradisi dan kesenian melalui bergaam aktivitas yang melibatkan masyarakat, seperti upacara adat, pertunjukan seni, dan edukasi kebudayaan. Puro Mangkunegaran berperan dalam memberikan edukasi kepada masyarakat dengan membuka diri kepada para peneliti, pelajar, dan masyarakat umum yang ingin mengetahui dan mendalami kebudayaan Jawa. Adanya kolaborasi dengan beragam *stakeholders* seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas budaya menjadikan posisi Puro Mangkunegaran semakin kuat dengan perannya sebagai pusat studi budaya Jawa. Oleh karena itu, studi kasus Kota Surakarta menjadi kasus yang unik dan menarik untuk diteliti mengenai bagaimana perkembangan kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X dan faktor – faktor yang mempengaruhi kepemimpinan dalam penguatan *city branding* Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode abduktif-kualitatif dengan metode studi kasus tunggal holistik dengan menggunakan proposisi penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi lapangan, dan *review literature*. Analisis yang digunakan adalah analisis pencocokan pola, pembuat penjas, dan deret waktu lintas periode. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perkembangan model kepemimpinan KGPAA Mangkunagoro IX dan KGPAA Mangkunagoro X, yaitu memimpin dengan empati. Sementara untuk faktor – faktor yang mempengaruhi kepemimpinan terdapat 10 faktor internal dan 8 faktor eksternal.

Kata kunci: jenama kota, kepemimpinan, pemerintah, studi kasus, Puro Mangkunegaran

***THE DEVELOPMENT OF THE LEADERSHIP OF KGPAA
MANGKUNAGORO IX AND KGPAA MANGKUNAGORO X IN
STRENGTHENING THE CITY BRANDING OF SURAKARTA CITY***

ABSTRACT

Surakarta City Government has a strategic effort to strengthen the city's identity, attract investors, and increase tourist visits through city branding "Solo the Spirit of Java". Surakarta City has a variety of rich Javanese history and culture that makes it the center of Javanese culture. One of the important elements that strengthen the city branding of Surakarta is the role of Puro Mangkunegaran. Puro Mangkunegaran is one of the palaces that is still actively contributing to preserving traditions and arts through various activities that involve the community, such as traditional ceremonies, art performances, and cultural education. Puro Mangkunegaran plays a role in providing education to the community by opening itself to researchers, students, and the public who want to know and explore Javanese culture. The collaboration with various stakeholders such as the government, educational institutions, and cultural communities makes Puro Mangkunegaran's position stronger with its role as a center for Javanese cultural studies. Therefore, the case study of Surakarta City becomes a unique and interesting case to be researched on how the development of the leadership of KGPAA Mangkunagoro IX and KGPAA Mangkunagoro X and the factors that influence leadership in strengthening the city branding of Surakarta City. This research uses abductive-qualitative method with holistic single case study method by using research proposition. Data collection was done by conducting interviews, field observations, and literature review. The analysis used is pattern matching analysis, explanatory maker, and cross-period time series. The results showed that there was a development of the leadership model of KGPAA Mangkunagoro IX and KGPAA Mangkunagoro X, namely leading with empathy. As for the factors that influence leadership, there are 10 internal factors and 8 external factors.

Keywords: *city branding, leadership, government, case study, Puro Mangkunegaran*