

WIRDHATULL MUTHMAINNAH ALKAMIL
NUR YAQIN ZAHEEN BINTI MOHD RAZALI
CHANDHA DESI CANIA FAJAR MILANINGTYAS
ZAMHARIRAH SANG PUTRI
RADHWA ANANDA
SEKAR PUTRI MAHARANI
SAYYIDAH ILMAN NISA

Rooted Cosmopolitanism

Negosiasi Identitas Lokal dalam Dinamika Global

EDITOR

MOHAMMAD AYUB MIRDAD

A solid yellow horizontal bar at the bottom of the page.

Rooted Cosmopolitanism: **Negosiasi Identitas Lokal dalam Dinamika Global**

Penulis

Wirdhatull Muthmainnah Alkamil
Nur Yaqin Zaheen Binti Mohd Razali
Chandha Desi Cania Fajar Milaningtyas
Zamharirah Sang Putri
Radhwa Ananda
Sekar Putri Maharani
Sayyidah Ilman Nisa

Editor

Mohammad Ayub Mirdad

Rooted Cosmopolitanism:
Negosiasi Identitas Lokal dalam Dinamika Global

Penulis

Wirdhatull Muthmainnah Alkamil
Nur Yaqin Zaheen Binti Mohd Razali
Chandha Desi Cania Fajar Milaningtyas
Zamharirah Sang Putri
Radhwa Ananda
Sekar Putri Maharani
Sayyidah Ilman Nisa

Copyright ©Agustus 2026
All rights reserved

ISBN:

978-634-274-250-1 (PDF)

Editor

Mohammad Ayub Mirdad

Layouter:

Ayasofya M. Candrakirana

Penerbit:

PT. Pustaka Saga Jawadwipa
Jl. Kedinding lor Gang Delima No.4A Surabaya
Nomor Kontak: 085655396657

Anggota IKAPI:

No. 367/JTI/2023

Buku ini dilindungi oleh Pasal 113 UU Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta.
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis dari
penerbit

Kata Pengantar

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga buku *Rooted Cosmopolitanism: Negosiasi Identitas Lokal dalam Dinamika Global* dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai ikhtiar akademik untuk memahami bagaimana identitas lokal tetap bertahan, berkembang, dan bertransformasi di tengah arus globalisasi yang semakin intensif. Mobilitas manusia, kemajuan teknologi digital, pertukaran budaya, serta semakin terbukanya ruang komunikasi lintas negara telah menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi masyarakat dalam merawat akar budayanya tanpa menutup diri terhadap dunia. Dalam konteks tersebut, konsep *rooted cosmopolitanism* menawarkan cara pandang yang menegaskan bahwa keterbukaan terhadap keberagaman global dapat berjalan seiring dengan penghargaan terhadap identitas, tradisi, dan nilai-nilai lokal.

Buku ini menyajikan berbagai kajian yang menggambarkan praktik *rooted cosmopolitanism* dalam beragam bidang kehidupan. Pembahasan diawali dengan refleksi mengenai hubungan antara identitas lokal dan kosmopolitanisme, kemudian dilanjutkan dengan analisis mengenai dinamika pariwisata Bali, paradoks keaslian kawasan warisan budaya di George Town dan Jalan Malioboro, serta peran mega-sport events dalam membentuk identitas budaya di era globalisasi. Selanjutnya, buku ini mengulas hibriditas budaya dalam musik populer digital melalui lagu *Tabola Bale*, representasi identitas nasional Indonesia dalam industri hiburan global melalui figur Carmen Hearts2Hearts, gastrodiploasi Korea Selatan melalui drama Korea sebagai instrumen diplomasi budaya, hingga implementasi *rooted cosmopolitanism* dalam pendidikan Islam sebagai ruang pembentukan identitas yang terbuka sekaligus berakar pada nilai-nilai lokal.

Melalui beragam studi kasus tersebut, buku ini menunjukkan bahwa identitas bukanlah sesuatu yang statis, melainkan terus dibentuk melalui proses dialog, adaptasi, dan negosiasi dengan lingkungan global. Globalisasi tidak selalu menghapus identitas lokal, tetapi justru dapat menjadi ruang untuk memperkenalkan kekayaan budaya kepada masyarakat internasional. Di sisi lain, keberhasilan proses tersebut memerlukan kemampuan untuk menjaga keseimbangan antara keterbukaan terhadap pengaruh global dengan komitmen melestarikan nilai, tradisi, dan karakter budaya yang menjadi akar suatu masyarakat. Perspektif *rooted cosmopolitanism* menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana individu, komunitas, dan negara membangun hubungan yang inklusif tanpa kehilangan jati dirinya.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini pada masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian hubungan internasional, studi budaya, pariwisata, diplomasi publik, media, pendidikan, dan ilmu sosial secara lebih luas. Harapan kami, buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, dosen, peneliti, praktisi, serta masyarakat umum dalam memahami bahwa identitas lokal dan keterbukaan global bukanlah dua hal yang saling bertentangan, melainkan dapat tumbuh bersama untuk membangun masyarakat dunia yang inklusif, berakar pada budaya, dan menghargai keberagaman.

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Menakar Ulang Identitas: Ketika Global Menemukan Akarnya pada Lokal..	1
<i>Mohammad Ayub Mirdad</i>	
Dinamika Pariwisata Bali di Era Globalisasi: Peran Negara dalam Mendorong Mobilitas Global dan Keberlanjutan Budaya Lokal	6
<i>Wirdhatull Muthmainnah Alkamil</i>	
Paradoks Keaslian Pariwisata 'Warisan Hidup': Analisis Perbandingan George Town, Penang dan Jalan Malioboro, Yogyakarta.....	15
<i>Nur Yaqin Zaheen Binti Mohd Razali</i>	
Globalisasi dan Identitas Budaya dalam Mega-Sport Events:	25
<i>Chandha Desi Cania Fajar Milaningtyas</i>	
Hibriditas dalam Musik Populer Digital: Lagu “Tabola Bale” sebagai Estetika Kosmopolitan.....	35
<i>Zamharirah Sang Putri</i>	
Carmen Hearts2Hearts sebagai Representasi Identitas Nasional Indonesia ..	44
<i>Radhwa Ananda</i>	
Identitas Nasional, Gastrodiplomasi, dan Kosmopolitanisme: Promosi Makanan Korea Melalui Drama Korea Selatan Selatan	53
<i>Sekar Putri Maharani</i>	
<i>Rooted Cosmopolitanism</i> melalui Pendidikan Islam:Pembentukan Kosmopolitanisme Gender di Pondok Pesantren Modern Darussalam Gontor	63
<i>Sayyidah Ilman Nisa</i>	
KATA PENUTUP:	
Memaknai Ulang Masa Depan Identitas di Era Interkoneksi	72

Menakar Ulang Identitas: Ketika Global Menemukan Akarnya pada Lokal

Mohammad Ayub Mirdad

Pendahuluan

Di era abad ke-21 yang sarat dengan arus informasi kilat, interkoneksi digital, dan mobilitas manusia yang masif, kita sering kali dihadapkan pada dikotomi konseptual yang terlalu menyederhanakan realitas: bahwa globalisasi adalah ancaman mematikan bagi lokalitas, atau sebaliknya, bahwa lokalitas adalah benteng ketahanan yang resisten terhadap perubahan zaman. Narasi dikotomis ini memposisikan "yang global" sebagai kekuatan luar yang homogen, dingin, dan hegemonik, sementara "yang lokal" dipandang sebagai ruang yang statis, autentik, dan rapuh. Namun, benarkah demikian cara dunia kontemporer bekerja?

Buku ini hadir untuk membantah pembacaan yang simplistik tersebut. Melalui penelusuran kritis di berbagai ranah, mulai dari pariwisata heritage, ajang olahraga megah, musik populer digital, industri hiburan transnasional, gastrodiploasi, hingga pendidikan keagamaan di pesantren, buku ini menegaskan satu tesis utama. Tema tersebut adalah, identitas global tidak pernah bisa dipisahkan dari identitas lokal. Keduanya tidak berada dalam hubungan yang saling meniadakan (*zero-sum game*), melainkan berada dalam ruang dialektika yang saling membentuk, memberi makna, dan memperkuat satu sama lain.

Gagasan mengenai kosmopolitanisme, yaitu rasa menjadi bagian dari warga dunia, sering kali dikritik karena terkesan melayang tanpa pijakan (*rootless*). Namun, melalui tujuh bab yang tersaji dalam buku ini, para penulis secara meyakinkan memperlihatkan lahirnya apa yang disebut sebagai *glokalisasi* atau *rooted cosmopolitanism* (kosmopolitanisme berakar). Identitas global tidak hadir dari ruang hampa. Ia memerlukan bahan bakar berupa keunikan, nilai, dan estetika lokal agar dapat diartikulasikan, dikonsumsi, serta beresonansi di panggung dunia. Sebaliknya, identitas lokal yang terisolasi dan menolak berdialog dengan arus global akan terancam menjadi artefak museum yang kehilangan daya hidupnya.

Dialektika Pariwisata, Komersialisasi, dan Keaslian Tradisi

Bagian awal buku ini mengajak pembaca menyelami ranah pariwisata, sebuah arena di mana benturan dan pertemuan antara yang global dan yang lokal terjadi secara paling intens dan kasat mata. Bab pertama, "Dinamika Pariwisata Bali di Era Globalisasi: Peran Negara dalam Mendorong Mobilitas Global dan Keberlanjutan Budaya Lokal", membedah laboratorium kultural Bali.

Bali bukan sekadar destinasi liburan; ia adalah medan negosiasi tempat mobilitas wisatawan mancanegara, kapital global, dan ekspansi industri gaya hidup bertemu dengan tradisi adat Hindu-Bali yang sangat kuat. Bab ini secara jeli menganalisis bagaimana negara memainkan peran ganda yang rumit: sebagai fasilitator yang membuka pintu bagi arus modal dan wisatawan transnasional, sekaligus sebagai regulator yang memikul tanggung jawab menjaga keberlanjutan kebudayaan lokal. Kebijakan kebudayaan Bali membuktikan bahwa kelestarian budaya lokal bukanlah produk dari isolasi, melainkan hasil dari pengelolaan yang adaptif terhadap tuntutan mobilitas global.

Melanjutkan diskursus pariwisata dengan pendekatan komparatif, bab kedua berjudul "Paradoks Keaslian Pariwisata 'Warisan Hidup': Analisis Perbandingan George Town, Penang dan Jalan Malioboro, Yogyakarta" membawa kita pada pertanyaan mendasar tentang "keaslian" (*authenticity*). Di era globalisasi, narasi *liveable heritage* atau warisan yang hidup menjadi komoditas pariwisata yang sangat dicari. Namun, terdapat paradoks yang meresahkan: semakin sebuah kawasan berusaha memenuhi ekspektasi "autentisitas" wisatawan global, semakin besar pula risiko terjadinya gentrifikasi dan komodifikasi yang mencabut warga lokal dari akar ruang hidupnya.

Melalui perbandingan George Town dan Malioboro, bab ini membongkar bagaimana klaim atas identitas lokal diformulasikan ulang demi meraih pengakuan global (seperti status UNESCO atau predikat destinasi kelas dunia), sembari tetap memperjuangkan kedaulatan warga lokal atas ruang kehidupannya sehari-hari.

Megastruktur Budaya Populer dan Arena Olahraga Transnasional

Pindah dari ruang fisik ke ruang simbolik dan pertunjukan masif, bab ketiga dan keempat mengulas bagaimana identitas lokal disuntikkan ke dalam megastruktur budaya global. Dalam "Globalisasi dan Identitas Budaya dalam Mega-Sport Events: Analisis Piala Dunia FIFA tahun 2026", pembaca diajak melihat ajang olahraga terbesar di dunia bukan sekadar sebagai kompetisi atletik, melainkan sebagai panggung representasi kebudayaan.

Piala Dunia FIFA 2026 yang dihelat di tiga negara kawasan Amerika Utara (Amerika Serikat, Kanada, dan Meksiko) menjadi contoh sempurna bagaimana sebuah gelaran berkonsep global dituntut untuk merangkul dan menampilkan keberagaman lanskap lokal negara penyelenggara. Bab ini membedah bagaimana simbol-simbol lokal, arsitektur stadion, hingga atraksi budaya tidak dibuang dalam standardisasi FIFA,

melainkan dijadikan instrumen utama untuk memberikan "jiwa" dan karakter unik pada panggung olahraga transnasional tersebut.

Sementara itu, dalam ranah estetika audio-visual kontemporer, bab keempat berjudul "Hibriditas dalam Musik Populer Digital: Lagu "Tabola Bale" sebagai Estetika Kosmopolitan" menawarkan studi kasus yang sangat segar dari lanskap musik Indonesia. Di tengah dominasi genre musik barat dan K-pop di platform streaming global, lagu "*Tabola Bale*" hadir sebagai bukti betapa berdayanya elemen lokal ketika dikawinkan dengan aransemen musik pop digital global.

Bab ini memperlihatkan bahwa kosmopolitanisme estetis tidak harus berarti menirukan gaya musik global secara bulat-bulat. Sebaliknya, penggunaan dialek, ritme, dan rasa lokal yang autentik—ketika diproduksi melalui medium teknologi digital—justru menjadi daya pikat utama yang menembus batas-batas geografis pendengar. Lagu ini menegaskan bahwa "lokalitas yang percaya diri" adalah kunci untuk meraih resonansi di tingkat global.

Diplomasi Industri Kreatif: Dari K-Pop hingga Gastrodiplomasi

Dua bab berikutnya menelusuri bagaimana strategi industri kreatif kontemporer memanfaatkan perpaduan identitas lokal dan kosmopolitanisme untuk membangun pengaruh global (*soft power*). Bab kelima, "Carmen Hearts2Hearts sebagai Representasi Identitas Nasional Indonesia dalam Industri K-pop", mengangkat fenomena menarik mengenai keterlibatan talenta Indonesia dalam industri musik pop Korea Selatan yang terglobalisasi secara masif.

Kehadiran sosok Carmen dalam grup *Hearts2Hearts* tidak hanya menjadi kebanggaan nasional, tetapi juga merupakan studi kasus kritis mengenai hibridasi identitas. Bagaimana seorang individu membawa identitas keindonesiannya ke dalam sistem pelatihan dan estetika industri K-pop yang sangat terstandardisasi? Bab ini menguraikan bagaimana identitas nasional tidak hilang tersapu oleh mesin industri global, melainkan dinegosiasikan sehingga menciptakan representasi baru yang inklusif: seorang idola yang kosmopolit namun tetap merepresentasikan akar kultural asalnya di mata penggemar internasional.

Melengkapi diskursus industri kreatif, bab keenam bertajuk "Identitas Nasional, Gastrodiplomasi, dan Kosmopolitanisme: Promosi Makanan Korea Melalui Drama Korea Selatan" mengulas strategi kultur kuliner Selatan. Makanan adalah salah satu bentuk identitas lokal yang paling intim dan autentik. Melalui integrasi sinematik

dalam drama Korea (K-Drama), makanan tradisional seperti *kimchi*, *ramyeon*, hingga *tteokbokki* yang mulanya merupakan konsumsi domestik kini telah bertransformasi menjadi bahasa kuliner universal.

Bab ini mengungkap bagaimana proyek gastrodiploasi Korea Selatan berhasil memanfaatkan media pop transnasional untuk memicu selera kosmopolitan global. Keberhasilan ini membuktikan bahwa pengenalan identitas lokal yang berhasil di tingkat global memerlukan strategi naratif yang luwes, kontekstual, dan mudah diakses oleh audiens dari berbagai latar belakang budaya.

Mengakar dalam Keberagaman: Kosmopolitanisme dari Dalam Pesantren

Buku ini ditutup dengan sebuah analisis yang sangat mendalam dan rasional mengenai ranah pendidikan Islam melalui bab ketujuh: "Rooted Cosmopolitanism melalui Pendidikan Islam: Pembentukan Kosmopolitanisme Gender di Pondok Modern Darussalam Gontor". Bab penutup ini memberikan pencerahan penting atas prasangka bahwa institusi pendidikan berbasis keagamaan tradisional bersifat eksklusif dan tertutup dari nilai-nilai global.

Dengan mengambil studi kasus di Pondok Modern Darussalam Gontor, bab ini merumuskan secara eksplisit konsep *rooted cosmopolitanism* (kosmopolitanisme yang berakar). Di satu sisi, santri dididik dengan akar nilai-nilai keislaman, bahasa Arab, dan tradisi lokal yang sangat kuat. Namun di sisi lain, kurikulum dan wacana yang dikembangkan—khususnya mengenai kesetaraan dan wawasan gender—menunjukkan keterbukaan yang tinggi terhadap gagasan-gagasan kemanusiaan universal.

Bab ini menjadi kunci penutup yang sempurna bagi seluruh isi buku: ia membuktikan bahwa seseorang tidak perlu melepaskan keimanan, tradisi, dan akar kultural lokalnya untuk menjadi seorang warga dunia yang berwawasan luas, inklusif, dan adil secara gender.

Menjadi Warga Dunia yang Berakar

Rangkaian tulisan dalam buku ini secara konsisten mengirimkan pesan yang jernih. Di era yang kian terkoneksi ini, upaya untuk memisahkan secara ekstrem antara yang global dan yang lokal adalah sebuah anachronisme. Kita tidak sedang menuju ke sebuah dunia yang sepenuhnya seragam (*homogenized world*), tidak pula sedang

kembali ke era isolasi lokal yang tertutup. Kita sedang hidup di dalam masa di mana batas-batas tersebut terus menerus dinegosiasikan, dilompati, dan digabungkan.

Buku ini ditunjukkan kepada para akademisi, mahasiswa, praktisi budaya, pembuat kebijakan, serta pembaca umum yang ingin memahami kompleksitas dinamika kebudayaan kontemporer secara lebih jernih. Melalui studi kasus yang kaya dan beragam, para penulis tidak hanya menyajikan analisis teoretis yang tajam, tetapi juga memberikan inspirasi tentang bagaimana kita dapat menavigasi arus globalisasi tanpa harus kehilangan identitas dan pijakan lokal kita.

Semoga gagasan-gagasan yang tertuang dalam buku ini mampu memantik diskusi yang lebih produktif, meruntuhkan prasangka dikotomis yang sempit, dan membimbing kita untuk menjadi individu yang tidak ragu melepaskan pandangan ke ufuk global, sembari tetap menancapkan kaki dengan kokoh pada tanah tempat kita berakar.

Catatan

- Ackerman, B. (1994). Rooted cosmopolitanism. *Ethics*, 104(3), 516-535.
- Cicchelli, V., & Octobre, S. (2019). Introducing youth and globalization and the special issue: The rise and fall of cosmopolitanism. *Youth and Globalization*, 1(1), 1-18.
- Inglis, D., & Robertson, R. (2016). From cosmos to globe: Relating cosmopolitanism, globalization and globality. In *The Ashgate research companion to Cosmopolitanism* (pp. 295-311). Routledge.
- Mignolo, W. (2000). The many faces of cosmo-polis: Border thinking and critical cosmopolitanism. *Public culture*, 12(3), 721-748.
- Roudometof, V., & Dessì, U. (2022). *Culture and glocalization: An introduction. In Handbook of culture and glocalization* (pp. 1-26). Edward Elgar Publishing.
- Roudometof, V. (2021). What is glocalization?. *Réseaux*, 226227(2), 45-70.

Dinamika Pariwisata Bali di Era Globalisasi: Peran Negara dalam Mendorong Mobilitas Global dan Keberlanjutan Budaya Lokal

Wirdhatull Muthmainnah Alkamil

Pendahuluan

Globalisasi secara signifikan telah mengubah pola mobilitas manusia di seluruh dunia. Kemajuan dalam teknologi transportasi, digitalisasi industri perjalanan, dan keterbukaan ekonomi internasional telah mendorong peningkatan arus wisatawan lintas batas. Fenomena ini telah menjadikan pariwisata sebagai salah satu bentuk mobilitas global yang paling terlihat, yaitu pergerakan orang dalam skala global yang semakin cepat, terjangkau, dan mudah diakses. Pariwisata adalah salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat sebagai akibat globalisasi. Kemajuan dalam transportasi, komunikasi, dan teknologi digital telah meningkatkan mobilitas manusia lintas batas, mendorong pertumbuhan industri pariwisata global (Setyawan, Kusumawat, & Fitri, 2026).

Indonesia, sebagai negara berkembang dengan kekayaan budaya dan alam yang melimpah, telah menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu pilar pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan (Khoirunisa, 2024). Dalam konteks Indonesia, Bali telah menjadi destinasi wisata internasional yang tidak hanya berkontribusi pada perekonomian nasional tetapi juga berfungsi sebagai tempat pertemuan berbagai budaya dari seluruh dunia. Masuknya wisatawan internasional, investasi asing, dan pertukaran budaya menjadikan Bali sebagai contoh utama bagaimana globalisasi membentuk dinamika sosial, ekonomi, dan budaya di tingkat lokal (Khabare, 2026). Namun, globalisasi tidak hanya membawa peluang, tetapi juga menghasilkan berbagai bentuk kerentanan baru.

Di luar manfaat ekonomi yang dihasilkan, pengembangan pariwisata juga menghadirkan berbagai tantangan. Peningkatan jumlah wisatawan telah mengakibatkan tekanan lingkungan, perubahan dalam perencanaan tata ruang, komersialisasi budaya, dan munculnya ketidaksetaraan dalam distribusi manfaat ekonomi. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata tidak hanya bergantung pada tingginya jumlah kedatangan wisatawan tetapi juga pada kemampuan pemerintah untuk mengelola dampak globalisasi sehingga pembangunan terus memprioritaskan keberlanjutan lingkungan dan pelestarian budaya lokal (Khabare, 2026).

Oleh karena itu, negara memegang posisi yang sangat strategis sebagai aktor yang menjembatani kepentingan global dengan kebutuhan masyarakat lokal. Negara tidak hanya bertindak sebagai regulator, merumuskan kebijakan terkait investasi, perencanaan tata ruang, imigrasi, dan pembangunan infrastruktur, tetapi juga sebagai penjaga kepentingan publik melalui perlindungan lingkungan, penguatan lembaga tradisional, pelestarian warisan budaya, dan penciptaan tata kelola pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Peran negara menjadi semakin penting ketika tekanan globalisasi berpotensi menciptakan distribusi manfaat ekonomi yang tidak merata, konflik atas penggunaan ruang, dan bahkan marginalisasi masyarakat lokal dari proses pembangunan yang terjadi di wilayah mereka sendiri (Hall, 2026).

Dalam konteks Bali, tantangan ini bahkan lebih kompleks karena budaya bukan hanya aset ekonomi yang mendukung industri pariwisata tetapi juga fondasi kehidupan sosial masyarakat. Nilai-nilai lokal seperti Tri Hita Karana, sistem desa tradisional, dan berbagai praktik budaya dan keagamaan merupakan elemen yang membentuk identitas Bali dan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan internasional. Oleh karena itu, menjaga keberlanjutan budaya tidak dapat dipisahkan dari upaya untuk menjaga keberlanjutan industri pariwisata itu sendiri. Ketika budaya kehilangan keasliannya atau lingkungan mengalami degradasi, daya saing Bali sebagai destinasi wisata global juga akan menurun (Putra, 2025).

Selain memandang globalisasi sebagai proses ekonomi dan mobilitas manusia, pengembangan pariwisata Bali juga dapat dipahami melalui perspektif Kosmopolitanisme Budaya. Konsep ini menjelaskan bagaimana masyarakat lokal berinteraksi dengan berbagai budaya global tanpa kehilangan identitas budaya mereka sendiri. Bali telah menjadi ruang kosmopolitan karena menyatukan wisatawan, pelaku industri internasional, masyarakat global, dan masyarakat lokal dalam arena pertukaran budaya yang kompleks. Berdasarkan uraian tersebut, penulisan ini mengajukan pertanyaan: apa peran negara dalam mengelola mobilitas global melalui sektor pariwisata Bali untuk mendorong pembangunan ekonomi sekaligus menjaga keberlanjutan budaya lokal di era globalisasi?

Globalisasi dan Transformasi Pariwisata Bali dalam Jaringan Mobilitas Global

Era globalisasi telah membawa perubahan mendasar pada posisi Bali dalam lanskap pariwisata global. Kemajuan teknologi transportasi, revolusi komunikasi digital, dan sistem ekonomi internasional yang semakin terintegrasi telah mengubah pola mobilitas manusia global. Pariwisata, yang sebelumnya terbatas oleh geografi dan informasi, kini telah berkembang menjadi aktivitas yang semakin mudah diakses

oleh beragam kelompok orang dari seluruh dunia. Dalam konteks ini, Bali tidak lagi dipahami hanya sebagai destinasi wisata regional yang menawarkan keindahan alam dan kekayaan budaya, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari jaringan mobilitas global yang menghubungkan beragam arus orang, modal, pengetahuan, budaya, dan kepentingan ekonomi lintas batas (Khabare, 2026).

Posisi strategis Bali dalam jaringan pariwisata global dibentuk oleh kombinasi keunggulan lokal dan konektivitas internasional. Kekayaan budaya yang melekat dalam kehidupan masyarakat Bali, seperti tradisi keagamaan, seni pertunjukan, sistem sosial berbasis komunitas, dan filosofi hidup yang menekankan keseimbangan antara manusia, alam, dan spiritualitas, merupakan aset utama yang membedakan Bali dari destinasi wisata lainnya. Ketika modal budaya ini bertemu dengan pengembangan infrastruktur global, aksesibilitas transportasi internasional, dan promosi digital, Bali bertransformasi dari ruang budaya lokal menjadi ruang global dengan daya tarik internasional (Khabare, 2026).

Meningkatnya arus wisatawan internasional, masuknya investasi asing, dan perkembangan berbagai bentuk layanan berbasis teknologi digital menunjukkan bahwa Bali telah mengalami proses integrasi yang kuat ke dalam ekonomi global. Industri pariwisata tidak lagi hanya melibatkan bisnis lokal tetapi juga mencakup jaringan aktor transnasional seperti perusahaan perjalanan internasional, jaringan hotel global, platform reservasi digital, dan komunitas wisatawan berbasis teknologi. Kehadiran aktor-aktor ini memperluas peluang ekonomi bagi masyarakat lokal, tetapi pada saat yang sama menciptakan dinamika baru dalam hubungan antara kepentingan global dan kepentingan lokal (Kusuma, Fahrina, & Fadilla, 2024).

Dalam konteks ini, pariwisata Bali dapat dipahami sebagai tempat pertemuan antara kekuatan global dan dinamika lokal (glokalisasi). Globalisasi tidak secara otomatis menghapus karakter lokal, tetapi justru menghasilkan proses negosiasi yang berkelanjutan antara nilai-nilai lokal dan tuntutan pasar global. Masyarakat Bali tidak hanya penerima dampak pembangunan pariwisata tetapi juga aktor yang secara aktif beradaptasi, menyesuaikan, dan membentuk kembali praktik sosial-ekonomi mereka sesuai dengan perubahan lingkungan global. Banyak komunitas lokal memanfaatkan peluang ekonomi sektor pariwisata dengan mengembangkan bisnis di bidang akomodasi, seni kuliner, kerajinan tangan, seni, dan layanan berbasis budaya (Puja, Suprastayasa, & Aryasih, 2021).

Namun, keterlibatan Bali dalam jaringan mobilitas global juga membawa konsekuensi yang kompleks. Ketergantungan pada arus wisatawan internasional

telah menyebabkan sektor pariwisata Bali semakin dipengaruhi oleh dinamika global, seperti perubahan tren perjalanan, kondisi ekonomi internasional, perkembangan teknologi, dan berbagai krisis lintas batas. Hal ini menunjukkan bahwa konektivitas global memberikan peluang sekaligus menciptakan kerentanan baru bagi destinasi wisata yang sangat bergantung pada mobilitas internasional.

Transformasi globalisasi juga terlihat dalam perubahan cara destinasi wisata dikembangkan, dipromosikan, dan dikonsumsi. Sebelumnya, citra suatu destinasi sebagian besar dibentuk melalui promosi pemerintah, agen perjalanan, atau media konvensional. Namun, perkembangan ekonomi digital telah secara signifikan mengubah pola ini. Media sosial, platform berbagi pengalaman perjalanan, dan berbagai aplikasi digital kini memainkan peran penting dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi. Bali adalah salah satu contoh bagaimana ruang digital berperan dalam memperkuat popularitas suatu destinasi melalui penyebaran visual yang menggambarkan lanskap alam, budaya, gaya hidup, dan pengalaman wisata, yang kemudian membentuk imajinasi global tentang Bali (Partamihardja, 2026).

Di satu sisi, perkembangan digital menawarkan manfaat signifikan dengan memperluas jangkauan promosi pariwisata Bali secara internasional. Masyarakat lokal, usaha kecil, dan komunitas kreatif memiliki peluang baru untuk mempromosikan produk dan budaya mereka tanpa harus sepenuhnya bergantung pada pemain industri pariwisata besar. Digitalisasi juga memungkinkan munculnya bentuk-bentuk pertumbuhan ekonomi baru yang berbasis kreativitas dan pengalaman, seperti pariwisata berbasis komunitas, pariwisata budaya, dan berbagai layanan pariwisata yang dipasarkan melalui platform digital (Ichsan, Laratmase, & Novedliani, 2024).

Di sisi lain, representasi Bali di ruang digital juga menghadirkan tantangan tersendiri. Budaya lokal yang disajikan melalui media global seringkali mengalami proses seleksi dan penyederhanaan agar sesuai dengan preferensi pasar pariwisata internasional. Beberapa aspek budaya dengan nilai filosofis dan spiritual dapat diubah ketika dikemas semata-mata sebagai daya tarik konsumsi wisata. Dalam keadaan tertentu, budaya lokal berisiko kehilangan konteks sosialnya karena lebih dipahami sebagai simbol estetika daripada sebagai bagian dari sistem nilai Bali (Ichsan, Laratmase, & Novedliani, 2024).

Oleh karena itu, globalisasi di sektor pariwisata Bali harus dipahami sebagai proses dua sisi. Di satu sisi, globalisasi membuka ruang untuk pertumbuhan ekonomi, peningkatan konektivitas internasional, dan pengenalan budaya Bali ke dunia. Di sisi lain, globalisasi juga menuntut kemampuan tata kelola yang kuat untuk memastikan bahwa keterbukaan ini tidak menyebabkan eksploitasi budaya, tekanan lingkungan, atau ketidaksetaraan sosial. Tantangan utamanya bukanlah bagaimana Bali dapat menghindari pengaruh global, tetapi bagaimana Bali dapat mengelola interaksi global ini secara selektif dan berkelanjutan.

Dari perspektif ini, peran negara sangat penting dalam memastikan bahwa integrasi Bali ke dalam jaringan pariwisata global tetap berada dalam kerangka pembangunan berkelanjutan. Negara memiliki peran strategis dalam menciptakan regulasi, mengendalikan arah investasi, melindungi ruang budaya, dan memastikan bahwa masyarakat lokal tetap menjadi aktor kunci dalam pengembangan pariwisata (Suwardana, 2016). Dengan demikian, globalisasi dapat menjadi kekuatan yang memperkuat posisi internasional Bali tanpa mengurangi identitas budaya dan nilai-nilai lokal yang mendasari daya tariknya.

Pariwisata Bali sebagai Instrumen Pembangunan Ekonomi dan Diplomasi Budaya Negara

Pariwisata Bali memainkan peran strategis sebagai sektor pendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Industri pariwisata telah berkontribusi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan negara, pembangunan infrastruktur, dan peningkatan pendapatan negara dari kegiatan ekonomi terkait pariwisata. Pemerintah telah memprioritaskan pariwisata karena potensinya untuk merangsang berbagai sektor pendukung, seperti transportasi, perdagangan, industri kreatif, seni kuliner, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (Kurniawan, 2024).

Di luar fungsi ekonominya, pariwisata Bali juga memiliki dimensi diplomasi politik dan budaya. Keunikan budaya Bali, yang diakui secara internasional, merupakan instrumen penting dalam membangun citra Indonesia sebagai negara dengan keragaman budaya dan sosial yang kaya. Melalui promosi pariwisata, negara tidak hanya menarik wisatawan dan investasi tetapi juga mempromosikan identitas nasional kepada masyarakat internasional. Dalam konteks ini, pariwisata berfungsi untuk memperkuat hubungan Indonesia dengan masyarakat global melalui pertukaran budaya dan interaksi internasional (Alhafunnisa, 2025).

Namun, memanfaatkan pariwisata sebagai instrumen pembangunan juga membutuhkan perhatian pada distribusi manfaat ekonomi. Pertumbuhan pesat industri pariwisata tidak selalu menjamin bahwa semua masyarakat lokal mendapat manfaat secara merata. Oleh karena itu, negara memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menciptakan kemakmuran inklusif bagi masyarakat Bali.

Peran Negara dalam Mengelola mobilitas Global dan Tata Kelola Pariwisata di Bali

Dalam menghadapi dinamika globalisasi, negara memainkan peran penting sebagai regulator dan pengarah pengembangan pariwisata. Meskipun globalisasi telah membuka ruang bagi peningkatan mobilitas manusia dan investasi lintas batas, negara tetap memiliki wewenang untuk menentukan bagaimana arus ini dikelola agar selaras dengan kepentingan pembangunan nasional dan kebutuhan masyarakat setempat. Dalam konteks Bali, peran negara diwujudkan melalui berbagai kebijakan yang mengatur akses wisatawan internasional, pengembangan infrastruktur, regulasi investasi, perlindungan lingkungan, dan pengelolaan kawasan wisata.

Negara juga bertindak sebagai fasilitator, menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan industri pariwisata. Pengembangan bandara, jaringan transportasi, fasilitas umum, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan bagian dari strategi pemerintah untuk meningkatkan daya saing Bali sebagai destinasi global. Lebih lanjut, negara harus menjalankan fungsi pengawasan untuk memastikan bahwa pengembangan industri pariwisata tidak menyebabkan eksploitasi sumber daya alam atau marginalisasi masyarakat setempat.

Peran negara dalam tata kelola pariwisata modern melampaui regulasi dan mencakup kemampuan untuk membangun kolaborasi dengan berbagai aktor. Pemerintah daerah, masyarakat adat, dunia usaha, komunitas lokal, dan organisasi internasional semuanya memainkan peran penting dalam menciptakan model pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Dengan demikian, negara berperan sebagai jembatan antara kepentingan global dan kebutuhan lokal melalui mekanisme tata kelola adaptif.

Kosmopolitanisme Budaya dan Bali sebagai Ruang Pertemuan Budaya Global
Kosmopolitanisme budaya, yang dikemukakan oleh Kwame Anthony Appiah (2006) didasarkan pada dua gagasan utama. Pertama, setiap manusia memiliki tanggung

jawab moral terhadap sesama manusia, tanpa memandang identitas nasional atau budaya. Kedua, keragaman budaya harus dihormati melalui dialog, keterbukaan, dan pembelajaran bersama, tanpa menuntut keseragaman budaya. Dari perspektif ini, globalisasi tidak dilihat sebagai ancaman yang akan menghapus identitas lokal, melainkan sebagai ruang interaksi yang memungkinkan budaya untuk berkembang melalui proses adaptasi dan negosiasi. Oleh karena itu, teori Kosmopolitanisme Budaya relevan untuk menjelaskan bagaimana Bali mampu berinteraksi dengan komunitas global sambil tetap mempertahankan nilai-nilai budaya lokal sebagai identitasnya.

Dalam memahami dinamika pariwisata Bali, konsep kosmopolitanisme budaya sangat penting karena menjelaskan hubungan antara budaya lokal dan arus budaya global yang semakin intens akibat globalisasi. Berbeda dengan pandangan yang menganggap globalisasi sebagai ancaman terhadap identitas lokal, perspektif kosmopolitanisme budaya memandang pertemuan budaya sebagai proses yang memungkinkan pertukaran, negosiasi, dan penciptaan identitas baru. Kosmopolitanisme menekankan keterbukaan terhadap keragaman budaya dan penghormatan terhadap nilai-nilai lokal yang dianut oleh setiap komunitas (Appiah, 2006).

Bali adalah contoh nyata dari ruang kosmopolitan budaya. Sejak perkembangannya sebagai destinasi wisata internasional, kawasan ini telah menjadi tempat pertemuan bagi beragam kelompok sosial dan budaya dari berbagai negara. Interaksi antara masyarakat Bali dan wisatawan internasional, pekerja asing, komunitas ekspatriat, dan pelaku ekonomi global telah menciptakan ruang sosial yang menyatukan beragam nilai, gaya hidup, dan praktik budaya. Namun, keterbukaan ini tidak secara otomatis menyebabkan hilangnya identitas budaya Bali. Sebaliknya, masyarakat Bali beradaptasi dengan mempertahankan nilai-nilai lokal seperti Tri Hita Karana, sistem desa tradisional, ritual keagamaan, dan praktik sosial berbasis komunitas.

Dari perspektif Kosmopolitanisme Budaya, fenomena ini menunjukkan bahwa budaya lokal dan global tidak selalu berada dalam hubungan yang berlawanan. Budaya Bali telah mengalami proses transformasi melalui interaksi global, namun tetap mempertahankan unsur-unsur fundamental yang membentuk identitas komunitasnya. Misalnya, tari, upacara tradisional, dan kerajinan lokal dipromosikan kepada wisatawan internasional, namun keberadaannya tetap berakar pada sistem nilai dan praktik sosial Bali. Dengan demikian, pariwisata Bali dapat dipahami tidak

hanya sebagai aktivitas ekonomi global tetapi juga sebagai ruang kosmopolitan tempat budaya lokal dan global berinteraksi.

Kesimpulan

Globalisasi telah menjadikan Bali bagian dari jaringan mobilitas global yang secara signifikan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia sekaligus memperkuat posisinya dalam diplomasi budaya internasional. Di sisi lain, pengembangan pariwisata juga menghadirkan tantangan berupa tekanan lingkungan, komersialisasi budaya, dan distribusi manfaat ekonomi yang tidak merata. Dalam kondisi ini, negara memiliki peran strategis sebagai regulator, fasilitator, dan pengawas untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata berkelanjutan, inklusif, dan terus mendukung kepentingan masyarakat lokal. Sementara itu, perspektif kosmopolitanisme budaya menunjukkan bahwa keterbukaan terhadap budaya global tidak serta merta menghilangkan identitas budaya Bali, tetapi justru dapat mendorong proses interaksi dan adaptasi yang tetap berlandaskan nilai-nilai lokal. Oleh karena itu, keberhasilan pariwisata Bali bergantung pada kemampuan negara dan masyarakat untuk menyeimbangkan mobilitas global dengan pelestarian budaya dan keberlanjutan lingkungan.

Dengan demikian, pelajaran yang dipetik dari kasus Bali menunjukkan bahwa keberhasilan pariwisata di era globalisasi tidak hanya ditentukan oleh mobilitas wisatawan yang tinggi, tetapi juga oleh kemampuan negara untuk membangun tata kelola yang menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya lokal, dan keberlanjutan lingkungan.

Daftar Pustaka

- Alhafunnisa, A. (2025). *Pariwisata Sebagai Jembatan Antarbudaya: Mewujudkan Keberlanjutan Sosial di Destinasi Multikultural*.
- Appiah, K. A. (2006). *Cosmopolitanism: Ethics in a World of Strangers*. Allen Lane.
- Hall, M. (2026, Maret 11). *Peran Negara-Bangsa dalam Globalisasi: Ekonomi, Budaya & Kedaulatan*. Retrieved from <https://www.investopedia.com:https://www.investopedia.com/ask/answers/022415/what-role-nationstate-globalization.asp>
- Hendrajana, I. G. (2026). Pariwisata Minat Khusus sebagai Strategi Transformasi dan Diversifikasi. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*.
- Ichsan, R. N., Laratmase, P., & Novedliani, R. (2024). Digitalisasi Destinasi sebagai Strategi Pengembangan Promosi.

- Khabare, K. K. (2026, April 29). *Bali di Tengah Arus Globalisasi: Antara Identitas Budaya dan Komodifikasi Pariwisata*. Retrieved from <https://ken-kenkhabare.com:https://ken-kenkhabare.com/2026/04/29/bali-di-tengah-arus-globalisasi-antara-identitas-budaya-dan-komodifikasi-pariwisata/>
- Khoirunisa, H. (2024, April 25). *Peran Sektor Pariwisata dalam Membangun Ekonomi Lokal yang Berkelanjutan*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com:https://www.kompasiana.com/khoirunisahilda6060/662a2462147093191f4bffb2/peran-sektor-pariwisata-dalam-membangun-ekonomi-lokal-yang-berkelanjutan>
- Kurniawan, E. R. (2024). Analisis Peranan Sektor Pariwisata Di Provinsi Bali Dengan Menggunakan (Pendekatan Input-Output). *Jurnal Ilmiah dan Pendidikan*.
- Kusuma, J. B., Fahrina, K., & Fadilla, T. N. (2024). Globalisasi, Warisan Budaya, dan Pariwisata: Implikasi Terhadap Hubungan Antar Bangsa. *Jurnal Public Knowledge*.
- Ningsih , C., Mochtar, H., Setiawan, & Purnama, I. (2025). Peran pariwisata Dalam Ekonomi Berkembang. Media Penerbit Indonesia.
- Partamihardja, E. (2026, Maret 8). *Popularitas Bali di Era Digital dan Tantangan Menata Pariwisata Berkelanjutan*. Retrieved from <https://www.netralnews.com:https://www.netralnews.com/nncopini/popularitas-bali-di-era-digital-dan-tantangan-menata-pariwisata-berkelanjutan>
- Puja, I. B., Suprastayasa, I. G., & Aryasih, P. A. (2021). *Kepariwisata Berbasis Masyarakat, Budaya, dan keberlanjutan*. Bali: Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Pariwisata Bali.
- Putra, A. D. (2025, September 22). *Tantangan Bali sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com:https://www.kompasiana.com/gdpconstant6957/68d13fa3ed64155ac7477492/tantangan-bali-sebagai-destinasi-pariwisata-berkelanjutan>
- Setyawan, A. T., Kusumawat, E., & Fitri, J. L. (2026). Strategi Kebijakan Pengembangan Kepariwisata: Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan dan Inklusif di Indonesia. *Pariwisata Tawangmangu*.
- Suwardana, I. W. (2016). Analisis Kebijakan Pengembangan Pariwisata (Intervensi Melalui Kebijakan Pariwisata Berkelanjutan di Bali).

**Paradoks Keaslian Pariwisata 'Warisan Hidup':
Analisis Perbandingan George Town, Penang dan Jalan Malioboro,
Yogyakarta**

Nur Yaqin Zaheen Binti Mohd Razali

Pendahuluan

Pariwisata warisan budaya harus dirangkul sebagai strategi utama bagi kota-kota bersejarah karena menarik pengunjung, memperkuat identitas budaya, dan mendorong pertumbuhan ekonomi; tanpa memprioritaskan pembangunan berbasis warisan budaya, kota-kota berisiko kehilangan karakter dan aliran pendapatan berkelanjutan. Pariwisata warisan budaya, dalam kerangka keberlanjutan, telah menjadi fokus utama penelitian dalam beberapa tahun terakhir. Pariwisata warisan budaya harus memprioritaskan keaslian karena pengunjung menginginkan pengalaman yang otentik, personal, dan terhubung erat dengan komunitas lokal. Tanpa keterlibatan yang otentik, pariwisata warisan budaya berisiko menjadi pertunjukan dangkal yang melemahkan kualitas yang justru menarik wisatawan. Namun, pencapaian status internasional, seperti daftar Warisan Dunia UNESCO, seringkali meningkatkan reputasi suatu situs dan meningkatkan pariwisata. Namun, tuntutan dari sektor pariwisata dan pembangunan kembali perkotaan dapat mengancam identitas dan validitas suatu tempat, yang penting bagi nilai warisannya (Anuar dkk., 2021). Konflik muncul ketika karakteristik budaya, fisik, atau sosial suatu warisan dimodifikasi atau diganti untuk memenuhi kepentingan pariwisata dan pembangunan (Geçikli, dkk., 2024).

Di Asia Tenggara, dua kota yang diakui UNESCO, George Town, Penang, dan Malioboro, Yogyakarta, menggambarkan contoh kuat dari dilema ini. Pada tahun 2008, George Town diakui sebagai Situs Warisan Dunia UNESCO karena kekayaan arsitektur dan budayanya yang beragam. Namun, pengakuan UNESCO telah mendorong kenaikan harga properti dan menarik wisatawan, memaksa penduduk setempat untuk pindah dan mengurangi tradisi budaya seperti Festival Hantu Lapar (Mok, O, 2017). Malioboro, Yogyakarta, diakui pada tahun 2023 sebagai "Poros Kosmologis Yogyakarta dan Landmark Bersejarahnya" dan sedang menjalani regenerasi perkotaan yang berfokus pada warisan budaya. Proyek ini meningkatkan fasad arsitektur dan menarik pariwisata massal, tetapi juga menyebabkan tekanan konstruksi yang menggusur penduduk dan mengubah penggunaan lahan (Sholihah dkk., 2026).

Studi terbaru menemukan bahwa di George Town, karya seni jalanan dan mural dinding bertujuan untuk melestarikan warisan sejarah dan menarik wisatawan, tetapi secara tidak sengaja telah memicu pembangunan kembali perkotaan dan gentrifikasi visual (Connolly, 2025; Wu & Cao, 2021). Transformasi ini telah mengubah struktur sosial dan ekonomi kawasan warisan budaya, yang mengakibatkan penggusuran penduduk asli dan eksploitasi situs budaya yang didorong oleh pasar (Rofe, 2015). Perkembangan ini telah merestrukturisasi sistem sosial dan ekonomi kawasan warisan budaya, yang menyebabkan penggusuran penduduk asli dan komodifikasi situs tradisional. Kosmopolitanisme merupakan faktor kunci bagi pengunjung warisan budaya dan sektor pariwisata, namun seringkali menghancurkan estetika yang diuntungkannya. Memberi label suatu daerah sebagai kosmopolitan mengarah pada komersialisasi kehidupan lokal dan pembangunan narasi keragaman yang seragam bagi pengunjung, yang menghasilkan narasi variasi yang terstandarisasi yang dirancang untuk memenuhi harapan pengunjung.

Hal ini seringkali mengusir komunitas yang mewujudkan tradisi hidup, membahayakan keberlanjutan warisan tak benda yang menjadi inti kosmopolitanisme tersebut (Bakri dkk., 2025). Makalah ini membandingkan George Town dan Malioboro untuk meneliti paradoks otentisitas dalam pariwisata warisan hidup, dengan perhatian khusus pada bagaimana pariwisata yang didorong oleh pengakuan UNESCO telah meningkatkan biaya hidup, memaksa anggota masyarakat untuk pindah, dan berkontribusi pada kemerosotan kehidupan komunitas lokal di kedua tempat tersebut (Ong & Marzuki, 2025; Sholihah dkk., 2026). Komodifikasi warisan dan otentisitas yang diperebutkan, yang merupakan pengemasan lingkungan binaan, gastronomi, dan ruang publik untuk konsumsi pariwisata, dipasangkan dengan penilaian otentisitas yang kontras antara wisatawan lokal dan asing (Katahenggam & Wee, 2024).

Dengan demikian, warisan George Town dipengaruhi oleh dinamika pasar dan organisasi non-pemerintah, seperti yang diilustrasikan oleh entitas seperti George Town World Heritage Incorporated, sedangkan Yogyakarta menunjukkan pendekatan yang berbeda, di mana pemerintah negara bagian mengambil tanggung jawab utama untuk mengawasi pembangunan kembali perkotaan (Lim & Pan, 2017; Katahenggam & Wee, 2024; Sholihah dkk., 2026). Studi ini menyimpulkan bahwa meskipun pengakuan UNESCO menghasilkan manfaat ekonomi dan visibilitas, pariwisata yang dikelola dengan buruk mengancam keberlanjutan sosial dan budaya situs warisan; oleh karena itu, situs warisan harus selaras dengan etika konservasi dengan mengadopsi pendekatan yang lebih inklusif dan berfokus pada komunitas

daripada mengutamakan agenda yang berorientasi pada pariwisata. Studi ini berpendapat bahwa kontradiksi ini bukan sekadar produk sampingan dari pengembangan pariwisata tetapi merupakan hasil mendasar dari kerangka pengakuan UNESCO dan kontrol budaya saat ini. Mekanisme yang ditetapkan untuk melindungi daftar internasional warisan, standar konservasi profesional, dan model ekonomi berbasis pariwisata secara konsisten memprioritaskan pelestarian fisik dan konsumsi pengunjung daripada kesejahteraan masyarakat dan vitalitas budaya.

Pariwisata Warisan Budaya Dan Tantangan Keaslian

Terlepas dari pentingnya, pariwisata bersejarah justru merusak keaslian, bertentangan dengan anggapan umum. Meskipun demikian, penelitian sebelumnya mengungkapkan kontradiksi mendasar antara tujuan konservasi dan tuntutan komersial wisatawan (Zhao dkk., 2024). Menurut Zhao dkk. (2024), pariwisata warisan budaya menghasilkan keuntungan ekonomi tetapi mengancam otentisitas nyata dan integritas budaya tak benda di distrik tersebut. Studi ini menekankan bahwa warisan fisik (otentisitas berbasis objek) dan pengalaman hidup (otentisitas eksistensial) memainkan peran penting dalam membentuk niat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Sebuah studi oleh Wang dkk (2025) tentang Kota Kuno Pingyao, Situs Warisan Dunia UNESCO di Tiongkok, menemukan bahwa klaim makalah ini didukung oleh bukti bahwa paradigma pelestarian statis lebih menghargai konservasi fisik daripada vitalitas budaya. Pengembangan lahan di daerah tersebut meningkat 212% untuk layanan dan 300% untuk lahan komersial, sementara 86% pemangku kepentingan mengangkat isu otentisitas. Studi ini menunjukkan bahwa paradigma pelestarian statis memprioritaskan pelestarian fisik di atas vitalitas budaya dan pengalaman pengunjung yang komprehensif, membuat destinasi tersebut kurang kompetitif meskipun memenuhi tujuan teknis. Menurut Bakri dkk (2025), kisah "Jalan Harmoni" yang digunakan untuk memasarkan George Town sebagai citra multikultural bersifat generik dan gagal untuk melibatkan dinamika sosial budaya lokal, yang dihasilkan oleh aktor resmi dan pariwisata untuk menyenangkan wisatawan asing; narasi tersebut mengesampingkan sudut pandang lokal. Studi ini menunjukkan bahwa "otentisitas" pariwisata sejarah adalah konstruksi sosial berdasarkan latar belakang dan harapan wisatawan (Mok, 2024).

Di Malioboro, Yogyakarta, sebuah studi oleh Sholihah dkk (2026) menemukan bahwa proyek revitalisasi yang dilakukan setelah pengakuan UNESCO pada tahun 2023 berhasil meningkatkan kualitas fisik dan estetika daerah tersebut, namun secara

bersamaan memicu gentrifikasi dan perubahan penggunaan lahan. Pedagang kecil dan masyarakat adat harus bersaing dengan perusahaan besar dan waralaba, dan tempat-tempat umum yang secara tradisional digunakan untuk bersosialisasi semakin dikomersialkan. Studi ini menunjukkan bahwa "melestarikan" warisan seringkali menghancurkan lembaga sosial dan ekonomi lokal. Studi-studi ini secara kolektif mengungkapkan tren yang berbeda: pariwisata warisan, ketika dipengaruhi oleh tata kelola dari atas ke bawah dan dinamika pasar, seringkali mengikis keaslian yang seharusnya dilindungi. Studi ini berpendapat bahwa tren ini bukanlah kebetulan tetapi intrinsik terhadap rasionalitas komodifikasi warisan, di mana nilai ekonomi warisan diperoleh dengan mengorbankan signifikansi sosial dan budayanya.

Dampak Pengakuan UNESCO Terhadap Masyarakat Lokal

Studi ini berpendapat bahwa status UNESCO, yang sering dianggap sebagai 'hadiah', adalah pedang bermata dua. Menurut penilaian Penang Heritage Trust tahun 2024, populasi zona inti warisan di George Town telah anjlok dari 50.000 jiwa pada tahun 2008 menjadi 9.000 jiwa saat ini, atau kehilangan hampir 41.000 jiwa. Makalah ini berpendapat bahwa penurunan populasi yang signifikan merupakan akibat yang disengaja dari gentrifikasi yang dipicu oleh pariwisata. Pariwisata dan investasi real estat telah menaikkan harga sewa dan biaya hidup. Analisis menunjukkan bahwa penduduk lokal terpinggirkan ketika ruko-ruko tua diubah menjadi hotel butik, kafe, dan toko suvenir (Mok, 2024).

Sebuah studi oleh Akilah & Luerdi (2026) menemukan bahwa dua Jalan Armenia di George Town dan Taman Sari di Yogyakarta mengalami tekanan alih-alih komodifikasi dan gentrifikasi setelah pengakuan UNESCO. Studi ini menunjukkan perubahan fungsional dari "warisan hidup" menjadi "ruang konsumsi," dan partisipasi masyarakat lokal dalam makna sejarah terpinggirkan. Inisiatif revitalisasi Yogyakarta setelah sertifikasi UNESCO telah meningkatkan gentrifikasi di Malioboro (Sholihah dkk, 2026). Pedagang kecil dan penduduk lama terpaksa pindah karena kenaikan sewa, sementara ruang publik yang dulunya berfungsi sebagai pusat interaksi sosial kini didominasi oleh waralaba dan bisnis besar.

Kedua studi kasus tersebut menunjukkan bahwa akreditasi UNESCO tidak menjamin perlindungan budaya yang berkelanjutan, seringkali menyebabkan komodifikasi dan migrasi. Hal ini tidak boleh digunakan sebagai pengganti tata kelola warisan yang berpusat pada masyarakat. Artikel ini berpendapat bahwa kerangka kerja UNESCO, meskipun memiliki niat baik, kurang memiliki alat untuk melindungi masyarakat dari dampak gentrifikasi yang disebabkan oleh pariwisata.

Fokus pada 'signifikansi universal yang besar' sering kali memprioritaskan sudut pandang para spesialis dan pengunjung internasional di atas realitas kehidupan penduduk setempat. Tanpa reorientasi komprehensif menuju tata kelola yang berpusat pada komunitas, pengakuan UNESCO akan terus menjadi penyebab penggusuran daripada instrumen untuk pelestarian berkelanjutan.

Gentrifikasi dan Pengusiran dalam Pariwisata Warisan Budaya, Erosi Warisan Tak Berwujud

Kedua studi kasus tersebut menunjukkan bahwa akreditasi UNESCO kurang memiliki keberlanjutan budaya, seringkali mengakibatkan komodifikasi dan migrasi. Akreditasi tersebut seharusnya tidak menggantikan tata kelola warisan budaya yang berpusat pada komunitas. Menurut Wu & Cao (2021), instalasi seni jalanan di dinding George Town, yang awalnya dimaksudkan untuk melestarikan warisan budaya dan menarik wisatawan, secara tidak langsung telah menyebabkan gentrifikasi estetika. Rangkaian ini berlangsung dalam tiga fase: masuknya seniman dan profesional kreatif, munculnya kafe, galeri, dan butik, dan investasi properti besar-besaran oleh pengembang luar negeri, yang memaksa rumah tangga berpenghasilan rendah yang tidak mampu membayar sewa yang terus meningkat untuk pindah ke daerah pinggiran kota (Sholihah dkk., 2026). Studi ini menekankan bahwa estetika kosmopolitan yang dihasilkan melalui seni jalanan bukanlah netral; melainkan berfungsi sebagai alat untuk penggusuran halus.

Sebuah studi oleh Connolly (2025) menemukan bahwa penduduk lokal di George Town merasa "terhapus" oleh proses gentrifikasi ini, identitas dan sejarah mereka digantikan oleh citra yang dibangun untuk wisatawan. Karena ruang-ruang tersebut diperindah dan dipasarkan kepada wisatawan, secara tidak langsung ruang-ruang tersebut menjadi tidak terjangkau dan tidak ramah bagi penduduk asli. Sholihah dkk (2026) menyatakan bahwa pembangunan kembali yang berfokus pada warisan budaya telah melakukan gentrifikasi terhadap Malioboro, memaksa pedagang kecil dan keaslian daerah tersebut untuk bersaing dengan bisnis besar dan waralaba, sementara standardisasi lingkungan ritel telah mengurangi keragaman komersial. Pariwisata warisan budaya telah mengubah lokasi warisan budaya yang "hidup" menjadi "cangkang kosong" (warisan budaya yang kosong).

Pelestarian warisan bangunan terkadang mengabaikan praktik, tradisi, dan bahasa lokal. Penang Heritage Trust menemukan bahwa Festival Hantu Lapar di George Town, yang dulunya dirayakan dengan lebih dari 280 altar dan panggung, mengalami penurunan karena menyusutnya populasi dan meningkatnya biaya

organisasi. Panitia perayaan kini harus bersatu setelah sebelumnya beroperasi secara individual. Warga yang beribadah di luar rumah mereka dengan lilin besar selama Tahun Baru Imlek menjadi semakin jarang (Mok, O, 2017).

Teori Wacana Warisan Resmi, seperti yang diartikulasikan oleh Smith (2006), mewakili paradigma yang dominan yang memprioritaskan konservasi struktur fisik dan otoritas para profesional di atas kepentingan masyarakat; teori ini berfungsi secara hegemonik, meminggirkan sudut pandang alternatif dengan berfokus pada keahlian kelembagaan. Warisan dari Bawah menekankan praktik warisan akar rumput di tingkat individu dan komunitas, menunjukkan bagaimana aktor sehari-hari menciptakan warisan dengan cara yang dapat menantang dan melengkapi pembuatan warisan formal dan kelembagaan di ruang publik. Teori ini berfokus pada pengalaman pribadi dan cara-cara informal bagaimana masa lalu diintegrasikan ke dalam kehidupan masa kini (Muzaini & Minca, 2018).

Accelerated Humanities and Development (AHD) terlihat jelas dalam kebijakan pemeliharaan George Town World Heritage Incorporated (GTWHI), di mana pilihan dibuat dari atas ke bawah tanpa masukan dari masyarakat. Alur cerita "Jalan Harmoni" yang digembar-gemborkan dikritik sebagai generik dan lebih bersifat pemasaran daripada realitas sosial (Bernama, 2026). Revitalisasi yang dipimpin negara di Malioboro mencakup AHD tanpa melibatkan pedagang kecil (Thouki & Skrede, 2025). Proyek revitalisasi Malioboro oleh pemerintah negara bagian mencakup AHD tanpa konsultasi yang memadai dengan pedagang kecil (Muzaini & Minca, 2018). Beberapa penulis berpendapat bahwa penetapan UNESCO menciptakan peluang ekonomi, lapangan kerja, dan reputasi internasional, yang membenarkan gentrifikasi, tetapi studi ini menunjukkan bahwa investor luar dan kelas menengah baru mendapat manfaat secara tidak proporsional sementara penduduk asli tergusur (Zhao et al, 2024). Tanpa perlindungan masyarakat yang memadai seperti pengendalian sewa, perlindungan usaha mikro, dan tata kelola partisipatif, penetapan UNESCO dapat menyebabkan ketidakadilan dan degradasi budaya.

Prevalensi Wacana Warisan Resmi (Authorised Heritage Discourse/AHD) di George Town dan Malioboro merupakan contoh tren global yang lebih luas dalam tata kelola warisan budaya, di mana keahlian profesional dan otoritas kelembagaan diprioritaskan di atas pengetahuan masyarakat dan pengalaman hidup. Studi ini berpendapat bahwa kesenjangan ini bukanlah kesalahan teknis, melainkan keputusan politik—keputusan yang secara sistematis meminggirkan masyarakat yang mewakili

'warisan hidup' yang seharusnya diselamatkan oleh situs-situs tersebut. Transisi menuju Warisan dari Bawah (Legacy From Below/HFB) tidak hanya membutuhkan konsultasi, tetapi juga pembagian kekuasaan yang autentik, di mana masyarakat memiliki kapasitas untuk mendefinisikan, mengelola, dan memperoleh manfaat dari warisan mereka sendiri. Baik George Town maupun Malioboro menunjukkan bahwa status UNESCO justru mempercepat, bukan mengurangi, komodifikasi dan gentrifikasi. Di George Town, populasi inti warisan budaya telah anjlok dari 50.000 jiwa pada tahun 2008 menjadi 9.000 jiwa saat ini, sementara di Malioboro, pedagang kecil telah tergusur oleh waralaba dan bisnis besar (Mok, 2024; Sholihah dkk., 2026; Akilah & Luerdi, 2026).

Makalah ini berpendapat bahwa di kedua kota tersebut, narasi "warisan hidup" telah dimanfaatkan sebagai alat pemasaran yang memprioritaskan konsumsi wisatawan daripada kesejahteraan masyarakat. Dari segi tata kelola, warisan George Town dikelola oleh George Town World Heritage Incorporated (GTWHI) dengan konsultasi masyarakat yang terbatas, sementara revitalisasi Malioboro dipimpin langsung oleh pemerintah negara bagian Yogyakarta (Lim & Pan, 2017; Sholihah dkk., 2026). Terlepas dari perbedaan kelembagaan ini, kedua pendekatan tersebut mencerminkan dominasi Wacana Warisan Resmi (Authorised Heritage Discourse/AHD), yang mengutamakan pelestarian fisik dan keahlian profesional daripada kebutuhan masyarakat (Smith, 2006; Thouki & Skrede, 2025). Yang terpenting, "keaslian" di kedua kota tersebut telah menjadi kategori wisata daripada realitas yang dialami: "Jalan Harmoni" di George Town dan "Poros Kosmologis" di Malioboro lebih merupakan pemasaran daripada realitas sosial-budaya (Bakri dkk., 2025; Bin Tajudeen, 2008).

Kesimpulan

Penelitian komparatif antara George Town dan Malioboro ini menunjukkan bahwa dilema otentisitas bukanlah kejadian terisolasi, melainkan karakteristik mendasar dari tata kelola pariwisata warisan budaya saat ini. Di kedua kota tersebut, upaya untuk mendapatkan pengakuan UNESCO dan pendapatan pariwisata telah memunculkan siklus komodifikasi, gentrifikasi, dan relokasi komunitas yang pada akhirnya mengikis fitur intrinsik yang pertama kali menjadikan situs-situs ini penting.

Sebuah studi tentang George Town, Penang, dan Malioboro, Yogyakarta, menggunakan teori Paradoks Otentisitas, Wacana Warisan Resmi (Authorised Heritage Discourse/AHD), dan Warisan dari Bawah (Heritage From Below/HFB)

mengungkapkan sebuah paradoks dalam pariwisata warisan budaya: pemasaran destinasi yang sukses sebagai warisan "hidup" menyebabkan peningkatan komersialisasi, yang mengikis nilai-nilai aslinya. Kesimpulan mendasar dari situasi ini adalah bahwa otentisitas dalam pariwisata sejarah jarang bersifat mendasar, melainkan dikonstruksi secara sosial, dipengaruhi oleh harapan pengunjung, strategi pemasaran, dan narasi institusional yang dominan (Azizan dkk., 2025). Konsep "Jalan Harmoni" di George Town lebih merupakan pemasaran daripada realitas sosial-budaya. "Poros Kosmologis" oleh UNESCO telah mengubah narasi Malioboro dari ruang hidup bagi penduduk menjadi objek wisata yang harus "dipentaskan" (Bakri dkk., 2025; Bin Tajudeen, 2008).

Selain itu, metode konservasi AHD, yang memprioritaskan materialitas fisik dan kompetensi profesional, telah meminggirkan penduduk lokal dan menciptakan "warisan kosong," di mana warisan fisik dipelihara tetapi jiwa budaya dan sosial hilang. Kenaikan harga sewa dan gentrifikasi estetika telah mendorong 41.000 penduduk George Town keluar dari inti warisan (Wu & Cao, 2021). Homogenisasi ruang bisnis dan relokasi pedagang kecil di Malioboro saling terkait. Singkatnya, pariwisata warisan berkelanjutan memerlukan perubahan paradigma dari pendekatan yang berfokus pada pariwisata dan pasar menjadi pendekatan yang memprioritaskan komunitas dan hak asasi manusia, memastikan bahwa warisan dilestarikan sebagai identitas yang dihayati daripada sekadar komoditas untuk konsumsi.

Daftara Pustaka

- Akilah, U. I., & Luerdi. (2026). Analisis Dampak Revitalisasi Unesco Terhadap Komunitas Lokal : Studi Kasus Taman Sari Yogyakarta Dan Armenian Street George Town. *Inovasi Pembangunan Jurnal Kelitbangan*, 14(1), 77-85. <https://doi.org/10.35450/jip.v14i01.1673>
- Anuar, A. N., Aziz, A. F., Hashim, N. I., Jaini, N., & Sulaiman, F. C. (2021). Konflik Identitas Tempat di Situs Pariwisata Warisan Budaya. *Jurnal Pariwisata dan Pembangunan Berkelanjutan*, 2(2), 16-29. <https://doi.org/10.31098/tsdr.v2i2.47>
- Azizan, M. A., Syed, M. A., & Shamshudeen, R. I. (2025). Branding Warisan melalui Pseudo-Event: Studi Kasus Melaka, Malaysia. *Jurnal Internasional Penelitian Akademik di bidang Bisnis dan Ilmu Sosial*, 15(7), 741-754. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v15-i7/25800>
- Bakri, A. F., Zaman, N. Q., & Samadi, Z. (2025). Perspektif Komunitas Lokal tentang Otentisitas di 'Jalan Harmoni', Situs Warisan Dunia George Town,

- Penang. *Jurnal Lingkungan Terbangun*, 22, 227-240.
<https://doi.org/10.24191/bej.v22iSI.5451>
- Bernama. (2026, June 6). *Chow Kon Yeow: George Town lebih siap untuk mempertahankan status warisan UNESCO setelah 18 tahun*. Dari Malay Mail: <https://www.malaymail.com/news/malaysia/2026/06/06/chow-kon-yeow-george-town-better-equipped-to-preserve-unesco-heritage-status-after-18-years/222759>
- Bin Tajudeen, I. (2008). Memulihkan reruntuhan, menuliskan kembali identitas: Benteng kerajaan dan masjid negara dalam proyek 'warisan budaya' di Melaka, Palembang dan Makassar. *Sidang Umum dan Simposium Internasional ICOMOS ke-16: 'Menemukan semangat suatu tempat – antara yang nyata dan yang tak nyata'* (hlm. 1-12). Kanada: ICOMOS. Dari <https://publ.icomos.org/publicomos/jlbSai?html=Pag&page=Pml/Not&base=technica&ref=09E61B81AFA796DAE394A3EDC46AFA93#3#3>
- Connolly, C. (2025). Guess I'm Next to be Erased": seni jalanan, warisan budaya, dan gentrifikasi di George Town, Malaysia. *Geografi Perkotaan*, 2302-2319.
- Geçikli, RM, Turan, O., Lachytová, L., Dağlı, E., Kasalak, MA, Uğur, S.B., & Guven, Y. (2024). Pariwisata Warisan Budaya dan Keberlanjutan: Analisis Bibliometrik. *Keberlanjutan*, 16(15), 6424.
<https://doi.org/10.3390/su16156424>
- Katahenggam, N., & Wee, V. E.-L. (2024). Peran besar negara dalam pariwisata: sebuah tinjauan terhadap persepsi wisatawan tentang pembentukan tempat dan otentisitas di Melaka dan George Town, Malaysia. *Jurnal Internasional Pemasaran Rekreasi dan Pariwisata*, 8(2), 126-142.
<https://doi.org/10.1504/IJLTM.2024.140624>
- Lim, S. S., & Pan, Y. C. (2017). *Pariwisata Warisan Budaya di George Town: Isu yang Rumit dan Selalu Kontroversial*. Institut Penang. Penang: Institut Penang. Dari <https://penanginstitute.org/publications/issues/1019-heritage-tourism-in-george-town-a-complicated-and-always-controversial-issue/#ftn10a>
- Mok, O. (2017, 8 September). *Saatnya mengakui Festival Hantu Lapar sebagai warisan tak benda penting di Penang, kata asosiasi tersebut*. Dari Malay Mail: <https://www.malaymail.com/news/malaysia/2017/09/08/time-to-recognise-hungry-ghost-festival-as-an-important-intangible-heritage/1460441>
- Mok, O. (2024). *Lembaga pengawas Penang mengatakan warisan budaya George Town terancam karena gentrifikasi mengusir penduduknya*. Diakses pada 7 November 2026 dari Malay Mail: <https://www.malaymail.com/news/malaysia/2024/11/15/george-towns->

heritage-under-threat-as-gentrification-drives-residents-away-says-penang-watchdog/156958

- Muzaini, H., & Minca, C. (2018). *Setelah Warisan: Perspektif Kritis tentang Warisan dari Bawah*. Penerbitan Edward Elgar. Diakses pada 7 November 2026.
- Ong, H. Y., & Marzuki, A. b. (2025). Dampak Warisan Berwujud Terhadap Penggunaan Bangunan Bersejarah Di Situs Warisan Dunia Unesco George Town Di Penang, Malaysia. *Perencanaan Malaysia: Jurnal Institut Perencana Malaysia*, 23(5), 255-274. <https://doi.org/10.21837/pm.v23i38.1848>
- Rofe, M. W. (2015). Memori, Manajemen dan Pemasaran: Pariwisata Warisan sebagai Katalis Transformasi Perkotaan. *Jurnal Penelitian Perencanaan*, 4(2), 45-54. <https://doi.org/10.4038/bhumi.v4i2.9>
- Sholihah, A. B., Agustiananda, P. A., & Utaberta, N. (2026). Pembangunan Kembali Perkotaan Berbasis Warisan: Otentisitas Tempat dan Gentrifikasi. *Jurnal Internasional untuk Perencanaan Tata Ruang dan Pembangunan Berkelanjutan*, 14(1), 137-153. https://doi.org/10.14246/irspsd.14.1_137
- Smith, L. (2006). *Pemanfaatan Warisan Budaya*. London: Routledge.
- Thouki, A., & Skrede, J. (2025). Membingkai ulang wacana warisan resmi (AHD) dalam kerangka penjelasan realis: menuju hubungan dialektis antara wacana dan ekstra-diskursif. *Jurnal Internasional Studi Warisan Budaya*, 31(4), 407-424. <https://doi.org/10.1080/13527258.2024.2437356>
- Wang, Q., Ma, P., & Wang, Y. (2025). Pariwisata Warisan Budaya Berkelanjutan dalam Masa Transisi: Kebijakan, Ruang, dan Keaslian di Situs Warisan Dunia UNESCO. *Keberlanjutan*, 17(21). <https://doi.org/10.3390/su17219619>
- Wu, Y. Q., & Cao, Y. (2021). Seni Dinding di George Town: Pengaruh Gentrifikasi Estetika pada Situs Warisan Budaya. *JATI - Jurnal Studi Asia Tenggara*, 26(2), 174-206. <https://doi.org/10.22452/jati.vol26no2.8>
- Zhao, S., Marzuki, A., Rong, W., & Ran, X. (2024). Aplikasi empiris model otentisitas berbasis konsumen dalam pariwisata warisan budaya di distrik bersejarah George Town, Penang, Malaysia. *Heliyon*, 10(18), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38254>

Globalisasi dan Identitas Budaya dalam *Mega-Sport Events*: Analisis Piala Dunia FIFA tahun 2026

Chandha Desi Cania Fajar Milaningtyas

Pendahuluan

Percepatan arus globalisasi yang meliputi arus informasi, budaya dan komunikasi lintas batas negara secara massif menyebar ke berbagai negara di dunia. Dengan bertransformasinya era globalisasi ini, negara-negara di dunia dapat dengan mudah terhubung satu sama lain dengan kendala yang sangat minim. Oleh sebab adanya liberalisasi diproduk antar negara maka, produk-produk dari negara lain yang belum dapat diakses menjadi lebih mudah untuk didapatkan karena adanya liberalisasi produk antar negara. Fenomena ini tidak terlepas mobilitas barang yang semakin marak dipasaran, meluasnya informasi melalui sosial media, radio, televisi, dan internet juga menambah kecepatan arus globalisasi. Lebih lanjut, arus globalisasi tidak terlepas dari sektor ekonomi yang ikut tumbuh dan mengalami pemekaran. Maka dari itu, banyak dari Perusahaan-perusahaan multinasional juga mengembangkan sayap bisnisnya secara internasional. Di sisi lain, dengan meningkatnya arus ekonomi secara internasional, juga meningkatkan daya saing yang membuat perusahaan-perusahaan multinasional mendominasi kerajaan bisnisnya di negara-negara berkembang (Labes, 2014).

Bukan hanya Perusahaan multinasional dan negara yang menjadi aktor pada era globalisasi namun, seiring dengan berkembangnya waktu organisasi atau komite-komite internasional turut menjadi bagian dari dinamika globalisasi. *Mega-sports Event* Piala Dunia FIFA contohnya, telah menjadi bagian budaya internasional yang diterima dan diikuti oleh hampir seluruh negara-negara di dunia. *Event* akbar ini menjadi instrumen globalisasi yang menjadi wadah bagi suatu negara untuk memperkenalkan budaya lokalnya dengan menjadi tuan rumah Piala Dunia (Junaedi, 2026). Selain itu, negara yang menjadi tuan rumah Piala Dunia dapat memanfaatkan kesempatan tersebut untuk meningkatkan pengaruhnya secara global tanpa adanya kekuatan militer. Menurut Nurhidayat dkk (2022), *host-country* Piala Dunia dapat menarik perhatian internasional melalui pengenalan budaya, nilai-nilai identitas, secara halus. Dengan memanfaatkan *moment* strategis tersebut, akan mengundang para investor, dan wisatawan yang menguntungkan ekonomi *host-country* Piala Dunia (Iqbal Febri Nurhidayat, Khairur Rizki, Kurnia Zulhandayani Rizki, 2022). Terlepas dari anggaran negara yang besar untuk mempersiapkan ajang Piala Dunia, *host-country* masih memiliki keuntungan jangka Panjang pasca *event* dilaksanakan.

Selama periode Juni 2023 sampai Agustus 2026 FIFA melaporkan bahwa Kanada telah memberikan kontribusi sebesar CAD 3,8 miliar untuk persiapan penyelenggaraan Piala Dunia FIFA 2026. Temuan tersebut memperkirakan kontribusi positif sebesar CAD 2 miliar terhadap produk domestik bruto (PDB) Kanada, CAD 1,3 miliar terhadap pendapatan tenaga kerja, dan CAD 700 juta terhadap pendapatan pemerintah, serta penciptaan dan pelestarian 24.100 lapangan kerja di seluruh negeri selama periode yang dianalisis (FIFA, 2024).



Gambar. I: Estimasi Kontribusi Ekonomi Piala Dunia FIFA 26 Kanada (FIFA, 2024)

Pada gambar tersebut dapat dihitung bahwa pengeluaran modal, operasional, dan pengunjung Piala Dunia FIFA di Kanada diestimasikan dapat meraup keuntungan sebesar CAD 1,9 miliar selama periode Juni 2023-Agustus 2026. Sedangkan, keuntungan dalam jangka panjang, Kanada dapat membuka lowongan pekerjaan sebanyak 24.100 yang berguna untuk meningkatkan skill pekerja dalam bidang *Mega-Event* (FIFA, 2024).

Pada momen yang bersejarah ini, Kanada juga mengenalkan budaya mereka dengan menghadirkan beberapa penyanyi terkenal untuk menghiasi acara pembukaan Piala Dunia FIFA 2026 di Toronto. Penyanyi-penyanyi tersebut antara lain; Alanis Morissette, Alessia Cara, Elyanna, Jessie Reyez, Michael Buble, Nora Fatehi, Sanjoy, Vegedream, William Prince (FIFA, 2026). Inspirasi musik yang ditampilkan pada gelaran pembukaan Piala Dunia FIFA 2026 di Kanada ditunjukkan sebagai gambaran keberagaman komunitas, dan kekuatan melalui ajang *Mega-Event* Piala Dunia 2026. Gianni Infantino Presiden FIFA juga mengucapkan melalui akun pribadi media sosial-nya “*La Cérémonie d’ouverture à Toronto ca incarnera avec*

force l'identité du Canada et l'énergie autour de la Coupe du Monde de la FIFA 2026”, di mana intinya upacara pembukaan Piala Dunia 2026 merupakan refleksi identitas Kanada yang mewarnai Piala Dunia FIFA 2026 (Infantino, 2026).

Beralih ke *host-country* Piala Dunia FIFA 2026 selanjutnya, yaitu Amerika Serikat. Menurut laporan Saxo Bank, implikasi ekonomi Piala Dunia FIFA terhadap ekonomi Amerika Serikat tidak begitu signifikan. Hal tersebut dipengaruhi oleh inflasi yang melonjak dan tingkat daya beli konsumen yang rendah. Terdapat sejumlah kritik dari para wisatawan yang mengeluhkan harga tiket kursi yang mahal, di mana setiap penjualan kursi dipatok dengan harga di atas US\$ 1.000, sehingga hal tersebut tidak begitu menarik para pengunjung dari luar negeri untuk menonton langsung pertandingan sepak bola di Amerika Serikat (Melani, 2026). Namun, bukan berarti Amerika Serikat tidak mendapatkan keuntungan sama sekali sebagai tuan rumah Piala Dunia FIFA 2026. Secara signifikan, dengan adanya *Mega-Event* tersebut terdapat kota-kota seperti Atlanta, Dallas, Houston, dan San Antonio yang mendapatkan keuntungan jangka panjang dengan adanya *event* tersebut.

Menurut Triolet (2025), secara keseluruhan keempat wilayah tersebut dapat meraup keuntungan jangka panjang sebanyak US\$ 3 miliar-US\$ 4 miliar dari hasil pengembangan infrastruktur olahraga, kerjasama dengan Perusahaan besar seperti Google dan Microsoft, serta pengembangan UMKM, pariwisata, dan perhotelan (Triolet, 2025). Dari sisi kebudayaan Amerika Serikat mencerminkan kebudayaan yang multikultural, dan kebesaran skala *event* Piala Dunia FIFA 2026 di Amerika Serikat. Pada acara pembukaan Piala Dunia FIFA 2026 di Los Angeles, musik dan nyanyian ditampilkan sebagai bentuk budaya Amerika Serikat yang berasal dari berbagai macam diaspora. Katy Perry, Future, Anitta, Lisa, Rema, dan Tyla mewarnai pembukaan Piala Dunia FIFA 2026 di Amerika Serikat (FIFA, 2026).

Terakhir, Meksiko sebagai perwakilan tuan rumah Piala Dunia FIFA 2026 berpotensi mendapatkan keuntungan dari segi teknologi, infrastruktur dan konstruksi, pariwisata dan perhotelan, manajemen acara dan hiburan, ritel dan barang konsumsi. Dari sektor-sektor tersebut Meksiko secara ekonomi diperkirakan mendapat keuntungan sebesar US\$ 3 miliar (Carillo, 2024). Sedangkan dari sisi budaya Meksiko, negara tersebut menampilkan seni *papel picado* sebagai simbol tradisi keterampilan tangan dan kegembiraan. Bukan hanya itu, sama seperti negara tuan rumah Piala Dunia FIFA 2026 lainnya yaitu Amerika Serikat dan Kanada, Meksiko juga menampilkan Bintang tamu seperti Shakira, Burna Boy, Alejandro Fernández,

Belinda, Danny Ocean, J Balvin, Lila Downs, Los Ángeles Azules, Maná, dan Tyla (FIFA, 2026).



Gambar. II: Pertunjukan Tari Meksiko (FIFA, 2026)

Acara pembukaan Piala Dunia FIFA 2026 di Stadion Azteca yang berkapasitas 82.000 orang berlangsung begitu meriah. Dalam hal ini, Meksiko memiliki ruang untuk memperkenalkan budaya lokal mereka dengan menjadi tuan rumah Piala Dunia FIFA 2026. *Mega-Event* ini mempersatukan masyarakat global dan juga tidak meninggalkan unsur budaya lokal yang menjadi ikon negara tuan rumah Piala Dunia FIFA 2026 (BBC, 2026). Secara online FIFA melaporkan bahwa, terdapat 54 juta penonton dari seluruh dunia menyaksikan pembukaan Piala Dunia dari tiga negara yaitu Kanada, Amerika Serikat, dan Meksiko. Pada momen ini, globalisasi berupa Piala Dunia FIFA 2026 muncul sebagai penguat identitas nasional, dengan budaya lokal yang ditampilkan, lagu kebangsaan yang dinyanyikan, bendera, seragam nasional, menjadi ikon masing-masing negara yang mengglobal melalui *event* Piala Dunia FIFA 2026 (FIFA, 2026).

Pentingnya topik ini untuk dibahas mengingat bahwa olahraga menjadi instrumen diplomasi budaya yang menyenangkan dan dapat diterima oleh semua kalangan. Dengan dibantu oleh media sosial, penyebaran budaya Kanada, Amerika Serikat, Meksiko yang unik menunjukkan identitas dan budaya nasional masing-masing negara tuan rumah sebagai bagian dari peradaban dunia. Fenomena ini juga menunjukkan bahwa globalisasi tidak memudahkan identitas nasional, namun globalisasi menjadi media bagi negara-negara di dunia untuk memperkuat identitas

masing-masing (Labes, 2014). Hal ini juga mendorong negara tuan rumah untuk meluncurkan diplomasi *soft-power* nya dalam kancah politik internasional. Berdasar latar belakang tersebut, makalah ini mengajukan pertanyaan: bagaimana globalisasi melalui Piala Dunia FIFA memperkuat identitas budaya nasional di tengah meningkatnya interkoneksi global? Penulis berpendapat bahwa Piala Dunia FIFA dan Olimpiade menunjukkan bahwa globalisasi bukan proses yang menghapus identitas budaya, melainkan menyediakan ruang global bagi negara untuk menampilkan, memperkuat, dan mereproduksi identitas nasional melalui simbol, ritual, dan partisipasi penggemar internasional.

Globalisasi dan Identitas Budaya

Seiring dengan berjalannya waktu definisi globalisasi mengalami perkembangan dari masa ke masa. Pada zaman Kekaisaran Roman, globalisasi dimaknai dengan bersatunya populasi yang terdiri dari latar belakang yang berbeda-beda, mereka menggunakan Bahasa yang sama, mata uang dan hukum yang sama. Hal tersebut menjadi fondasi globalisasi barat yang sampai kepada Kekaisaran Inggris, di mana transportasi dan komunikasi berkembang pesat dan menjadi entitas politik. Berlanjut pada abad ke-19 transformasi globalisasi semakin maju dengan didukung inovasi teknologi yang memangkas waktu, dan biaya transportasi. Dukungan teknologi industri seperti, handphone, radio, televisi, dan internet, memberikan manfaat bagi masyarakat global untuk berwisata ke seluruh dunia (Rossi, 2015). Selain itu, menurut Labes (2014), globalisasi mengalami percepatan ketika masyarakat terbawa arus liberalisasi ekonomi dan perkembangan teknologi. Secara kultur definisi globalisasi dimaknai dengan perkembangan masyarakat yang mengarah pada suatu peradaban. Hal tersebut diambil dari Bahasa latin *colere* yang berarti tumbuh dan terhormat. Di sisi lain, UNESCO mendefinisikan globalisasi sebagai budaya yang terdiri dari berbagai adat istiadat Masyarakat yang berbeda-beda. Perbedaan seperti, sisi spiritual, material, intelektual, dan emotional menjadi bagian dari karakteristik manusia yang tidak dapat dipisahkan dan menjadi satu-kesatuan (Labes, 2014).

Meskipun globalisasi memiliki banyak manfaat dengan menghubungkan Masyarakat global tanpa batas namun, globalisasi sendiri memiliki sejumlah sisi negatif yang menjadi ancaman identitas lokal. *Transnational crime* seperti; pengedara narkoba, perdagangan dan penyeundupan manusia, pencucian uang dll. Menjadi sisi negatif lajunya arus globalisasi (Marzuki Manurung, 2025). Sedangkan, sisi positif globalisasi dari kacamata budaya dapat dilihat melalui penyebaran dan pertukaran budaya yang memungkinkan masyarakat global untuk saling mengenal dan mengapresiasi budaya lain (Humairah Almahdali, 2025). Sebagai contoh pagelaran

Mega-Sport Event Piala Dunia FIFA 2026 yang digelar di tiga negara di Amerika Utara yaitu Kanada, Amerika Serikat, dan Meksiko, masing-masing dari ketiga negara tersebut memiliki budaya dan tradisi yang dapat dikenal oleh masyarakat global melalui *event* Piala Dunia FIFA 2026. Sehingga dalam hal ini, Piala Dunia FIFA sebagai ajang *mega-event* internasional menjadi penghubung antara identitas lokal dan budaya sepak bola yang mengglobal.

Relevansi dari pandangan Labes (2014), dengan Piala Dunia FIFA 2026 terletak pada konektivitas antara budaya global yaitu sepak bola dengan tetap mempertahankan kebudayaan lokal seperti pertunjukan *event* pembukaan Piala Dunia FIFA, seragam tim nasional, bendera nasional partisipan Piala Dunia, dan lagu kebangsaan yang dinyanyikan sebelum pertandingan (FIFA, 2026). Selain itu, sifat budaya yang dinamis dapat diaplikasikan secara modern pada ajang Piala Dunia FIFA berlangsung. Sehingga dengan cara ini, globalisasi tidak hanya dianggap sebagai penggerus identitas lokal namun, juga dapat dijadikan sebagai sebuah instrument globalisasi itu sendiri. Pada akhirnya, globalisasi dapat memperkuat identitas lokal dan tidak menggerus nilai-nilai autentik masyarakat global.

***Mega-Sport Event* sebagai Produk Globalisasi**

Ajang Piala Dunia FIFA 2026 merupakan sebuah produk globalisasi yang menggerakkan dinamika arus komunitas sosial, ekonomi, dan teknologi. FIFA melaporkan bahwa, terdapat 50 juta penonton dalam pekan pembukaan Piala Dunia FIFA 2026 di tiga negara yaitu Kanada, Amerika Serikat dan Meksiko. Angka ini belum meliputi penonton dari seluruh dunia yang menggerakkan perekonomian antar negara melalui media digital (FIFA, 2026).

Setiap negara di dunia memiliki hak siar untuk menayangkan Piala Dunia FIFA 2026. Di Indonesia sendiri, TVRI menjadi satu-satunya saluran televisi yang secara resmi menayangkan pertandingan Piala Dunia FIFA 2026. Dengan memegang lisensi tersebut, TVRI memiliki nilai/harga sebesar Rp 1,3 triliun yang mencakup siaran langsung, siaran ulang, dan distribusi konten turunan hingga tahun 2027 (GoodStats, 2026). Sedangkan di belahan negara lain yaitu Inggris menayangkan di dua TV chanel yaitu BBC dan ITV secara gratis. Instrumen media digital yang digunakan oleh FIFA untuk mempersatukan pecinta sepak bola merupakan bentuk globalisasi yang sedang terjadi setiap 4 tahun sekali.

Mobilitas atlet antar benua juga menjadi instrumen globalisasi, konektivitas antar klub, liga, negara-bangsa, dan lembaga supranasional membentuk satu ruang di

mana para pemain sepak bola dengan mudah bermigrasi kemanapun. Namun, menurut Velema (2020), terdapat beberapa gagasan di mana para pemain sepak bola bermigrasi ke benua lain berdasarkan pada kesamaan Sejarah dan budaya. Misalnya, banyak dari pemain sepak bola dari Amerika Latin yang bermain di Liga Eropa. Hal tersebut dipengaruhi oleh Sejarah kolonialisme dan kesamaan Bahasa yang digunakan (Velema, 2024).

Pada ajang Piala Dunia FIFA 2026 ini, banyak negara yang memiliki anggota tim yang lahir di luar negeri. Curacao misalnya, hanya ada 1 pemain yang lahir di negara tersebut dan sisa 26 skuad tim lainnya semua lahir di Belanda. Negara ini dahulunya memang bekas jajahan Kerajaan Belanda, sehingga memiliki keterikatan sejarah yang sama. Selain itu, Qatar menjadi negara yang juga banyak mentransfer pemainnya dari negara lain seperti Afrika, Eropa, dan Amerika Selatan. Transfer pemain pada Piala Dunia FIFA 2026 ini merupakan yang tertinggi sejak digelarnya Piala Dunia FIFA 1930. Terdapat lonjakan yang mencapai 23%, di mana terdapat 289 pemain yang lahir di luar negeri dari total 1.248 orang. Hal dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah peserta Piala Dunia yang sebelumnya hanya 32 negara menjadi 48 negara (Duerte, 2026). Perpindahan bukan hanya saja terjadi pada para pemain peserta Piala Dunia FIFA, namun juga melibatkan wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Kanada, Amerika Serikat, dan Meksiko untuk melihat pertandingan Piala Dunia FIFA 2026.

Untuk melancarkan mobilitas wisatawan mancanegara Amerika Serikat memiliki sistem untuk mengatur visa pengunjung. Sistem tersebut bernama *Electronic System for Travel Authorisation*, sebuah aplikasi yang digunakan untuk pengajuan visa sebanyak lebih dari 5,9 juta pemohon. Untuk saat ini, aplikasi tersebut telah digunakan untuk menyetujui visa sebanyak 5 juta pengunjung ke Amerika Serikat. Selain melalui aplikasi tersebut, terdapat kuota sebanyak 1,6 juta untuk pelancong terdaftar yang ingin memasuki wilayah Amerika Serikat, program tersebut adalah *Trusted Traveller Programme* (TTP). Untuk mobilitas perpindahan dari 3 negara tersebut juga dapat melalui Global Entry, NEXUS, dan SENTRI, sebagai sistem pendukung wisatawan yang ingin melihat pertandingan Piala Dunia FIFA 2026 (WTTC, 2026).

Data dari laporan Think-Tank menjabarkan bahwa terdapat peningkatan pada penjualan tiket penerbangan khususnya ke 16 kota penyelenggara. Kota-kota tersebut contohnya Dallas, dan Houston. Peningkatan penerbangan ke Kota Dallas diketahui melonjak sampai 40%, dan Houston 38% (Causeur, 2026). Sedangkan di

Meksiko memiliki kebijakan lebih dari 65 negara bebas visa dengan ijin tinggal selama 180 hari. Selain itu, negara-negara seperti Amerika Serikat, Inggris, Jepang, dan pemiliki Visa Schengen memiliki visa bebas wisata di Meksiko. Sama seperti dengan Amerika Serikat, Meksiko juga memberikan visa kepada pelancong melalui Program Viajero Confiable, yang memungkinkan para pelancong lebih mudah untuk memasuki bandara di Meksiko (WTTC, 2026). Peningkatan mobilitas wisatawan juga terjadi di beberapa kota di Meksiko seperti di Mexico City, Guadalajara, dan Monterrey. Pada momen ini, Meksiko berhasil menarik sebanyak 5,5 juta pengunjung dan dapat membuka lowongan pekerjaan sebanyak 24.000 lowongan. Hal tersebut diestimasikan memberikan pemasukan kepada negara sebanyak US\$ 1.165 per-pengunjung (Think-Tank, 2025).

Terakhir Kanada, yang memberlakukan visa terhadap para pengunjung melalui Otoritas Perjalanan Elektronik (eTA). Namun, bagi pelancong yang memenuhi syarat Kanada memberikan kesempatan bagi pemegang visa NEXUS untuk mempercepat pengurusan imigrasi dan bea cukai di bandara. Sebagai tambahan, Kanada memberikan opsi berupa kepengurusan visa melalui aplikasi ArriveCAN yang dapat diproses selama 72 jam sebelum kedatangan (WTTC, 2026). Pada gelaran pembukaan Piala Dunia FIFA 2026 di Kanada sebanyak 45.000 penonton memadati Stadium Toronto. Selain itu, para supporter juga memadati FIFA Fan Festival yang dikunjungi oleh lebih dari 20.000 pengunjung pada saat *event* berlangsung (Toronto, 2026).

Kesimpulan

Globalisasi sering dipahami sebagai proses yang mendorong homogenisasi budaya melalui penyebaran nilai, simbol, dan praktik yang seragam di berbagai belahan dunia. Namun, fenomena Piala Dunia FIFA dan Olimpiade menunjukkan bahwa globalisasi tidak selalu menghasilkan hilangnya identitas budaya dan nasional. Sebaliknya, kedua *mega-sport events* tersebut justru menjadi ruang global yang memperlihatkan kuatnya ekspresi identitas nasional melalui penggunaan bendera, lagu kebangsaan, seragam nasional, serta berbagai simbol budaya yang ditampilkan oleh negara peserta maupun negara tuan rumah.

Selain berfungsi sebagai kompetisi olahraga internasional, ritual-ritual yang menyertai penyelenggaraan Piala Dunia FIFA, seperti upacara pembukaan, parade atlet, dan pengibaran bendera, juga berperan sebagai media reproduksi identitas budaya sekaligus instrumen diplomasi budaya di tingkat internasional. Melalui ritual

tersebut, negara tidak hanya memperlihatkan pencapaian olahraganya, tetapi juga mempromosikan nilai, sejarah, dan warisan budayanya kepada audiens global.

Dengan demikian, hubungan antara globalisasi dan identitas budaya tidak bersifat saling meniadakan, melainkan saling membentuk melalui interaksi simbolik dalam ruang global. Piala Dunia FIFA memperlihatkan bahwa semakin terhubung dunia melalui globalisasi, semakin besar pula peluang bagi negara dan masyarakat untuk menegaskan serta mereproduksi identitas budayanya di hadapan komunitas internasional.

Daftar Pustaka

- Carillo, A. (2024, Juni 06). *International Trade Administration*. Retrieved from International Trade Administration: <https://www.trade.gov/market-intelligence/mexico-world-cup-2026-opportunities>
- Causeur, F. (2026, Juni 24). *Tourism and Society Think Tank*. Retrieved from Tourism and Society Think Tank: <https://eng.tourismandsocietytt.com/news-and-newsletter/2026/2026-april/ultimas-noticias/world-cup-drives-strong-global-tourism-growth>
- Duerte, F. (2026, Juni 25). *BBC*. Retrieved from BBC: <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cr47qkezzk0o>
- FIFA. (2024, December 24). *FIFA*. Retrieved from FIFA: <https://inside.fifa.com/organisation/news/fifa-world-cup-26-to-deliver-estimated-cad-3-8bn-in-economic-output-for-canada>
- FIFA. (2026, Mei 09). *FIFA*. Retrieved from FIFA: <https://www.fifa.com/id/tournaments/mens/worldcup/canadamexicousa2026/articles/upacara-pembukaan-kanada>
- FIFA. (2026, May 9). *FIFA*. Retrieved from FIFA: <https://www.fifa.com/id/tournaments/mens/worldcup/canadamexicousa2026/articles/upacara-pembukaan-amerika-serikat>
- FIFA. (2026, Juni 12). *FIFA*. Retrieved from FIFA: <https://www.fifa.com/id/tournaments/mens/worldcup/canadamexicousa2026/articles/tonton-mexico-city-upacara-pembukaan>
- FIFA. (2026, Juni 17). *FIFA*. Retrieved from FIFA: <https://inside.fifa.com/organisation/media-releases/world-cup-breaks-broadcast-records-across-board>
- GoodStats. (2026, Juli 8). *goodstats.id*. Retrieved from goodstats.id: <https://www.instagram.com/p/DahcTgnmTuN/>
- Humairah Almahdali, T. A. (2025). *Globalisasi dan Identitas Budaya*. Agam, Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

- Infantino, G. (2026, May 9). *Instagram*. Retrieved from Instagram: https://www.instagram.com/p/DYGLIIPCCc5/?img_index=1
- Iqbal Febri Nurhidayat, Khairur Rizki, Kurnia Zulhandayani Rizki . (2022). Penyelenggaraan Fifa World Cup Tahun 2022 Sebagai Instrumen Qatar Untuk . *Universitas Mataram*, 1-32.
- Junaedi, F. (2026, Juni 24). *Lembaga Pendidikan Tinggi Wilayah V Yogyakarta* . Retrieved from Lembaga Pendidikan Tinggi Wilayah V Yogyakarta : <https://lldikti5.kemdiktisaintek.go.id/home/detailpost/piala-dunia-dan-identitas-kolektif-ketika-sepak-bola-menyatukan-bangsa>
- Labes, S. A. (2014). Globalization and Cultural Identity Dilemmas. *ECONSTOR*, 87-96.
- Marzuki Manurung, S. R. (2025). Identitas Nasional, Lokal, dan Globalisasi. *Jurnal Mudabbir*, 1-11.
- Melani, A. (2026, Juni 26). *Liputan 6*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/7585575/ada-piala-dunia-2026-ekonomi-amerika-serikat-ketiban-untung-rp-303-triliun>
- Rossi, S. T. (2015). The Local Identity Functions in the Age of Globalization: A Study on Local Culture. *Community Psychology in Global Perspective*, 105-121.
- Think-Tank. (2025, 09 04). *Tourism and Society Think Tank*. Retrieved from Tourism and Society Think Tank: <https://eng.tourismandsocietytt.com/news-and-newsletter/2025/2025-september/ultimas-noticias/mexico-prepares-major-tourism-boost-for-the-2026-world-cup>
- Toronto. (2026, Maret 26). *City of Toronto*. Retrieved from City of Toronto: <https://www.toronto.ca/news/city-of-toronto-releases-fifa-world-cup-2026-mobility-plan/>
- Triolet, S. (2025, December 5). *Market Edge by Partner*. Retrieved from partnersrealestate.com: <https://partnersrealestate.com/research/market-edge-by-partners-fifa-world-cup-2026/>
- Velema, T. A. (2024). The macro-structure of football's global migration system: How linguistic, economic, and geographic boundaries constrain player mobility. *International Review for the Sociology of Sport*, 874-899.
- Will Grant, Kwasi Gyamfi Asiedu, Nardine Saad. (2026, Juni 12). *BBC*. Retrieved from BBC: <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c4gyj8ker40o>
- WTTC. (2026, Juni 11). *World Travel and Council Tourism*. Retrieved from World Travel and Council Tourism: <https://wttc.org/news/world-cup>

Hibriditas dalam Musik Populer Digital: Lagu “*Tabola Bale*” sebagai Estetika Kosmopolitan

Zamharirah Sang Putri

Pendahuluan

Globalisasi telah melahirkan *cosmopolitan turn* yang dikembangkan oleh Ulrich Beck, yaitu kondisi di mana batas-batas nasional menjadi kabur dan identitas budaya tidak lagi dapat dipahami secara eksklusif dalam kerangka negara-bangsa. Perubahan ini membawa konsekuensi besar bagi berbagai bidang kehidupan, termasuk budaya dan seni (Beck, 2000; Cottle, 1998; Gilleard & Higgs, 2024). Perkembangan musik telah melintasi negara, bahasa, dan budaya melalui platform digital yang semakin terhubung. Dalam konteks ini, musik populer menjadi arena penting di mana unsur lokal dan global bertemu, saling mempengaruhi, dan menciptakan ekspresi baru (Liu, 2024). Fenomena yang dapat dijadikan sebagai contoh lagu *Tabola Bale* yang dipopulerkan oleh Silet Open Up bersama Jacson Zeran, Juan Reza, dan Diva Aurel menawarkan contoh yang sangat menarik untuk melihat bagaimana proses interaksi budaya itu terjadi dalam praktiknya (Arlado, 2025). Dirilis pada April 2025, lagu *Tabola Bale* dengan cepat meraih popularitas lebih dari 503 juta tayangan di YouTube, hampir 15 juta penggunaan sebagai latar suara di TikTok, dan penyebaran yang menjangkau tidak hanya Indonesia dan Malaysia, tetapi juga Inggris, Amerika Serikat, Kanada, India, dan Cina (Ahadyah & Amin, 2025).

Namun, keunikan lagu *Tabola Bale* terlihat pada pertemukan berbagai lirik yang menjadi identitas dalam satu kemasan musikal yang utuh. Lagu ini secara bergantian menggunakan dialek khas wilayah Timur Indonesia dan bahasa Minang dari Sumatra Barat, serta menggabungkan aransemen musik yang kental dengan pengaruh Hip Hop modern dan ornamentasi vokal yang mengingatkan pada tembang daerah Nusa Tenggara Timur. Kehadirannya menembus ruang-ruang publik yang dipentaskan di Istana Merdeka dalam perayaan Hari Ulang Tahun ke-80 Kemerdekaan Republik Indonesia, mengiringi perayaan HUT ke-47 Kota Palu, dan turut meramaikan Sirkuit Internasional Mandalika (Wulandari, 2025).

Beberapa penelitian telah mencoba memahami fenomena musik lintas budaya di era global. Yoon (2022), menunjukkan bahwa sirkulasi transnasional K-pop membentuk ruang kosmopolitan, tetapi tetap dipengaruhi oleh posisi sosial dan identitas kultural para penggemarnya. Artinya, meskipun musik dapat melintasi batas negara, cara orang menerima dan memaknainya masih sangat ditentukan oleh latar belakang

sosial dan budaya mereka masing-masing. Sementara itu, (Kouvarou & Papadakis, 2024), dan Nur (2024) memperkenalkan bahwa musik populer lokal dapat berkembang melalui keterbukaan terhadap pengaruh global tanpa kehilangan proses pencarian identitas lokalnya.

Namun, penelitian tersebut sebagian besar masih berfokus pada fenomena musik dari negara-negara dengan industri musik yang sudah stabil, seperti Korea Selatan, atau pada konteks Eropa dan Amerika. Belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji fenomena serupa terjadi di negara-negara berkembang seperti Indonesia, terutama dalam kasus lagu yang secara sadar menggabungkan dua dialek daerah yang berbeda. Selain itu, studi-studi yang ada cenderung melihat kosmopolitanisme sebagai proses yang terjadi secara alami, tanpa mempertimbangkan secara kritis pengaruh platform digital dan algoritma yang semakin mendominasi distribusi musik yang justru dapat menciptakan ketidakseimbangan dalam cara sebuah karya diterima secara global.

Penelitian tentang peran algoritma dalam membentuk estetika kosmopolitan masih sangat terbatas, padahal dalam praktiknya, platform seperti TikTok, YouTube dan Instagram memiliki kekuatan besar untuk menentukan apa yang menjadi viral dan bagaimana sebuah lagu dipahami oleh audiens global. Dengan demikian, terdapat celah penelitian yang signifikan, belum ada kajian yang secara komprehensif menganalisis hibriditas budaya dalam sebuah lagu dari Indonesia membentuk estetika kosmopolitan, sekaligus peran algoritma dan kekuatan institusional lainnya dalam proses tersebut. Oleh karena itu penulis merumuskan penelitiannya dengan menelaah bagaimana hibriditas budaya dalam lagu *Tabola Bale* membentuk estetika kosmopolitan, dan sejauh mana kerangka teoretis dari para pemikir seperti Motti Regev, Ulrich Beck serta konsep *cosmopolitan localism* dari Kouvarou mampu menjelaskan fenomena ini di tengah dominasi logika algoritma dan kepentingan institusional yang semakin kompleks?

Penulis berargumen bahwa hibriditas budaya dalam lagu *Tabola Bale* membentuk estetika kosmopolitan melalui percampuran unsur lokal dan global. Hal ini terlihat pada aspek bahasa, identitas budaya, serta nuansa musikalnya yang mampu menyebar dan diterima secara global melalui media sosial, visual populer, dan *dance challenge*. Teori *aesthetic cosmopolitanism* dari Motti Regev, *methodological cosmopolitanism* dari Ulrich Beck dan konsep dari *transnational social fields* dari Meinhof membantu menjelaskan optimisme budaya lokal dapat merambah ruang global tanpa kehilangan identitas aslinya. Namun, pandangan tersebut perlu

dilengkapi, bahwa penyebaran *Tabola Bale* tidak hanya ditentukan oleh kreativitas, melainkan juga dipengaruhi oleh algoritma digital dan kepentingan institusional. Oleh karena itu, estetika kosmopolitan dalam lagu ini tidak terbentuk secara seimbang, melainkan hasil dari negosiasi dinamis antara budaya lokal, global, media digital, dan relasi kekuasaan.

Tiga Pendekatan

Dalam menganalisis fenomena ini secara mendalam, tulisan ini mengoperasikan tiga pendekatan. Pertama adalah *aesthetic cosmopolitanism* dari Motti Regev, yang menyatakan “isomorfisme ekspresif” tapi bahwa musik populer modern tidak lagi dapat dipahami sebagai produk nasional yang murni dan terisolasi, melainkan sebagai praktik estetis di mana musisi lokal secara aktif mengolah unsur-unsur global untuk mengekspresikan kekhasan lokal tanpa kehilangan daya tarik universal. Regev menekankan bahwa ini adalah proses kreatif yang melibatkan pilihan-pilihan artistik yang sadar, bukan sekadar peniruan buta terhadap tren global (Shumway & David, 2015).

Kedua adalah *transnational social fields* dari Nina Glick Schiller dan Ulrike Meinhof, yang memandang musik sebagai produk dari hubungan lintas aktor dan ruang mulai dari desa asal musisi, kota besar tempat mereka berkarya, komunitas diaspora di luar negeri, festival-festival internasional, industri musik yang kompleks, hingga media massa dan pasar global. Dalam kerangka ini, identitas lokal dan modernitas bukanlah dua kutub yang bertentangan, melainkan dua sisi dari medan sosial yang saling terhubung dan mempengaruhi satu sama lain (Glick & Meinhof, 2011).

Ketiga adalah *methodological cosmopolitanism* dari Ulrich Beck, yang mendorong peneliti untuk melihat fenomena sosial dari sudut pandang "orang lain" dan mengakui bahwa realitas sosial masa kini tidak bisa dipahami secara sempit hanya dalam kerangka negara-bangsa (Beck, 2000; Cottle, 1998; Gilleard & Higgs, 2024).

Keberhasilan lagu dalam menjebatani bebagai perbedaan kelompok Masyarakat pada dasarnya berakar dari kemampuan para musisnya dalam menyusun formula estetika yang melintasi batas nasional. Hal ini dapat dilihat dari lahirnya lagu *Tabola Bale* yang menghadirkan hibriditas yang kua. Faktor pertama adalah hibriditas linguistik, yang terlihat pada transisi lirik yang manis dari dialek Timor "*Lia Ade Nona makin gaga, bikin kaka jadi suka*" dan langsung transisi ke bahasa Minang "*Ondeh, Uda janlah baitu bana*" yang secara naratif membentuk dialog imajiner antara dua tokoh

dari latar budaya berbeda yang saling berinteraksi dalam konteks percintaan ringan. Faktor kedua adalah hibriditas musikal, yang terlihat pada penggabungan *beat* elektronik dan *bass drum* yang khas dari genre *Hip Hop* dengan ornamentasi vokal melismatik yang mengingatkan pada tembang-tembang daerah Nusa Tenggara Timur (Arioburnama, 2025; Hidayati et al., 2025).

Perpaduan ini secara empiris memvalidasi tesis Regev bahwa musisi lokal mampu mengolah unsur global tanpa kehilangan jejak lokal (Regev, 2020). *Tabola Bale* tidak menempatkan unsur Timur atau Minang sebagai sekadar "ornament eksotis" yang dipajang untuk menarik perhatian publik perkotaan, melainkan sebagai penggerak naratif yang hidup dan organik. Pendengar global tidak perlu memahami arti harfiah dari kata-kata seperti "Ade Nona" atau "Uda" untuk merasakan nuansa percakapan romantik, dengan ritme, dinamika vokal, dan melodi bekerja pada ranah afektif untuk menciptakan estetis yang melintasi batas-batas Bahasa (Handika et al., 2026; Muhardis & Afrinda, 2022; Shumway & David, 2015).

Keterbatasan

Namun, hal ini menunjukkan keterbatasan teori Regev yang terlalu optimis melihat percampuran unsur global dan lokal sebagai proses yang seimbang. Dalam lagu *Tabola Bale*, penggunaan bahasa lokal justru menciptakan ruang makna yang tidak sepenuhnya dipahami oleh pendengar global, walaupun ketidakpahaman tersebut tidak menghambat penerimaan lagu. Masyarakat global tetap dapat menikmati lagu melalui ritme yang enerjik dan *dance challenge* yang mudah diikuti. Sehingga fungsi komunikasi dalam lagu ini dapat tersalurkan oleh irama, visual, lirik dan gerakan tubuh. Sehingga hibriditas budaya tidak selalu berarti dialog yang setara, tetapi juga dapat berupa penyederhanaan unsur budaya lokal agar mudah diterima oleh pasar global (Liu, 2024; Nur, 2024; Shumway & David, 2015).

Selain itu, berkaitan dengan medan sosial transnasional yang ternyata sangat terdistorsi oleh kekuatan-kekuatan yang tidak diperhitungkan oleh para teoretisi. Glick Schiller dan Meinhof berargumen bahwa musisi lokal, musisi migran dan komunitas lintas negara saling terhubung secara alami. Sehingga dari hubungan tersebut, menghasilkan pengenalan musikal lintas budaya. Data penyebaran lagu *Tabola Bale* yang terlihat pada awalnya mendukung pandangan ini, lagu tersebut telah ditampilkan dalam acara budaya oleh mahasiswa Indonesia yang sedang menempuh studi di Cina. Selain itu, di tampilkan oleh kreator konten di Inggris seperti @Julius Burphy dan @MrSammyCam, di Amerika Serikat, @The AfterParty Reacts, di India seperti @Tayyib Saritas, @TriFate dan @The Wolf

HunterZ, di Kanada ditemukan pola komentar yang dominan seperti “I don’t understand a word but this vibe is crazy” atau “Just here for the dance, so addicting!”. Sehingga hal ini membuktikan bahwa penerimaan global nyaris tidak menyentuk pada pemaknaan lagu melainkan hanya berhenti pada kenikmatan sensorik motorik (Glick & Meinhof, 2011; Pawitri & Wijaya, 2025).

Dalam kerangka Beck (2000), ini adalah bukti empiris tentang *cosmopolitan turn* yang dapat melihat melalui “pandangan lain”, dan budaya lokal dapat keluar dari batas geografisnya untuk berinteraksi dengan audiens global. Namun, jika ditelisik secara lebih mendalam dan kritis, konten yang diproduksi oleh kreator-kektor asing tersebut hampir secara eksklusif berfokus pada penerimaan *dance challenge* dan aspek visual-koreografis, dan mengenyampingkan narasi kultural yang terkandung dalam lirik multibahasa yang menjadi inti identitas lagu tersebut (Pawitri & Wijaya, 2025). Sehingga, dalam penerimaan eksistensi lagu *Tabola Bale* di dukung juga oleh algoritma platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube dengan sistem rekomendasi, secara aktif mengamplifikasi elemen-elemen estetis yang mudah dicerna dan cepat dikonsumsi seperti ritme, gerakan tarian, energi visual (Woodward et al., 2008).

Medan sosial transnasional yang dihadapi lagu *Tabola Bale* tidak sepenuhnya alami seperti yang jelaskan oleh Glick Schiller dan Meinhof yang beranggapan bahwa dimediasi oleh logika komodifikasi digital yang mengutamakan konten-konten yang instan dan menghibur. Penerimaan global menjadi asimetris dengan cara yang sangat mendasar, dunia internasional menerima dan merayakan sisiluar dari dari estetika lagu *Tabola Bale* beatnya yang enerjik, tariannya yang mudah diikuti, energinya yang tersalurkan tetapi mengabaikan makna inti dari lirik lagu yang sesungguhnya, yaitu dialek-dialek yang unik, nilai-nilai lokal yang terkandung dalam percakapan, dan narasi tentang pertemuan antar budaya yang menjadi inti lagu ini (Cottle, 1998; Nur, 2024; Syaifuddin et al., 2024).

Fenomena menarik lainnya, yaitu kemampuan penerimaan masyarakat dalam lagu *Tabola Bale* untuk hadir di ruang seremonial kenegaraan yang dipentaskan di Istana Merdeka dalam perayaan Hari Ulang Tahun ke-80 Kemerdekaan Republik Indonesia, serta di perayaan HUT ke-47 Kota Palu (Bromine Media, 2025). Di sisi lain, lagu yang sama hadir dengan sangat kuat di ruang populer dan digital yang profan menjadi fenomena di TikTok, digunakan dalam senam pagi di berbagai komunitas, dan mengiringi kegiatan di Sirkuit Internasional Mandalika dengan hiburan massa. Dalam pandangan sosiologi seni klasik yang dipelopori oleh Pierre

Bourdieu, seni klasik biasanya membedakan antara *high culture* dan *low culture* berdasarkan legitimasi institusional dan simbolik. Namun, lagu *Tabola Bale* justru memperlihatkan bahwa batas tersebut menjadi semakin cair ketika sebuah lagu populer dapat diterima sekaligus oleh institusi negara, komunitas lokal, dan audiens digital global (Nur, 2024).

Hadirnya lagu *Tabola Bale* secara efektif mendekonstruksi dikotomi ini dengan menunjukkan bahwa sebuah karya seni dapat secara bersamaan diterima di kedua situasi yang berbeda. Namun, dekonstruksi lagu *Tabola Bale* dipentaskan di Istana Merdeka di hadapan para pemimpin negara dan tamu-tamu kehormatan, lagu tersebut dapat berfungsi sebagai rekontekstualisasi simbol pemersatu nasional yang merepresentasikan semangat Bhinneka Tunggal Ika. Negara, dengan segala aparatus dan kekuasaannya, secara aktif mengkooptasi estetika kosmopolitan yang cair dan hibrid untuk memproyeksikan citra keberagaman yang harmonis dan modern sebuah narasi yang sangat penting bagi legitimasi politik di negara yang sangat kaya akan ras, dan suku seperti Indonesia (Handika et al., 2026).

Kesimpulan

Lagu *Tabola Bale* merupakan bukti empiris terbentuknya estetika kosmopolitan di era globalisasi, yang ditandai oleh hibriditas linguistik antara dialek Timor dan Minang serta perpaduan musik Hip Hop global dengan ornamentasi vokal khas Nusa Tenggara Timur. Popularitasnya yang menembus berbagai negara dan hadir di ruang seremonial kenegaraan sekaligus ranah digital profan memperkuat tesis Motti Regev, Kouvarou, dan Ulrich Beck tentang kemampuan budaya lokal merambah ruang global tanpa kehilangan identitas. Namun, penelitian ini menemukan bahwa estetika kosmopolitan yang terbentuk tidak berlangsung seimbang. Algoritma platform digital seperti Instagram, TikTok dan YouTube secara aktif mengamplifikasi elemen-elemen yang mudah dikonsumsi ritme enerjik, tarian viral, dan visual instan. Namun mengesampingkan kedalaman naratif lirik multibahasa yang sarat sejarah dan nilai-nilai lokal sehingga audiens global terkesan merayakan sisiluar dari estetika lagu tetapi tidak begitu paham "isi" kultural yang menjadi inti identitasnya, sehingga penerimaan global menjadi asimetris.

Selain itu, negara dengan aparatus kekuasaannya turut mengkooptasi lagu *Tabola Bale* untuk memproyeksikan citra keberagaman yang harmonis, menjadikannya alat legitimasi politik. Hal ini menunjukkan bahwa kosmopolitanisme dapat menjadi arena negosiasi antara kreativitas lokal, logika pasar digital, dan kepentingan institusional. Sehingga, penelitian ini menyimpulkan bahwa estetika kosmopolitan

dalam lagu *Tabola Bale* merupakan hasil negosiasi yang asimetris. Fenomena ini juga sekaligus memberi pemahaman untuk bersikap kritis, terhadap arus perkembangan viralitas global tanpa menggali lebih dalam makna atau nilai di yang dibawakan. Oleh karena itu, menerima estetika kosmopolitan harus diiringi dengan upaya sadar untuk menjaga dan mengapresiasi kedalaman identitas lokal, agar globalisasi tidak melahirkan homogenitas yang dangkal, melainkan dialog lintas budaya yang setara dan bermakna.

Daftar Pustaka

- Ahadyah, S., & Amin, S. (2025). *Tabola Bale, Lagu Viral Satuan Timur dan Minang. Radio Republik Indonesia*.
<https://rri.co.id/nunukan/hiburan/1689923/tabola-bale-lagu-viral-satuan-timur-dan-minang>
- Arioburnama. (2025). Integrasi Unsur Musik Tradisional dalam Produksi Musik Populer: Studi pada Karya-Karya Musisi Indie Indonesia. *Jurnal Studi Multidisiplin*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/>
- Arlado, I. (2025). Tak Banyak yang Tahu! Lagu Tabola Bale Ternyata Berasal dari Tradisi Sakral. *Radar Mojokerto*. https://radarmojokerto.jawapos.com/berita-terbaru/826625042/tak-banyak-yang-tahu-lagu-tabola-bale-ternyata-berasal-dari-tradisi-sakral#google_vignette
- Beck, U. (2000). The cosmopolitan perspective: Sociology of the second age of modernity. *British Journal of Sociology*, 51(1), 79–105. <https://doi.org/10.1111/J.1468-4446.2000.00079.X>
- Bromine Media. (2025). Kolaborasi Lintas Budaya Lagu Tabola Bale Menang Youtube Music Academy 2025. *Bromine Media*.
<https://brominemedia.com/baca/kolaborasi-lintas-budaya-lagu-tabola-bale-menang-youtube-music-academy-2025-308568040>
- Cottle, S. (1998). Ulrich Beck, “Risk Society” and the Media: A Catastrophic View? *European Journal of Communication*.
https://www.researchgate.net/publication/268519725_Ulrich_Beck_Risk_Society_and_the_Media_A_Catastrophic_View
- Gilleard, C., & Higgs, P. (2024). Globalisation and the value of Ulrich Beck’s concept of ‘cosmopolitanisation’ in orienting a new sociology of later life. *Journal of Global Ageing*, 1(1), 138–158. <https://doi.org/10.1332/29767202Y2024D000000005>
- Glick, N., & Meinhof, U. H. (2011). Singing a New Song? Transnational Migration, Methodological Nationalism and Cosmopolitan Perspectives. <http://musicandartsinaction.net/index.php/maia/article/view/singingnewsong>

- Handika, M. M. E., Saddhono, K., & Sumarwati, S. (2026). Analisis Sosiolek Lirik Lagu Tabola Bale Karya Silet Open Up (feat. Jacson Zeran, Juan Reza & Diva Aurel): Kajian Sosiolinguistik. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 12(1), 716–727. <https://doi.org/10.30605/ONOMA.V12I1.7873>
- Hidayati, S. N., Alsunah, A. A., Nurwahidah, L. S., & Julianto, C. D. (2025). Kajian Semiotika Lagu Timur 2025 Sebagai Bahan Pembelajaran Bahasa Indonesia Dalam Kurikulum Merdeka. *Journal EScience Humanity*, 6(1).
- Kouvarou, M., & Papadakis, Y. (2024). Cosmopolitan localism as creative self-discovery: Greek Cypriot popular music in the 21st century. *Popular Music*, 43(4), 443–461. <https://doi.org/10.1017/S0261143025000066>
- Liu, W. (2024). The Localization of Global Music and the Diverse Practices of Modern European Music Festivals. *Critical Humanistic Social Theory*, 1(2), 54–62. <https://doi.org/10.62177/CHST.V1I2.79>
- Muhardis, & Afrinda, P. D. (2022). Code Mixing in Song Lyrics as a Form of Regional Language Defense (?). *Universitas Perintis Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.15-9-2021.2315607>
- Nur, N. S. (2024). Kosmopolitanisme Estetika dalam Musik Latin Sebagai Bentuk Representasi Identitas Nasional & Budaya. *Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 8.
- Pawitri, S., & Wijaya, G. S. (2025). Representasi Identitas Budaya Indonesia Timur dalam Lagu Tabola Bale: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Konferensi Nasional Mahasiswa*. <https://proceedings.uinsa.ac.id/index.php/konasindo/article/view/3904/2839>
- Shumway, & David. (2015). Motti Regev, Pop-Rock Music: Aesthetic Cosmopolitanism in Late Modernity. *Recherches Sur Les Musiques Populaires*, 11 : 2(11 : 2), 173–175. <https://doi.org/10.4000/VOLUME.4467>
- Syaifuddin, A., Fathurohman, I., & Ristiyani, R. (2024). Analisis Bentuk Dan Fungsi Campur Kode Dalam Lirik Lagu Pop Jawa Karya Denny Caknan. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(2), 673–687. <https://doi.org/10.31943/BI.V9I2.812>
- Woodward, I., Skrbis, Z., & Bean, C. (2008). Attitudes towards globalization and cosmopolitanism: Cultural diversity, personal consumption and the national economy. *British Journal of Sociology*, 59(2), 207–226. <https://doi.org/10.1111/J.1468-4446.2008.00190.X>
- Wulandari, B. (2025). *Serba-serbi Lagu Tabola Bale yang Viral* | tempo.co. Tempo. <https://www.tempo.co/teroka/serba-serbi-lagu-tabola-bale-yang-viral-2068319>

Yoon, K. (2022). Between universes: Fan positionalities in the transnational circulation of K-pop. *Communication and the Public*, 7(4), 188–201. <https://doi.org/10.1177/20570473221136667>

Carmen Hearts2Hearts sebagai Representasi Identitas Nasional Indonesia dalam Industri K-pop

Radhwa Ananda

Pendahuluan

Globalisasi budaya merupakan salah satu aspek dari globalisasi yang ditandai dengan semakin meningkatnya pertukaran budaya, ide, nilai, teknologi, dan praktik sosial lintas negara. Perkembangan teknologi informasi, internet, serta mobilitas manusia telah mempercepat penyebaran berbagai produk budaya sehingga batas-batas geografis tidak lagi menjadi penghalang dalam proses interaksi budaya (Inglis, 2017). Budaya populer menjadi salah satu media utama yang mempertemukan identitas lokal dengan dinamika global. Berbeda dengan pandangan penyeragaman budaya yang menganggap globalisasi akan menghilangkan identitas lokal, berbagai kajian menunjukkan bahwa identitas justru selalu mengalami proses adaptasi, reinterpretasi, dan pembentukan makna baru melalui interaksi dengan budaya global (Gennadievich et al., 2022).

Salah satu bentuk dari globalisasi budaya kontemporer adalah berkembangnya Korean Wave (Hallyu). Sejak akhir 1990-an, Hallyu telah berevolusi dari penyebaran drama Korea menjadi industri budaya global yang mencakup musik populer (K-pop), film, game, hingga platform digital. Keberhasilan tersebut tidak hanya didukung oleh industri hiburan Korea Selatan, tetapi juga oleh pemanfaatan media digital seperti YouTube, X (Twitter), Instagram, dan Weverse yang memungkinkan distribusi konten serta interaksi antara artis dan penggemar berlangsung secara global (Kim, 2022). Pada perkembangan tersebut, K-pop tidak lagi dipandang sebagai produk budaya nasional Korea semata, melainkan sebagai ruang sosial lintas negara yang mempertemukan berbagai identitas budaya.

Globalisasi K-pop juga ditandai dengan meningkatnya keterlibatan idol non-Korea dalam industri hiburan Korea Selatan. Kehadiran anggota dari berbagai negara menunjukkan bahwa industri K-pop semakin mengadopsi strategi global dalam membangun pasar internasional sekaligus memperluas basis penggemarnya (Chung et al., 2025). Pada sisi lain, keberadaan idol asing memperlihatkan bahwa identitas nasional tidak serta-merta hilang ketika seseorang memasuki industri budaya global. Sebaliknya, identitas asal justru sering kali tetap dilekatkan oleh media maupun penggemar sebagai bagian dari citra seorang idol. Fenomena debut Carmen dalam *girl group* Hearts2Hearts menunjukkan bahwa penyebaran industri K-pop tidak

hanya memperluas jangkauan budaya Korea Selatan, tetapi juga menghadirkan perubahan baru terkait bagaimana identitas nasional dipahami dalam ruang budaya transnasional.

Sebagai idol asal Indonesia yang berkarya di bawah naungan SM Entertainment, Carmen tidak hanya diposisikan sebagai bagian dari industri hiburan Korea Selatan, tetapi juga dikaitkan dengan identitas kebangsaannya. Situasi tersebut menunjukkan bahwa identitas nasional tidak berhenti pada batas kewarganegaraan, melainkan terus diproduksi dan dimaknai kembali melalui praktik representasi di ruang global. Fenomena ini menarik untuk dikaji untuk memahami bagaimana identitas nasional Indonesia direpresentasikan melalui figur Carmen dalam industri K-pop yang bersifat global. Berdasarkan uraian tersebut, tulisan ini mengajukan pertanyaan, bagaimana identitas nasional Indonesia direpresentasikan melalui figur Carmen Hearts2Hearts dalam industri K-pop global?

Penulis berargumen bahwa identitas nasional Indonesia yang melekat pada Carmen tidak hilang ketika ia menjadi bagian dari industri K-pop global. Sebaliknya, identitas tersebut terus direpresentasikan dan dimaknai ulang melalui interaksi antara media digital, pemberitaan media massa, praktik representasi budaya, serta respons penggemar. Carmen tidak hanya tampil sebagai idol K-pop yang mengikuti sistem industri hiburan Korea Selatan, tetapi juga sebagai figur yang membawa identitas Indonesia ke dalam ruang budaya global. Dengan demikian, identitas nasional dipahami sebagai sesuatu yang dinamis, yang dapat tetap dipertahankan sekaligus mengalami transformasi melalui proses globalisasi budaya.

Konsep dari Stefano Tartaglia dan Monica Rossi (2015) yang berjudul *Local Identity in the Age of Globalization*, digunakan untuk menjelaskan bagaimana identitas nasional tetap bertahan di tengah arus globalisasi budaya. Menurut Tartaglia dan Rossi, globalisasi memang meningkatkan mobilitas manusia, pertukaran budaya, dan keterhubungan antarnegara, tetapi kondisi tersebut tidak serta-merta menghilangkan identitas lokal. Sebaliknya, identitas lokal tetap memiliki fungsi penting sebagai sumber rasa memiliki (*sense of belonging*), pembentuk makna, serta penanda keterikatan individu dengan komunitas asalnya. Dengan demikian, identitas lokal dipahami sebagai sesuatu yang dinamis dan terus berkembang melalui interaksi dengan lingkungan global. Dalam perspektif tersebut, identitas lokal tidak diposisikan sebagai kebalikan dari identitas global. Tartaglia dan Rossi menekankan bahwa individu mampu berpartisipasi dalam ruang global tanpa harus melepaskan identitas asalnya (Tartaglia & Rossi, 2015).

Globalisasi membuka ruang bagi identitas lokal untuk direpresentasikan dalam konteks yang lebih luas melalui berbagai media, praktik budaya, maupun interaksi lintas negara. Identitas tidak dipandang sebagai sesuatu yang statis, melainkan sebagai hasil proses adaptasi dan rekonstruksi yang berlangsung secara terus-menerus. Konsep ini digunakan untuk menganalisis representasi identitas nasional Indonesia melalui figur Carmen Hearts2Hearts dalam industri K-pop global. Meskipun Carmen berkarier dalam industri hiburan Korea Selatan yang berorientasi global, berbagai pemberitaan media dan respons masyarakat Indonesia tetap menempatkannya sebagai representasi Indonesia. Dengan menggunakan konsep Tartaglia dan Rossi, tulisan ini berargumen bahwa globalisasi budaya tidak menghapus identitas nasional Carmen, melainkan menghadirkan ruang baru bagi identitas tersebut untuk terus dikenali, direpresentasikan, dan memperoleh makna dalam ruang budaya global.

Perkembangan K-Pop

Perkembangan Korean Wave (Hallyu) tidak dapat dipisahkan dari transformasi media digital yang mengubah cara produk budaya diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi secara global. Jika pada fase awal akhir 1990-an penyebaran Hallyu masih bergantung pada ekspor drama televisi melalui stasiun penyiaran konvensional di Asia Timur, maka memasuki dekade 2010-an ekspansi budaya populer Korea semakin didorong oleh internet, media sosial, dan berbagai platform digital yang memungkinkan distribusi konten secara real-time kepada audiens internasional (Min, 2025). Ekspansi K-pop semakin diperkuat oleh media digital. Platform seperti YouTube memungkinkan distribusi konten secara global, Twitter/X memperkuat komunikasi langsung antara artis dan penggemar, sedangkan Weverse membangun komunitas transnasional melalui interaksi yang lebih personal. Kombinasi ketiga platform tersebut membuat hubungan antara idol dan penggemar tidak lagi dibatasi oleh ruang geografis sehingga mempercepat penyebaran K-pop sebagai budaya populer global (Lee & Lau, 2026).

K-pop lahir melalui proses hibridisasi budaya, yaitu mengombinasikan unsur-unsur musik populer Barat seperti hip-hop, R&B, dan electronic dance music dengan bahasa, estetika visual, serta karakter budaya Korea. Proses tersebut menghasilkan produk budaya yang memiliki identitas khas Korea sekaligus mudah diterima oleh audiens global. Dengan demikian, K-pop tidak hanya menjadi representasi budaya nasional Korea Selatan, tetapi juga menjadi bentuk budaya populer global yang mampu melampaui batas-batas geografis (Cho & Lee, 2025). Karakteristik utama

industri K-pop terletak pada sistem produksi yang terintegrasi, di mana idol dipersiapkan melalui pelatihan intensif dalam bidang vokal, tari, bahasa asing, komunikasi, hingga pembentukan identitas publik. Dengan sistem tersebut, idol tidak hanya diposisikan sebagai penyanyi, tetapi juga sebagai produk budaya yang memiliki daya saing di pasar internasional (Choi, 2023).

Besarnya pengaruh Hallyu terlihat dari tingginya konsumsi budaya Korea di berbagai negara, termasuk Indonesia. K-Pop menjadi fenomena global sejak awal tahun 2000-an, dan semakin populer di Indonesia setelah era Hallyu Wave pada gelombang kedua yakni sekitar tahun 2009–2012-an. Berdasarkan data dari Goodstats pada tahun 2024, Indonesia menempati posisi sebagai pasar musik K-pop terbesar di dunia dengan penguasaan pasar mencapai 18,47%, melampaui Amerika Serikat (10,24%), Filipina (8,95%), bahkan Korea Selatan sebagai negara asal K-pop yang hanya memiliki pangsa pasar sebesar 7,12% (GoodStats, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa Indonesia bukan lagi sekadar pasar potensial, melainkan telah menjadi salah satu pusat konsumsi budaya populer Korea di tingkat global. Tingginya konsumsi tersebut menunjukkan apabila globalisasi budaya telah membentuk koneksi budaya yang semakin erat antara masyarakat Indonesia dan industri hiburan Korea Selatan.

Berkembangnya industri K-pop sebagai industri budaya global, perusahaan hiburan Korea Selatan juga mulai mengubah strategi rekrutmen artis. Pada awal perkembangannya industri K-pop didominasi oleh artis berkewarganegaraan Korea, namun saat ini perusahaan hiburan Korea Selatan membuka kesempatan bagi talenta dari berbagai negara. Perekrutan idol internasional menjadi salah satu strategi untuk memperluas pasar global. Saat ini kehadiran anggota non-Korea dalam grup K-pop menjadi fenomena yang semakin umum untuk membangun kedekatan dengan audiens internasional. Fenomena ini menunjukkan bahwa globalisasi budaya tidak hanya memperluas distribusi produk budaya, tetapi juga mendorong mobilitas budaya melalui keterlibatan individu dari berbagai latar belakang kebangsaan dalam industri budaya Korea (Chung et al., 2025). Contoh nyata dari fenomena tersebut adalah debutnya anak bangsa asal Bali, Indonesia yang bernama Nyoman Ayu Carmenita (Carmen), dalam *girl group* Heart2Hearts di bawah naungan agensi SM Entertainment.

Representasi Identitas Nasional Indonesia melalui Carmen Hearts2Hearts

Keberhasilan Carmen bergabung sebagai anggota Hearts2Hearts memperlihatkan bahwa figur idol K-pop tidak hanya dipahami sebagai pelaku industri hiburan global,

tetapi juga dapat menjadi representasi identitas nasional negara asalnya. Berbagai media Indonesia tidak hanya memberitakan proses debut Carmen sebagai pencapaian individu, melainkan menyebutkan apabila kesuksesan Carmen merupakan keberhasilan Indonesia di ruang budaya global. Identitas nasional menjadi aspek yang lebih menonjol dibandingkan identitas profesionalnya sebagai seorang idol K-pop. Hal tersebut dapat terlihat secara konsisten pada berbagai pemberitaan Indonesia. Liputan6 (2025), menyebutkan Carmen sebagai "idol pertama dari Indonesia yang debut di SM Entertainment" dan menyoroti kebanggaan masyarakat Indonesia terhadap pencapaiannya.

Berita tersebut tidak hanya mengulas proses debut Carmen, tetapi juga menggambarkan antusiasme publik Indonesia yang menganggap keberhasilannya sebagai pencapaian nasional (Miranti, 2025). Beritasatu (2025), menyoroti respons netizen Indonesia yang merasa bangga karena akhirnya terdapat representasi Indonesia di salah satu agensi hiburan terbesar di Korea Selatan (Fauziah, 2025). Selain itu, laman berita IDN Times (2026) mendokumentasikan berbagai momen ketika Carmen merepresentasikan Indonesia selama aktivitas promosi Hearts2Hearts. Media tersebut tidak hanya menyoroti aktivitas Carmen sebagai idol, tetapi juga menghubungkannya dengan identitas kebangsaan yang terus melekat pada dirinya (Zaira, 2026).

Cara media Indonesia membingkai Carmen menunjukkan bahwa identitas nasional tidak hanya dipahami sebagai status kewarganegaraan, tetapi juga sebagai identitas kelompok yang dapat membentuk rasa memiliki (*sense of belonging*) bagi masyarakat Indonesia. Tartaglia dan Rossi (2015) menjelaskan bahwa identitas lokal berfungsi sebagai bentuk keterikatan sosial yang menghubungkan individu dengan komunitas asalnya. Keberhasilan Carmen tidak lagi dipersepsikan sebagai pencapaian individu semata, tetapi juga dimaknai sebagai keberhasilan yang ikut merepresentasikan Indonesia dalam ruang budaya global. Melalui proses tersebut, media berperan dalam mengonstruksi Carmen sebagai figur yang memungkinkan masyarakat Indonesia merasakan keterhubungan emosional dengan industri K-pop yang selama ini didominasi oleh Korea Selatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk makna identitas nasional di ruang budaya global.

Representasi identitas nasional tidak hanya dibentuk melalui narasi media, tetapi juga melalui berbagai praktik budaya yang ditampilkan Carmen selama aktivitasnya sebagai anggota Hearts2Hearts. Pada beberapa kesempatan, Carmen secara aktif

memperkenalkan unsur-unsur budaya Indonesia kepada publik internasional. Carmen sering kali menyapa maupun membalas komentar para penggemarnya yang berasal dari Indonesia melalui aplikasi Weverse menggunakan Bahasa Indonesia (Subiyanto, 2026). Penggunaan bahasa Indonesia menjadi simbol bahwa identitas nasional tetap dipertahankan meskipun Carmen bekerja dalam lingkungan budaya Korea Selatan. Menurut Tartaglia dan Rossi (2015), bahasa merupakan salah satu unsur identitas lokal yang memperkuat rasa memiliki terhadap komunitas asal sekaligus membangun kedekatan sosial dengan kelompok tersebut. Dengan tetap menggunakan bahasa Indonesia ketika berinteraksi dengan penggemar, Carmen menunjukkan bahwa keterhubungannya dengan Indonesia tidak terputus meskipun dirinya telah menjadi bagian dari industri hiburan global. Dalam perspektif ini, bahasa menjadi representasi identitas nasional yang terus hadir melalui praktik komunikasi sehari-hari. Salah satu momen yang mendapatkan perhatian masyarakat adalah ketika Carmen memperkenalkan budaya Indonesia dalam sebuah acara musik Korea.

Pada saat promosi *comeback* Hearts2Hearts di M-Net, Carmen tidak sengaja membawa kebiasaan membungkuk. Ketika melewati seniornya, tindakan tersebut mendapat respons positif dari masyarakat Indonesia bahkan mancanegara karena menunjukan sikap sopan dan mencerminkan tata krama budaya Indonesia (Lee H. , 2026). Carmen juga beberapa kali memperkenalkan makanan khas Indonesia pada salah satu konten Youtube resmi Hearts2hHearts seperti nasi padang, pie susu, telur gulung, martabak, onde-onde, dan berbagai macam makanan khas Indonesia lainnya (Fadila & Devi, 2026). Berbagai simbol budaya yang diperkenalkan Carmen memperlihatkan bahwa identitas nasional tidak selalu direpresentasikan melalui simbol-simbol formal seperti bendera atau atribut kenegaraan, tetapi juga melalui praktik budaya sehari-hari yang mudah dikenali oleh masyarakat internasional. Tartaglia dan Rossi (2015) menjelaskan bahwa identitas lokal memperoleh makna melalui simbol, nilai, dan praktik budaya yang diwariskan dalam kehidupan sosial. Penyebutan makanan khas Indonesia maupun daerah asalnya di Bali dapat dipahami sebagai bentuk representasi identitas yang menghadirkan Indonesia dalam ruang budaya populer global melalui simbol-simbol yang bersifat dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Pada wawancara pertamanya bersama Billboard, Carmen juga memperkenalkan dirinya sebagai anggota asal Indonesia dan menceritakan proses adaptasinya di Korea Selatan. Carmen juga menyatakan apabila dirinya bersyukur dan bangga karena bisa memperkenalkan Indonesia dan membagikan sebagian budaya Indonesia

serta pengalamannya kepada penggemar melalui debutnya sebagai anggota Hearts2hearts (Zaira, 2026). Pernyataan Carmen dalam wawancara Billboard menunjukkan bahwa identitas Indonesia bukanlah identitas yang ditinggalkan setelah memasuki industri K-pop, tetapi justru menjadi bagian dari citra publik yang terus dibangun sejak awal debutnya. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Tartaglia dan Rossi (2015) yang menyatakan bahwa globalisasi tidak menghilangkan identitas lokal, melainkan menciptakan ruang baru bagi identitas tersebut untuk memperoleh makna dalam konteks yang lebih luas. Dengan demikian, identitas Indonesia dan identitas sebagai idol K-pop tidak berada dalam hubungan yang saling meniadakan, tetapi berjalan secara berdampingan sebagai dua identitas yang saling melengkapi.

Berdasarkan uraian tersebut, representasi identitas nasional Indonesia melalui figur Carmen terbentuk melalui tiga proses utama. Pertama, media Indonesia secara konsisten membingkai Carmen sebagai simbol kebanggaan nasional sehingga keberhasilannya dipahami sebagai representasi Indonesia dalam industri budaya global. Kedua, Carmen mempertahankan berbagai simbol identitas Indonesia melalui penggunaan bahasa Indonesia, penyebutan daerah asal, serta pengenalan unsur-unsur budaya Indonesia kepada audiens internasional. Ketiga, ruang global yang dibentuk oleh industri K-pop dan media digital justru memperluas visibilitas identitas Indonesia kepada khalayak lintas negara. Dengan menggunakan perspektif Tartaglia dan Rossi (2015), fenomena tersebut menunjukkan bahwa globalisasi budaya tidak menghilangkan identitas lokal, tetapi memberikan ruang baru bagi identitas tersebut untuk memperoleh makna, membangun rasa memiliki, serta terus direpresentasikan dalam konteks global.

Kesimpulan

Carmen Hearts2Hearts menunjukkan bahwa globalisasi budaya tidak selalu menghilangkan identitas nasional, tetapi juga bisa menjadi ruang baru bagi identitas tersebut untuk direpresentasikan dalam skala global. Sebagai idol Indonesia pertama yang debut di bawah SM Entertainment, Carmen tidak hanya dipandang sebagai bagian dari industri hiburan Korea Selatan, tetapi juga terus dikaitkan dengan identitas kebangsaannya oleh media, penggemar, maupun dirinya sendiri. Pemberitaan media Indonesia yang menekankan status Carmen sebagai "idol Indonesia pertama di SM Entertainment", penggunaan bahasa Indonesia dalam interaksi dengan penggemar, pengenalan berbagai unsur budaya Indonesia, serta pernyataan Carmen dalam wawancara internasional menunjukkan bahwa identitas nasional tetap menjadi bagian penting dari citra publiknya.

Melalui perspektif Stefano Tartaglia dan Monica Rossi (2015), studi kasus ini memperlihatkan bahwa identitas lokal tidak berada dalam posisi yang bertentangan dengan globalisasi. Sebaliknya, identitas nasional tetap berfungsi sebagai sumber rasa memiliki (*sense of belonging*), pembentuk makna, dan simbol keterikatan dengan komunitas asal meskipun individu berpartisipasi dalam ruang budaya global. Identitas Indonesia yang melekat pada Carmen tidak mengalami penghapusan akibat globalisasi budaya, tetapi memperoleh ruang representasi yang lebih luas melalui industri K-pop dan media digital. Carmen juga memberikan pelajaran bahwa industri budaya global tidak hanya menjadi medium penyebaran budaya Korea Selatan, namun juga membuka peluang bagi identitas nasional negara lain untuk memperoleh pengakuan di tingkat internasional. Oleh karena itu, globalisasi budaya dapat dipahami hanya sebagai proses homogenisasi budaya, tetapi juga sebagai ruang yang membuka peluang untuk identitas lokal supaya tetap hadir, beradaptasi, dan memperoleh makna baru di tengah interaksi budaya global.

Daftar Pustaka

- Cho, J. M., & Lee, T. C. (2025). *An Introduction To K-Pop And Bts: Hybridity And Transcultural Reimaginings*. Springer Nature.
- Choi, S. (2023). K-Pop Idols: Media Commodities, Affective Laborers, And Cultural Capitalists. In S.-Y. Kim, *The Cambridge Companion To K-Pop* (Pp. 139 - 153). Cambridge University Press.
- Chung, J.-K., Kobzar, T., Otkydach, V., Riabchun, I., & Ivanenko, O. (2025, June 30). Analysis Of The Impact Of Globalisation On Musical Trends And Cultural Expressions. *Yegah Musicology Journal*, 8(2), 618-642.
- Fadila, M. N., & Devi, S. P. (2026). Prespektif K-Pop Indonesia Mengenai Debut Idol K-Pop Asal Indonesia. In W. P. Sari, & F. Rusdi, *Komunikasi Dan Kebudayaan Di Era Akal Imitasi: Identitas, Kreativitas, Dan Keberlanjutan* (Pp. 32-39). Gramedia Pustaka Utama.
- Fauziah, N. (2025, February 12). Retrieved July 2026, From Beritasatu.Com: <https://www.beritasatu.com/lifestyle/2871350/Sapaan-Pertama-Carmen-Hearts2hearts-Untuk-Penggemarnya>
- Gennadievich, D. O., Arbeláez-Campillo, D. F., & Rojas-Bahamón, M. J. (2022). The Influence Of Globalization Processes On The Culture Sphere. *Revista De Filosofia*, 39(100), 143-154.
- Goodstats. (2025). *Indonesia Jadi Konsumen Terbesar K-Pop Di Dunia, Sentuh 18% Pangsa Pasar Global*. Indonesia : Good News From Indonesia.
- Kim, Y. (2022). *Soft Power And Cultural Nationalism: Globalization Of The Korean Wave*. Media In Asia.

- Lee, H. (2026, March 10). Retrieved July 2026, From Idn Times: <https://www.idntimes.com/Korea/Kpop/Momen-Carmen-Hearts2hearts-Merepresentasikan-Indonesia-C1c2-01-2kxv1-F13y7z>
- Lee, J. M., & Lau, G. (2026). Uniting Global Fans And Revolutionizing K-Pop Marketing: Weverse, A Global Fan Community Platform. *Asia Pacific Business Review*, 32(3), 595 - 617.
- Miranti. (2025, February 6). Retrieved July 2026, From Liputan6.Com: <https://www.liputan6.com/Hot/Read/5911362/Profil-Carmen-Hearts2hearts-Idol-Pertama-Dari-Indonesia-Yang-Debut-Di-Sm-Entertainment>
- Putri, N. W., & Dilia, D. (2023, October 07). Analyzing Social Media Strategy In Korean Music Industries. *Perspektif*, 4(12), 1206-1214.
- Subiyanto, N. Z. (2026). *Analisis Interaksi Parasosial Carmen Hearts 2 Hearts Dalam Aplikasi Weverse Dengan Penggunaan Bahasa Indonesia Dan Adaptasi Tren Lokal Dalam Interaksi Dengan Fans*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
- Tartaglia, S., & Rossi, M. (2015). The Local Identity Functions In The Age Of Globalization: A Study On A Local Culture. *Community Psychology In Global Perspectiv*, 05-121.
- Zaira, A. (2026, July 5). Retrieved July 2026, From Idn Times: <https://www.idntimes.com/Korea/Kpop/Carmen-H2h-Wawancara-Perdana-Billboard-00-Dt824-38mkkt>

Identitas Nasional, Gastrodiplomasi, dan Kosmopolitanisme: Promosi Makanan Korea Melalui Drama Korea Selatan Selatan

Sekar Putri Maharani

Pendahuluan

Makanan bukan hanya kebutuhan untuk bertahan hidup, namun makanan juga dapat menjadi identitas nasional sebuah negara. Makanan merupakan salah satu faktor paling penting dalam kultur tradisional suatu negara (Bandar & Golikova, 2021). Kuliner khas merupakan perwujudan dari sejarah, identitas, kultur, pola hidup, hingga warisan kultur masyarakat (Basant, et al., 2025). Makanan nasional suatu negara merupakan warisan kultur yang sama pentingnya dengan bahasa, literatur, hingga seni sehingga masyarakat perlu melestarikan dan membanggakan identitas nasionalnya. Warisan makanan dan tradisi kuliner merupakan suatu bentuk warisan kultur tak benda (Low, 2025). Tradisi merupakan kepercayaan atau kultur yang telah diturunkan dalam beberapa generasi. Makanan dapat merepresentasi identitas nasional baik untuk masyarakat lokal maupun untuk masyarakat global. Cita rasa manusia sering kali menjadi langkah awal dalam mempelajari kultur lain (Forman & Lejeune, 2023). Bahkan makanan telah menjadi suatu bentuk komunikasi non-verbal yang mampu menghubungkan masyarakat global. Kuliner tradisional menjadi suatu peluang bagi negara-negara untuk membangun koneksi baru terhadap masyarakat global dan mempromosikan identitasnya dalam tingkat global.

Negara dapat menggunakan makanan sebagai instrumen diplomasi. Gastrodiplomasi merupakan suatu bentuk diplomasi melalui makanan yang ditargetkan untuk publik atau khalayak. Gastrodiplomasi dapat didefinisikan sebagai penggunaan makanan tradisional sebagai instrumen produksi persepsi dan citra baik suatu negara dan dapat meningkatkan pengakuan global pada negara tersebut (Demirağ, Turgut, & Ongun, 2025). Gastrodiplomasi merupakan salah satu instrumen negara untuk membangun reputasinya (Forman & Lejeune, 2023). Makanan dinilai sebagai instrumen efektif untuk menyoroti kekhasan suatu negara. Promosi makanan tradisional dapat mendukung peningkatan pengakuan global terhadap negara dan membangun *soft power*. Pada era globalisasi interaksi lintas batas negara sangat pesat, walaupun tidak selalu melalui interaksi secara fisik. Disebabkan oleh hal tersebut, negara sering kali menyebarkan kultur, propaganda, hingga membangun citra melalui teknologi digital. Negara juga dapat membangun *soft power* melalui sektor hiburannya.

Korea Selatan menggunakan sektor hiburan untuk memperkuat kultur dalam negeri sekaligus mempromosikannya pada masyarakat global. Korea Selatan menggunakan media untuk membangun persepsi atas citra nasionalnya. Korea Selatan membangun citra nasionalnya sebagai penuh aspirasi dan kosmopolitan (Lee, 2021). Korea Selatan menggunakan media televisi untuk melakukan agenda nasionalis Korea Selatan yang menggunakan perspektif kosmopolitan untuk tetap mempertahankan persepsi aspiratif pada kultur Korea Selatan bagi warga lokal. Drama Korea Selatan sering kali digunakan sebagai instrumen pengenalan warisan kultur yang membawa identitas nasional Korea Selatan.

Drama Korea Selatan berkontribusi besar terhadap peningkatan volume ekspor makanan Korea Selatan, khususnya kimchi (Park & Kim, 2025). Melalui drama Korea Selatan, masyarakat global dapat turut merasakan, mengapresiasi, hingga mengalami warisan kultur Korea Selatan. Hal tersebut merupakan bukti bagaimana makanan telah menjadi fenomena kosmopolitan yang dapat dirasakan masyarakat global. Ditemukan bahwa dalam jangka waktu penanganan drama berjudul “Kingdom Season 1” terdapat peningkatan ekspor kimchi yang signifikan dibandingkan dengan periode waktu sebelum tayangnya drama tersebut. Diketahui bahwa ekspor kimchi naik sebesar 18.935 kg per bulan ke Thailand dan 17,872 kg per bulan ke Amerika Serikat. Berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan analisis mengenai bagaimana promosi makanan Korea Selatan melalui drama Korea Selatan dapat memperkuat identitas nasional Korea Selatan dalam era globalisasi sekaligus berkontribusi pada pengalaman kosmopolitan pada audiens global.

Kosmopolitanisme dalam Globalisasi

Globalisasi berkembang sejak tahun 1980, fenomena ini turut mendorong dominasi kultur barat, terutama Amerika (Chiang & Zhou, 2019). Globalisasi menimbulkan kekuatan transnasional yang dapat mempengaruhi kedaulatan negara. Hal tersebut menimbulkan adanya pola baru pada hubungan antara kultur lokal, identitas nasional, wilayah, serta kedaulatan negara. Fenomena tersebut berpotensi mempengaruhi identitas nasional, di mana muncul dinamika pada kultur lokal yang dipengaruhi oleh konstruksi politik global. Globalisasi yang didorong oleh negara kapitalis dan dominan utama, yaitu Amerika Serikat, dapat mengeksport nilai-nilai kultur dan ideologi neoliberal yang berpotensi menginvasi kultur lokal. Hal tersebut menimbulkan ancaman terhadap kelestarian dan kemurnian kultur pada negara-negara yang kurang dominan.

Tak hanya globalisasi yang menimbulkan integrasi antar negara dan melemahkan lintas batas geografis negara, terdapat pula migrasi lintas negara yang juga mendukung peleburan kultur lokal suatu negara. Negara-negara melakukan kontrol melalui strategi lokalisasi kultur sebagai respons dari fenomena dominasi tersebut. Strategi lokalisasi merupakan upaya negara-negara dalam melindungi dan melestarikan kulturenya di tengah gempuran kultur asing yang bermacam-macam akibat dari globalisasi. Strategi lokalisasi umumnya dilakukan melalui pendidikan dan sekolah sebagai sarana pelestarian kultur lokal. Walaupun begitu, kurikulum sekolah juga dipengaruhi oleh norma dan kultur global, sehingga mempertahankan kultur lokal secara murni dinilai hampir mustahil dilakukan.

Istilah kosmopolitanisme lahir dari bahasa Yunani, “cosmos” yang berarti dunia dan “polis” yang berarti kota. Istilah kosmopolitanisme digunakan dalam filosofi yang mengindikasikan bahwa setiap individu merupakan masyarakat dunia (Cheah, 2006). Kosmopolitanisme merupakan universalitas yang menekankan lingkaran kebersamaan dan meliputi seluruh umat manusia melampaui batas-batas negara, bangsa, suku, komunitas, maupun ikatan keluarga tertentu. Kosmopolitanisme merupakan bahasa universal yang dapat menimbulkan rasa simpati dan mengembangkan komunikasi sosial masyarakat global. Komunikasi sosial dilakukan melalui pendidikan, seni, dan aspek-aspek kemanusiaan. Kosmopolitanisme membentuk ikatan pada masyarakat global terlepas dari ikatan kekerabatan yang sempit. Kosmopolitanisme berargumen bahwa empati tidak dibatasi oleh batas-batas wilayah negara. Globalisasi memberikan landasan pada perspektif kosmopolitanisme (Warf, 2020). Media global dan aliran budaya yang melebihi lintas batas sebuah negara memiliki peran yang signifikan dalam perkembangan kosmopolitanisme. Hal tersebut memungkinkan perkembangan komunikasi sosial yang mendorong tumbuhnya rasa kepemilikan sebagai masyarakat global.

Gastrodiplomasi

Dalam era globalisasi di mana lintas batas negara menjadi samar, dominasi negara *global power* tidak hanya terletak pada aspek ekonomi, dominasi bahkan dapat dirasakan hingga pada aspek kultural. Gastrodiplomasi dilakukan oleh negara *middle power* untuk mempertahankan dan memperkuat kesadaran akan *national power*-nya. Gastrodiplomasi merupakan strategi diplomasi publik populer mana suatu negara melakukan diplomasi kultural melalui promosi kuliner (Rockower, 2020). Gastrodiplomasi dilakukan untuk mendapatkan atau meningkatkan *national branding* dan promosi *soft power*. Gastrodiplomasi merupakan suatu metode memenangkan hati dan pikiran masyarakat global melalui makanan (Rockower P.

S., 2012). Gastrodiplomasi merupakan suatu bentuk diplomasi publik yang mengombinasikan diplomasi kultural, diplomasi kuliner, dan *national branding* untuk membuat masyarakat global turut mengalami dan merasakan kultur lokal suatu negara. Hal tersebut menimbulkan familiaritas terhadap cita rasa kuliner lokal tersebut. Maka dari itu, gastrodiplomasi dapat mendorong peningkatan kesadaran akan kultur dan kuliner lokal suatu negara.

Gastrodiplomasi merupakan kombinasi antara gastronomi dan diplomasi (Demir & Alper, 2021). Gastrodiplomasi dapat bersifat “ambrassadorial” atau dilakukan oleh perwakilan, khususnya negara. Tak hanya itu, gastrodiplomasi juga dapat dilakukan melalui aktor sub-state bahkan non-state (Li & Mok, 2025). Gastrodiplomasi juga dapat disampaikan melalui *grass root* atau masyarakat lokal. Gastrodiplomasi tidak hanya dapat berperan sebagai strategi komunikasi kultural, namun juga dapat berperan sebagai daya tarik alternatif bagi negara-negara *global power* kecil dan menengah. Negara kecil dan menengah cenderung mencari alternatif dalam mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya dalam hubungan internasional.

Drama Korea Selatan sebagai Instrumen Kosmopolitanisme

Globalisasi berperan penting dalam perkembangan kosmopolitanisme. Kosmopolitanisme dan globalisasi sering kali dianggap berpotensi mengikis rasa nasionalisme (Warf, 2020). Tak hanya itu, kosmopolitanisme juga dianggap akan menghapus identitas nasional dan budaya lokal sepenuhnya. Globalisasi dinilai akan melahirkan budaya homogen yang akan menghilangkan kekhasan budaya-budaya lokal. Kosmopolitanisme tidak selalu berdampak buruk pada nasionalisme. identitas nasional, maupun budaya lokal. Kosmopolitanisme justru dapat memperkuat budaya lokal dan mempromosikannya pada masyarakat global tanpa harus menghilangkan kekhasannya. Dalam kasus ini, Korea Selatan menggunakan media global sebagai produk dari globalisasi untuk memperkuat identitas nasionalnya. Tak hanya itu, Korea Selatan juga melakukan promosi kultur lokalnya melalui media global. Media global yang digunakan berupa drama Korea yang ditayangkan tidak hanya dalam negeri, namun juga di luar negeri.

Globalisasi memberikan kemudahan terhadap berlangsungnya Kosmopolitanisme. Kosmopolitanisme dapat muncul dalam diri individu setelah mengapresiasi dan mengalami kultur dari negara lain. Rasa memiliki dan keikutsertaan mengapresiasi menumbuhkan kesadaran sebagai masyarakat global. Ketika audiens luar negeri menonton dan mencoba masakan tradisional Korea, maka dapat audiens luar negeri telah mengalami kultur Korea tanpa harus hadir secara fisik ke Korea Selatan.

Pengalaman tersebut memungkinkan adanya kosmopolitanisme sehari-hari yang memungkinkan individu memahami praktik kultural masyarakat global pada wilayah negara lain. Dengan mencoba makanan Korea, seorang individu dapat menjadi bagian dari komunitas yang mengonsumsi kultur Korea yang menjadi identitas nasional dari Korea Selatan. Pada era globalisasi, identitas nasional sebuah negara dapat dipelajari dan dipahami tanpa harus hadir secara fisik pada negara tersebut. Tak hanya itu, identitas nasional suatu negara dapat diapresiasi oleh masyarakat global melalui media global. Media global berperan sebagai ruang pertemuan kultur lintas negara yang dapat mendorong kefamiliaritasan terhadap budaya asing.

Gastrodiplomasi memungkinkan tumbuhnya familiaritas masyarakat global terhadap kultur lokal suatu negara, khususnya makanan tradisional. Korea Selatan berupaya melestarikan dan mempromosikan kulturenya pada masyarakat global melalui skema gastrodiplomasi melalui sektor hiburan. Media global menyediakan ruang bagi negara untuk memperkenalkan identitas lokalnya kepada masyarakat global. Hal tersebut dapat mendorong familiaritas masyarakat global bahkan menimbulkan keinginan untuk mengalami dan mengonsumsi budaya lokal yang dipromosikan. Dalam kasus ini Korea Selatan memanfaatkan *soft power*nya untuk mendorong penyebaran kultur. Terdapat gelombang Korea Selatan yang disebut dengan “hallyu”. *Hallyu* mulai muncul pada tahun 1997, tepatnya pada saat krisis finansial Asia (Oh, 2017). *Hallyu* dimulai dengan adanya lokalisasi hiburan global. Produk-produk hiburan tersebut kemudian berhasil menarik perhatian masyarakat global, khususnya pada kawasan Asia, Eropa, dan Amerika. Gelombang *hallyu* dibagi menjadi 3 periode, yaitu *hallyu* 1.0 yang berlangsung pada tahun 1997 hingga pertengahan tahun 2000-an, *hallyu* 2.0 berlangsung pada pertengahan tahun 2000-an hingga pertengahan tahun 2010-an, *hallyu* 3.0 yang berlangsung mulai pertengahan tahun 2010 hingga saat ini (Song, 2020). *Hallyu* 1.0 merupakan periode permulaan meningkatnya popularitas drama Korea pada kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara. *Hallyu* 2.0 ditandai dengan ekspansi produk hiburan Korea pada musik pop, permainan digital, hingga produk-produk kultural yang populer hingga lingkup global. *Hallyu* 3.0 ditandai dengan globalisasi dan media digital yang turut mempopulerkan produk hiburan Korea.

Gelombang tersebut merupakan simbol kebangkitan sektor hiburan Korea Selatan di dunia global (Kim & Akilli, 2023). *Hallyu* membantu penyebaran dan meningkatkan popularitas kultur Korea Selatan seperti drama, film, makanan, bahasa, dan musik Korea Selatan. *Hallyu* mampu mendorong ekspor produk-produk hiburan Korea

seperti drama, musik, hingga film. Gelombang ini berperan penting untuk menghadirkan pengalaman kultur Korea pada masyarakat di luar Korea Selatan. *Hallyu* dikenal sebagai fenomena transnasional media. Pemerintah Korea senantiasa mendukung sektor hiburan Korea dengan berbagai cara, salah satunya adalah berinvestasi. Hal tersebut dikarenakan *hallyu* dapat menjadi penyaluran *soft power* Korea dan memperkuat *national branding*. *Hallyu* juga memberi dorongan terhadap gastrodiploasi Pemerintah Korea melalui Drama Korea. Dengan bantuan globalisasi dan teknologi digital masyarakat luar negeri dapat dengan mudah mengakses, mengetahui, dan menikmati kultur-kultur Korea. Hal ini merupakan pendorong pengalaman kosmopolitanisme pada masyarakat global terhadap kultur Korea Selatan.

Korea Selatan menggunakan *soft power*-nya yang berupa kepopuleritasan sektor hiburannya dalam lingkup global. Pemerintah Korea Selatan melakukan investasi untuk menjaga dan meningkatkan *soft power* tersebut. Pemerintah Korea Selatan diketahui menginvestasikan sekitar 573 miliar won melalui Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata dan Kementerian Sains, Informasi, dan Teknologi Komunikasi Korea Selatan (Detik.com, 2024). Investasi tersebut digunakan untuk sebuah proyek bernama *K-Content media Strategis Fund*, yang ditujukan untuk menjaga kekayaan intelektual yang berkaitan dengan sektor hiburan. Hal tersebut dilakukan agar pemilik tidak menjual kekayaan intelektual pada platform-platform *streaming* luar, seperti Netflix. Konten kekayaan intelektual yang dilindungi antara lain film, drama, permainan digital, webtoon, hingga musik K-Pop. Hal tersebut mencerminkan dukungan pemerintah Korea Selatan terhadap ekspor budaya. Budaya Korea kemudian menjadi komoditas global yang dapat dinikmati oleh masyarakat global dan dapat mendorong kosmopolitanisme.

Perlindungan *soft power* tersebut juga dapat meningkatkan pengalaman masyarakat global terhadap kultur Korea Selatan yang murni tanpa campur tangan pihak asing. Paparan terhadap kultur murni dapat melahirkan perasaan familiaritas dan *memiliki* sehingga mendorong terjadinya kosmopolitanisme. Drama Korea sering kali memuat tampilan makanan tradisional Korea Selatan. Beberapa drama korea yang menampilkan makanan tradisional antara lain *The Good Bad Mother*, *Doctor Cha*, *Extraordinary Attorney Woo*, *Crash Course In Romance*, dan *Dr. Romantic Season 3* (Fimela, 2023). Makanan tradisional yang sering muncul antara lain *kimchi*, *jjajangmyeon*, *bulgogi*, *tteokbokki*, *kimbap*, dan *budae jjigae* (Merdeka.com, 2026).

Kimchi merupakan produk fermentasi sayuran yang merupakan budaya makan masyarakat Korea, maka dari itu hampir setiap drama Korea menampilkan *kimchi*. *Kimchi* merupakan makanan sehari-hari yang dikonsumsi oleh masyarakat Korea. Audiens luar negeri juga mengenali bahwa *kimchi* merupakan bagian dari makanan sehari-hari masyarakat Korea melalui drama. Drama yang menampilkan Tampilan tersebut berpotensi mendorong keinginan audiens untuk mencoba pengalaman yang sama dengan aktor dalam drama. Terdapat penelitian pada 1239 responden dari seluruh dunia yang menyatakan bahwa 77 persen responden mengaku bahwa menonton drama Korea Selatan membuat mereka tertarik untuk mencoba makanan tradisional Korea (Merdeka.com, 2026). Makanan tradisional Korea Selatan banyak dikenal melalui drama Korea.

Fenomena penyebaran kultur Korea berupa makanan tradisional menunjukkan bahwa kosmopolitanisme dan globalisasi tidak selalu mengikis kultur lokal, bahkan dalam kasus ini pemerintah Korea berhasil memperkuat identitas lokalnya dan bahkan menjadikannya sarana untuk memperoleh pengakuan dari masyarakat global. Melalui paparan tayangan drama korea, audiens internasional tidak hanya mengonsumsi produk hiburan Korea, namun juga berinteraksi dengan kultur Korea yang merepresentasikan kehidupan sehari-hari masyarakat Korea. Fenomena tersebut mendorong meningkatnya pemahaman dan pertukaran kultur yang mendorong praktik kosmopolitanisme. Gastrodiplomasi yang dilakukan melalui drama korea mewakili kepentingan nasional Korea sekaligus mendorong praktik kosmopolitanisme dalam era globalisasi.

Kesimpulan

Globalisasi dapat mendukung praktik kosmopolitanisme karena memberi ruang untuk pertukaran budaya. Paparan masyarakat global melalui drama Korea terhadap kultur Korea Selatan mendorong keinginan untuk memiliki pengalaman yang sama. Pemerintah Korea Selatan sangat mendukung sektor hiburannya. Tak hanya itu, pemerintah Korea Selatan juga melindungi sektor hiburan dalam negeri melalui investasinya. Hal tersebut juga ditujukan untuk mengenalkan dan memperkuat *soft power* Korea Selatan. Tak hanya itu, hal tersebut juga dapat menjaga kemurnian karya-karya pada sektor hiburan Korea Selatan, sehingga masyarakat global dapat senantiasa menikmati dan mengalami karya murni Korea Selatan. Drama Korea yang sering kali menampilkan makanan Korea dapat mendorong keinginan audiens global untuk mencoba makanan tersebut.

Makanan merupakan bagian dari identitas nasional Korea Selatan. Hal tersebut memberi kesempatan masyarakat global untuk menjadi komunitas yang mengonsumsi kultur Korea Selatan. Diketahui sekitar 77% audiens global mengaku ingin mencoba makanan tersebut. Hal ini memproduksi rasa familiaritas dan *memiliki* sebagai masyarakat global, yang kemudian mendukung terjadinya kosmopolitanisasi. Pada era globalisasi, Pemerintah Korea Selatan mampu menjaga kemurnian masakan tradisionalnya. Tak hanya itu, Pemerintah Korea mendorong masyarakat lokal untuk bangga terhadap kulturenya, bahkan mempromosikan kulturenya terhadap masyarakat global, dan mendukung kosmopolitanisme. Kasus ini menunjukkan bahwa globalisasi dan kosmopolitanisme tidak selalu berdampak buruk pada kultur lokal, melainkan justru dapat memperkuat dan memperluas jangkauannya.

Daftar Pustaka

- Antara News. (2024, December 19). *Korea Selatan investasi Rp11 triliun tingkatkan daya saing OTT Lokal*. Diambil kembali dari ANTARA: <https://www.antaranews.com/berita/4538502/korea-selatan-investasi-rp11-triliun-tingkatkan-daya-saing-ott-lokal>
- Bandar, N., & Golikova, T. (2021). Culinary traditions and eating patterns of various Ukrainian regions. Dalam D. Bogueva, I. Jakobsone, M. Jakobsons, M. Shamtsyan, & T. Golikova, *Nutritional and Health Aspects of Traditional and Ethnic Foods of Eastern Europe* (hal. 123 - 146). Elsevier.
- Basant, N., Ayushi, Shukla, M., Singh, R., Sharma, S., & Tiwari, N. (2025). Importance of Traditional Foods. Dalam S. Sharma, & A. P. Singh, *Traditional Foods: Impact on Gut Health* (hal. 1 - 25). Boca Raton: CRC Press.
- Brombin, A., & Schmidt, D. (2025). MIGRANTS AND REFUGEE FOODS. Dalam . M. Michael A. Di Giovine, *Routledge Handbook of Food and Cultural Heritage* (hal. 175 - 186). Taylor and Francis.
- Cheah, P. (2006). Cosmopolitanism. *Theory, Culture & Society*, 2–3.
- Chiang, T.-H., & Zhou, Q. (2019). Can cultural localization protect national identity. *Educational Philosophy and Theory*, 541-545.
- Demir, M., & Alper, P. (2021). G20 summit menus as a means of gastrodiplomacy: Messages to the world. *International Journal of Gastronomy and Food Science*.
- Demirağ, A., Turgut, H., & Ongun, Y. (2025). The New Soft Power Tool in Türkiye and the World: Gastrodiplomacy. Dalam O. Güner, *Türkiye's Public Diplomacy Ecosystem: A Reflection on Evolving Practices* (hal. 323 - 339). Ankara: Springer Science+Business Media.

- Detik.com. (2024, October 03). *Pemerintah Korsel Kucurkan Rp 6,9 T Bantu Kembangkan Pop Culture*. Diambil kembali dari Detik Pop: <https://www.detik.com/pop/korean-wave/d-7570008/pemerintah-korsel-kucurkan-rp-6-9-t-bantu-kembangkan-pop-culture>
- Fimela. (2023, June 03). *5 Drama Korea yang Tampilkan Beragam khas Kuliner Menggod*. Diambil kembali dari Fimela.com: <https://www.fimela.com/food/read/5298584/5-drama-korea-yang-tampilkan-beragam-khas-kuliner-menggod>
- Forman, J. M., & Lejeune, K. (2023). Elevating Gastrodiplomacy's Role in Marketing Identity. Dalam F. Fusté-Forné, & E. Wolf, *Contemporary Advances in Food Tourism Management and Marketing* (hal. 197 - 211). London: Taylor and Francis.
- Kim, Y., & Akilli, E. (2023). COVID-19 and South Korea: Focusing on Cultural Public Diplomacy with Hallyu. Dalam E. Akilli, B. Güneş, & A. Gökbek, *Diplomacy, Society and the COVID-19 Challenge* (hal. 110 - 121). New York : Taylor and Francis.
- Lee, M. J. (2021). Branding Korea: Food, cosmopolitanism, and nationalism on Korean television. *Yonsei Institute for English Studies*, 53-76.
- Li, G., & Mok, K. (2025). More than two decades of gastrodiplomacy: a review of the concept, current characteristics, and future trends. *Frontiers in Political Science*.
- Low, K. E. (2025). TASTE, SENSES, AND MEMORY: Outlining methods, themes, and prospects. Dalam M. A. Giovine, & R. Matta, *Routledge Handbook of Food and Cultural Heritage* (hal. 187 - 198). Taylor and Francis.
- Medina, J. W. (2025). Consumption, Class, and the Cosmopolitan in Twenty-First-Century South Korean Culinary Dramas. *Journal of Korean Studies*, 49 - 73.
- Merdeka.com. (2026, May 24). *5 Jenis 'racun' yang dibawa drama Korea ke seluruh dunia*. Diambil kembali dari Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/gaya/read/7144663/5-jenis-racun-yang-dibawa-drama-korea-ke-seluruh-dunia>
- Nair, B. B. (2021). Gastrodiplomacy in tourism: 'Capturing hearts and minds through stomachs'. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 30 - 40.
- Park, H.-J., & Kim, M.-S. (2025). K-콘텐츠의 해외 확산과 K-푸드 수출의 상관관계에 대한 연구 - (對)태국, 미국 K-드라마 방영과 김치 수출량을 중심으로 -. *한국외식산업학회지*, 325-341.
- Rockower, P. (2020). A guide to gastrodiplomacy. Dalam *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (hal. 205-212). New York: Taylor and Francis.

- Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiploamacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 235 – 246.
- Tartaglia, S., & Rossi, M. (2015). The local identity functions in the age of globalization: A study on a local culture. *Community Psychology in Global Perspective*, 105 – 121.
- Warf, B. (2020). Cosmopolitanism. *International Encyclopedia of Human Geography (Second Edition)*, 419-422.

***Rooted Cosmopolitanism* melalui Pendidikan Islam: Pembentukan Kosmopolitanisme Gender di Pondok Modern Darussalam Gontor**

Sayyidah Ilman Nisa

Pendahuluan

Meningkatnya mobilitas manusia di abad-21 menciptakan perubahan sosial yang signifikan. Batas-batas geografis dan kultural menjadi semakin cair, sehingga ruang lingkup interaksi antar individu dan kelompok dari beragam latar budaya terjadi semakin cepat, intens, dan luas. Di era globalisasi saat ini, salah satu aspek mobilitas manusia yang semakin mengalami perluasan adalah pendidikan (Suhardi et al., 2025). Pendidikan menjadi ruang perjumpaan lintas budaya melalui penyebaran nilai-nilai lokal hingga global (Mas'ud et al., 2025) yang menjunjung nilai kemanusiaan dan kesetaraan. Keadaan ini berperan penting dalam mengembangkan kepekaan sosial, rasa kebersamaan, serta fleksibilitas individu untuk hidup di tengah keragaman masyarakat (Amir et al., 2026). Bersama dengan hal tersebut, pendekatan *global citizenship* semakin berkembang yang menekankan tentang pemahaman global, sikap terbuka, kesadaran lintas batas, serta keberagaman budaya sebagai bagian dari identitas global termasuk kesetaraan gender (Putra et al., 2025). Dari gagasan *global citizen*, kemudian muncul pendekatan kosmopolitanisme dari Immanuel Kant mengenai seluruh manusia merupakan bagian dari satu komunitas moral yang sama, di mana setiap orang memiliki hak dan tanggung jawab yang melampaui batas negara atau kebangsaan (Assad et al., 2024).

Salah bentuk kosmopolitanisme yang diangkat dalam essai ini adalah kosmopolitanisme gender, melalui pendidikan yang ada di Pondok Modern Darussalam Gontor, secara khusus Gontor Putri. Gontor adalah pondok pesantren yang berbasis sistem modern yang didirikan sejak 1926, lembaga pendidikan yang mencetak kader-kader pemimpin umat, menjadi tempat ibadah *tholabul ilmi*, belajar sumber wawasan pengetahuan Islam, Bahasa Al-Qur'an, serta ilmu pengetahuan umum dengan tetap berjiwa pesantren (Pesantren, 2023). Pendidikan di Gontor mendidik para santriatnya tentang kehidupan, tanggung jawab, menanamkan mentalitas yang kuat, hingga menghasilkan perempuan-perempuan yang telah berkiprah di berbagai bidang dan menyebar ke seluruh dunia, namun tetap memiliki identitas budaya lokal dan nilai-nilai Islam. Berdasarkan latar belakang tersebut, essai ini merumuskan pertanyaan: Bagaimana praktik pendidikan di Gontor Putri dapat dipahami sebagai bentuk *Rooted Cosmopolitanisme* berbasis gender?

Essai ini berargumen bahwa praktik pendidikan di Gontor Putri mengindikasikan sebuah bentuk *Rooted Cosmopolitanisme* berbasis gender melalui penanaman karakter, bahasa, pendidikan 24 jam, pembiasaan, nilai-nilai kehidupan, serta *nisaiyah* untuk menjadi perempuan yang *sayyidatu-l-kulli* dan tetap adaptif dengan berwawasan global terhadap perubahan zaman, serta nilai esensial dari para pendiri pondok, yaitu panca jiwa dan motto. Selain itu, menghasilkan lulusan perempuan-perempuan berwawasan global, memiliki jiwa kepemimpinan, namun tetapi menghargai identitas lokal dan nilai-nilai Islam, yang tersebar di beberapa negara dunia.

Kosmopolitan Feminis, *Rooted Cosmopolitanism* dan Kosmopolitanisme Transformatif

Niamh Reilly melalui pendekatan feminsime kosmopolitan mengkonseptualisasikan terkait politik emansipatoris di era globalisasi sebagai bentuk penolakan universalisme Hak Asasi Manusia (HAM) ala barat dan universalisasi yang salah dari perspektif dominasi kulit putih, laki-laki, globalisasi neoliberal, serta hierarki eksploitatif yang menyusun politik internasional. Niamh menawarkan ulang kosmopolitan feminis terhadap jejaring yang berorientasi aksi di antara perempuan yang melintasi batas kelas, ras, etnis, identitas, agama budaya, dan orientasi seksual, baik di dalam negara bagian maupun lintas geopolitik. Di mana hak perempuan juga sebagai hak asasi manusia.

Lebih lanjut, ia menegaskan bahwa kosmopolitan feminis mengakui ketidaksetaraan yang memerlukan dialog publik sebagai ruang aman di dalam dan di seluruh komunitas feminis untuk formula menuju perubahan yang besar (Reilly, 2007). Pendekatan Reilly dimulai dari sudut pandang universalitas dan banyak dibangun melalui pengalaman dari gerakan feminisme global. Akan tetapi, pendekatan ini masih kurang memberikan penjelasan mengenai bagaimana identitas kosmopolitan kaum perempuan terbentuk dalam lingkungan pendidikan, namun tetap berpegang teguh pada landasan lokalitas dan nilai-nilai Islam.

Walker kemudian menawarkan konsep *rooted cosmopolitanism* (kosmopolitanisme mengakar) yang menunjukkan bahwa identitas kosmopolitanisme tetap sejalan dengan pentingnya komitmen terhadap komunitas, bangsa, dan negara. Dengan kata lain menekankan sebuah pendekatan moderasi, namun juga tetap mengakar terkait dengan penghormatan dan kepedulian terhadap hak-hak universal perempuan, kepekaan terhadap kekhususan di sisi lain, serta isu-isu kesetaraan gender. Dalam

konteks pembentukan identitas, Spisak melengkapi dengan menunjukkan bahwa kosmopolitanisme merupakan praktik transformatif yang secara sensibilitas mencerminkan evolusi emosional dan spiritual melalui empat pilar, yaitu kesadaran diri (*self-awareness*), pendidikan (*education*), pemberdayaan (*empowerment*), dan agensi (*agency*).

Dalam proses transformasi ini, Spisak menekankan bahwa pendidikan adalah komponen kunci dalam mempromosikan transformasi dan evolusi individu serta budaya seiring meningkatnya keterhubungan global. Secara keseluruhan, bahwa kosmopolitanisme gagasan Spisak tidak meniadakan identitas lokal, melainkan berdampingan dengan patriotisme dan juga gender untuk hidup secara harmonis. Perubahan diri maupun perubahan budaya dicapai melalui pemenuhan rasa pemberdayaan untuk memperoleh kendali atas hidup mereka sendiri. Ketika seseorang sudah berdaya, memungkinkan ia mengarah pada aksi untuk berkembang dan memberikan peluang untuk mengubah atau menciptakan kembali norma-norma budaya. Selain itu, juga dalam prosesnya dipengaruhi oleh agensi. Agensi individu bertambah seiring lebih banyak individu membuka pikiran mereka terhadap kemungkinan alternatif dalam struktur keluarga, dan akibatnya memperoleh momentum yang cukup untuk memulai transformasi budaya umum. Ia juga menyampaikan bahwa peran gender itu tidak tetap atau statis untuk memulai perubahan.

Maka kosmopolitanisme transformatif ialah yang memulai pergeseran dari budaya yang menerima budaya, menjadi budaya yang mengubah budaya. Praktik kosmopolitanisme juga mendorong individu untuk melindungi dan merawat lingkungan mereka serta untuk mengembangkan pertumbuhan spiritual dan intelektual (Shannan Spisak, 2009). Dengan demikian, essai ini memandang bahwa *rooted cosmopolitanism* berbasis gender dapat dimaknai melalui proses pendidikan Islam di Gontor Putri tanpa mengabaikan identitas lokal.

Pendidikan memiliki kemampuan dalam membentuk identitas individu karena melalui proses pendidikan, nilai-nilai budaya ditanamkan yang berfungsi sebagai media untuk mentransfer pengetahuan, keterampilan, serta norma etika yang esensial bagi pembentukan karakter para santriwati. Pendidikan yang demikian tidak hanya menitikberatkan pada tujuan akademis, melainkan juga pada pengembangan individu secara menyeluruh yang meliputi aspek-aspek sosial, emosional, dan spiritual (Manarfa et al., 2023). Hal ini sejalan dengan pernyataan Spisak, bahwa

salah satu kunci utama untuk mendukung transformasi dalam konteks interkoneksi global melalui pendidikan.

Pondok Gontor Putri dan Refleksi Kosmopolitanisme

Salah satu karakteristik Gontor Putri adalah penguatan bahasa Arab dan bahasa Inggris sebagai bagian dari globalisasi pendidikan. Penguasaan kedua bahasa asing tersebut menjadi instrumen penting pengetahuan global dan keterhubungan dengan dunia internasional. Hal ini memfasilitasi interaksi global yang berasal dari transformasi pendidikan Islam bersifat adaptif, sesuai konteks dan memiliki strategi. Pesantren modern tidak hanya melestarikan tradisi tetapi juga membuka diri terhadap global melalui keterampilan berbahasa. Bahkan para santri didorong tidak hanya menguasai aspek bahasa, tetapi juga memahami nilai-nilai budaya yang terdapat dalam kedua bahasa tersebut. Bahasa Arab tetap dipertahankan kesakralannya dalam kajian Islam, sementara bahasa Inggris berfungsi sebagai saran untuk mengakses pengetahuan modern dan alat diplomasi akademik (Al Fajar, 2025).

Dari kompetensi bahasa ini menunjukkan salah satu alumni putri yang telah berkiprah di Istanbul, yaitu Elizabeth Diana Dewi, B.Hsc., MIR alumni Gontor Putri yang bertugas memegang amanah sebagai pelaksana fungsi kekonsuleran di Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Istanbul, ia senantiasa terlibat dalam menghadapi isu-isu terkait perlindungan serta bertanggung jawab untuk program repatriasi warga negara Indonesia kembali ke tanah air (Hidcom, 2022). Praktik kosmopolitan juga terjadi dalam sistem *boarding school* Gontor Putri, santriwati hingga mahasiswa berasal dari berbagai penjuru dunia, seperti Jepang, Malaysia, Turkiye, Lebanon, Arab Saudi, Thailand, dan negara lainnya. Dalam praktiknya di kehidupan sehari-hari terjadi sebuah interaksi, hingga kompetensi antar budaya terjadi, dan semua itu merupakan pendidikan yang terus dilatih.

Panca jiwa yang ada di Gontor Putri yaitu kesederhaan, berdikari, ukhuwah Islamiyah, dan kebebasan menjadi nilai dan bekal yang dipegang oleh santriwati ketika berkiprah di masyarakat. Lalu penggunaan bahasa Arab dan Inggris di Gontor Putri memiliki peran lebih dari sekedar sarana komunikasi. Bahasa ini juga berfungsi sebagai cara untuk membangun identitas kosmopolitan dengan menciptakan kesempatan bagi pertukaran budaya yang beragam. Dalam perspektif Spisak, praktik ini merupakan bagian dari proses transformasi identitas melalui pendidikan. Namun, orientasi global tersebut tetap diimbangi dengan internalisasi panca jiwa dan motto Gontor sehingga identitas kosmopolitan yang terbentuk tidak tercerabut dari akar nilai dan agama.

Jaringan alumni menunjukkan identitas kosmopolitan yang telah menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi berbahasa, ketangguhan mental, serta nilai-nilai agama sebagai tercermin dalam kiprah para alumni yang tersebar ke berbagai penjuru dunia, baik alumni Gontor Putra dan Gontor Putri (Warta Dunia 2025). Dengan demikian Gontor Putri dapat dibaca sebagai salah satu contoh bentuk pendidikan Islam yang memperlihatkan karakteristik *rooted cosmopolitanism* berbasis gender. Sintesa dan orientasi pendidikan di Gontor berlandaskan beberapa lembaga pendidikan dunia terbesar seperti Al-Azhar yang terletak Mesir, Syanggit yang berada di Mauritania, serta Aligarh dan Santiniketan yang ada di India (Saputri, 2025), di sertai dengan petuah, pesan dan nilai-nilai kehidupan dari para guru, serta pembiasaan melalui setiap waktu dengan kegiatan yang dilakukan (pengajaran 24 jam), semua itu tidak lepas dari pendidikan, mulai dari yang dilihat, didengar, dan dirasakan adalah bentuk pendidikan.

Pembiasaan tersebut yang menjiwai para santrinya hingga menjadi bekal. Tidak hanya buku hafalan yang mengajari, tetapi juga kehidupan mengajari. Salah satu yang terpatut pada alumni Gontor Putri yaitu pesan agar para perempuan dapat menjadi *sayyidatu-l-kulli*, perempuan yang serba bisa namun dinamis dalam melakukan tugas, kuat secara mental tanpa meninggalkan fitrah sebagai perempuan. Pendidikan yang ditanamkan melalui pembiasaan di Gontor Putri memperlihatkan karakteristik yang dapat diinterpretasikan sebagai manifestasi kosmopolitanisme gender yang berakar.

Gontor Putri tidak sepenuhnya menghilangkan tradisi pesantren klasik, melainkan mengadaptasinya dengan elemen modern sehingga tercipta pola pendidikan baru yang unik, tidak sepenuhnya tradisional maupun sepenuhnya modern. Melalui pendekatan ini, menciptakan sebuah identitas baru mencetak generasi yang berpengetahuan luas, berakhlak mulia, dan siap berkompetisi di dunia global tanpa kehilangan nilai-nilai tradisional Islam. Semangat yang tercermin dalam menjembatani tradisi tradisional dalam kerangka pendidikan Islam yang progresif juga terwujud melalui filosofi Gontor yaitu berdiri di atas dan untuk semua golongan', filosofi tersebut menanamkan nilai-nilai inklusivitas dan toleransi dalam kehidupan keseharian para santriwati yang mampu hidup harmonis di tengah masyarakat yang plural (Nurfadli, 2025). Bentuk kosmopolitanisme merefleksikan bagaimana Gontor Putri menjadi arena kosmopolitanisme transformatif melalui pendidikan. Praktik kosmopolitanisme juga mendorong individu untuk melindungi dan merawat lingkungan mereka serta untuk mengembangkan pertumbuhan spiritual dan

intelektual. Praktik modernitas di Gontor Putri menunjukkan sebuah upaya dalam mengintegrasikan modernitas seperti kompetensi global dengan nilai-nilai pesantren seperti berkepribadian tangguh, dan tetap berpegang teguh pada ajaran Islam.

Berbagai pelajaran yang diajarkan adalah 100% pelajaran agama, serta 100% pelajaran umum tidak hanya secara administratif bermakna, tetapi juga menunjukkan bahwa Islam nilai-nilai dan karakter pesantren modern adalah dijalin ke dalam semua mata pelajaran secara proporsional, serta semua mata pelajaran sama dengan yang ada di Gontor Putra, akan tetapi secara khusus, di Gontor Putri terdapat mata pelajaran *nisaiyyah* yang merupakan pembelajaran tentang pemberdayaan perempuan (Rosyidah et al., 2025). Lalu berbagai aktivitas dan program yang dilakukan oleh santriwati secara substansial membentuk karakter kemandirian dan pengembangan diri, serta aktifitas ekstrakurikuler seperti keorganisasian, kepramukaan, bahasa, disiplin, olahraga keterampilan, kesenian, akhlak, ibadah, *nisaiyat*, dan berbagai aktifitas keputrian lainnya. Selain itu juga nilai-nilai mendasar yang ditanamkan oleh para pendiri pesantren, yaitu panca jiwa dan motto. Terdapat nilai kekuatan, kesanggupan, ketabahan, dan pengendalian diri dalam menghadapi berbagai situasi kehidupan.

Di balik kesederhanaan yang merupakan salah satu panca jiwa Gontor, terpancar jiwa besar, berani maju, dan pantang mundur dalam segala keadaan. Pendidikan di Gontor menunjukkan nilai yang hidup dan tumbuhnya mental dan karakter yang kuat, yang menjadi syarat bagi keberhasilan perjuangan dalam kehidupan. Dalam hal ini Gontor menerapkan pendekatan non-praktis terkait pemberdayaan gender, seperti pendidikan kepemimpinan melalui Organisasi Pelajar Pondok Modern (OPPM), kegiatan pramuka, kegiatan mahasiswa, serta pendidikan keterampilan, dan pembinaan serta penyadaran tentang hak, kewajiban dan fitrah sebagai perempuan (Mustafidah, 2023; Mitasari, 2017).

Bekal-bekal nilai dan moralitas ini kemudian yang dapat dimaknai melalui gagasan *rooted cosmopolitanism* bahwa terdapat komitmen kosmopolitan terhadap nilai moral individu tetapi secara bersamaan mengakui pentingnya cara-cara tertentu dalam membuat upaya serupa dalam skala global. Sehingga, tidak perlu memilih antara budaya dan hak, namun membutuhkan negosiasi dalam pemahamannya (Walker, 2012). Dengan kata lain, menunjukkan sebuah bentuk penghormatan dan kepedulian terhadap peran gender, Gontor Putri merefleksikan sebuah bentuk landasan pendidikan yang kuat namun dinamis, sehingga dimanapun disebar dengan

berbagai jaringan alumni, dimanapun ditempatkan, mudah untuk bertransformatif namun tetap memegang identitas lokal berlandaskan nilai-nilai Islam.

Dengan demikian, pendidikan di Gontor Putri melalui penerapan modernitas memungkinkan Gontor Putri untuk menciptakan lulusan yang memiliki kompetensi global, berkepribadian tangguh, namun tetap berpegang teguh pada ajaran Islam. Melalui perpaduan antara nilai-nilai tradisional pesantren, seperti kesederhanaan, kemandirian, dan ukhuwah Islamiyah, dengan elemen-elemen modernitas, Gontor Putri menunjukkan sebuah bentuk sistem pendidikan yang holistik, yang tidak hanya mengembangkan aspek spiritual tetapi juga intelektual dan keterampilan praktis santriwati (Nurfadli, 2025) melalui metode pembiasaan dengan kegiatan keagamaan, kegiatan keorganisasian, kegiatan belajar mengajar, kegiatan kepramukaan, serta kegiatan ekstrakurikuler yang tertanam didalam nilai-nilai pendidikan karakter yang terus hidup dan terpatut dalam jiwa dan hati santriwati (Suhendri, 2024).

Kesimpulan

Institusi pendidikan Islam seperti Pondok Modern Darusalam Gontor Putri ditanamkan bekal kehidupan melalui pendidikan dan pembiasaan yang menjadi bekal hidup ketika berkiprah di masyarakat. Nilai-nilai kehidupan serta pesan para guru yang diwariskan melalui sistem pendidikan dan kehidupan melalui pembiasaan menjadi bagian dari proses internalisasi identitas santriwati Gontor Putri, serta sebaran kiprah alumni Gontor Putri yang telah tersebar di berbagai bidang dan negara dunia. Ini menunjukkan sebuah karakteristik *rooted cosmopolitanisme* berbasis gender melalui pendidikan dan pembiasaan, serta nilai-nilai berwawasan global, penanaman karakter dan mentalitas, serta spiritualitas, penguasaan bahasa, hingga menghasilkan karakter kepemimpinan, kemandirian, ketangguhan, dan tetap selaras berlandaskan nilai-nilai Islam pada santriwati.

Secara khusus Gontor Putri dapat dimaknai melalui *rooted cosmopolitanism* berbasis gender tidak harus dimaknai sebagai pengabaian identitas, budaya dan agama. Sebaliknya, pendidikan dapat menjadi ruang yang memberi kesempatan bagi perempuan untuk memiliki orientasi dan pandangan global sekaligus tetap berlandaskan pada nilai-nilai lokal dan keislaman. Pendidikan Islam di Gontor Putri dapat disoroti sebagai model *rooted gender cosmopolitan* yang dapat menjadi salah satu ilustrasi bentuk pendidikan Islam yang kosmopolitan dan mendukung kapabilitas perempuan untuk memiliki wawasan global.

Daftara Pustaka

- Al Fajar, A. H. (2025). The Development of Arabic and English Language Culture in Modern Islamic Boarding Schools. *Jurnal Paradigma*, 17(1), 80–96. <https://doi.org/10.53961/paradigma.v17i1.309>
- Dwita Aprilla Amir, Najamuddin, A. A. (2026). Pendidikan Lintas Budaya dan Penguatan Karakter Toleransi pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian Dan Inovasi*, 6(1), 94–98. <https://doi.org/10.59818/jpi.v6i1.2251>
- Fadil Mas'ud, Alfret Benu, Koleta Luruk Klau, Tanty Milan Antonia Dollu, Asrin Deweli Nenotek, D. R. T. (2025). Pengaruh Globalisasi Terhadap Mobilitas Sosial Budaya Di Masyarakat Modern. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 358–364. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/36889/19818>
- Havez Al Assad, & Muhammad Adel Aditya Abdullah. (2024). Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Pengembangan Identitas Global di Global Islamic School (GIS): Tinjauan dalam Perspektif Kosmopolitanisme. *SHIBGHOH Prosiding Ilmu Kependidikan Fakultas Tarbiyah UNIDA Gontor*, 3, 480–491. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Adel-Aditya-Abdullah/publication/404554647_Integrasi_Nilai-Nilai_Islam_dalam_Pengembangan_Identitas_Global_di_Global_Islamic_School_GIS_Tinjauan_dalam_Perspektif_Kosmopolitanisme/links/69fc56479d7cce6f5c74933f
- Hidcom, A. (2022). *Pondok Gontor Putri, Al Hamra, dan Hagia Sophia*. Hidayatullah.Com. <https://hidayatullah.com/feature/cermin/2022/09/07/236265/pondok-gontor-putri-al-hamra-dan-hagia-sophia.html>
- Manarfa, A., & Lasaiba, D. (2023). Jurnal Lani : Kajian Ilmu Sejarah dan Budaya Jejak Karakter di atas Budaya : Menelusuri Identitas dalam Pendidikan. *Jurnal Lani: Kajian Ilmu Sejarah Dan Budaya*, 4(April), 67–75.
- Mitasari, K. (2017). *Falsafah panca jiwa dan relevansinya terhadap politik gender di gontor* (Vol. 5, Number 9) [UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta]. https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/30401/1/1520310051_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf#6#4
- Mustafidah, N. (2023). Santri Mandiri Best Practice Pondok Modern Gontor Putri. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer dan Sains* (Vol. 1, Number 1).
- Nurfadli, L. (2025). Hibriditas Budaya Dalam Pesantren Gontor Pondok Modern Darussalam Gontor merupakan contoh Lembaga Pendidikan di. *JHUSE*:

- Journal Of Humanities, Social Science, And Education*, 1(5), 196–209.
- Pesantren, S. (2023). [REVIEW] *Darussalam Gontor, Pondok Pesantren Modern Pertama di Indonesia*. Suara Pesantren. <https://suarapesantren.com/review-darussalam-gontor-pondok-pesantren-modern-pertama-di-indonesia/>
- Putra, C. A. A., & Ramadani, R. Y. (2025). Reorientasi Pendidikan Kewarganegaraan Menuju *Global Citizenship Education* Berbasis Kebhinekaan. *CIVICS: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 10(02), 790–804. <https://doi.org/10.36805/civics.v10i02.11207>
- Reilly, N. (2007). Cosmopolitan Feminism and Human Rights. *Hypatia*, 22(4), 180–198. <https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2007.tb01327.x>
- Rosyidah, U., Al Banna, A. H., Syafaq, H., Musyafa'ah, N. L., & Sopwan, N. (2025). The Strategy of Pondok Modern Darussalam Gontor in Building the Character of Female Students. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 5(9), 931–935. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/2451320#2#1>
- Saputri, D. (2025). *Sejarah Pondok Pesantren Modern Gontor, Pesantren Terbaik di Indonesia*. GNFI. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2025/06/25/sejarah-pondok-pesantren-modern-gontor-pesantren-terbaik-di-indonesia>
- Shannan Spisak. (2009). The Evolution of a Cosmopolitan Identity: Transforming Culture. *Current Issues in Comparative Education*, 12(1), 86–91. <https://doi.org/10.52214/cice.v12i1.11444>
- Suhardi, Ahmadin, I. (2025). Pengantar dan Konsep Dasar Pendidikan Lintas Budaya. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 11(4), 494–505.
- Suhendri, A. (2024). *Penanaman Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Berbasis Metode Pembiasaan di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Kampus 8 Lampung Timur* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. https://repository.radenintan.ac.id/34831/1/PERPUS_PUSAT_BAB_1_DAN_2.pdf
- T. W. D. P. M. D. G. (2025). *Warta Dunia Pondok Modern Darussalam Gontor* (pp. 1–330).
- Walker, K. (2012). Is rooted cosmopolitanism bad for women? *Journal of Global Ethics*, 8(1), 77–90. <https://doi.org/10.1080/17449626.2011.635692>

KATA PENUTUP

Memaknai Ulang Masa Depan Identitas di Era Interkoneksi

Perjalanan melintasi ketujuh bab dalam buku ini telah membawa kita menyusuri ruang-ruang perjumpaan kultural yang sangat kaya, heterogen, dan penuh ketegangan konstruktif. Di titik akhir perjalanan intelektual ini, dapat ditarik sebuah kesimpulan mendasar bahwa identitas global dan identitas lokal tidak pernah berada dalam relasi yang biner, hierarkis, atau saling meniadakan. Di tengah dinamika abad ke-21 yang terus bergerak cepat, konsep *rooted cosmopolitanism* atau kosmopolitanisme yang berakar menawarkan sebuah kompas etis yang sangat berharga.

Sekian lama wacana ilmu sosial terkungkung oleh pandangan deterministik yang menempatkan globalisasi sebagai "mesin homogenisasi" yang secara perlahan namun pasti menghilangkan keunikan lokalitas. Di sisi lain, muncul kekhawatiran yang memandang lokalitas sebagai entitas yang statis dan harus diisolasi dari dunia luar agar tidak ternoda. Ketujuh bab dalam buku ini secara meyakinkan menolak kedua sudut pandang yang simplistik tersebut.

Buku ini menegaskan bahwa apa yang sedang kita saksikan di abad ke-21 bukanlah kepunahan lokalitas, melainkan reartikulasi lokalitas di panggung dunia. Lokalitas bukanlah barang usang yang tidak relevan di era globalisasi. Lokalitas bersifat lentur, adaptif, dan memiliki daya tawar yang sangat tinggi. Di era interkoneksi digital dan mobilitas transnasional hari ini, lokalitas justru menemukan medium-medium baru untuk mengekspresikan dirinya, mencari rekognisi, dan bahkan memberi warna pada arus utama kebudayaan global.

Sebaliknya, kosmopolitanisme dan "ke-global-an" yang tidak memiliki pijakan lokalitas akan berakhir menjadi sekadar konsumerisme yang dangkal dan hampa makna (*rootless cosmopolitanism*). Kosmopolitanisme yang sejati membutuhkan identitas lokal sebagai bahan bakar dan konteks etisnya. Tanpa warna-warni tradisi, dialek, estetika, dan spiritualitas lokal, dunia global hanyalah sebuah lanskap yang seragam, mekanis, dan membosankan.

Buku ini menyerukan perlunya menggeser paradigma penelitian dari modal analisis yang deterministik menuju pendekatan yang lebih fleksibel dan partisipatif. Para peneliti tidak boleh lagi memandang fenomena globalisasi dengan lensa *dystopian* (di mana lokalitas pasti hancur) atau lensa *utopian* (di mana globalisasi menyatukan dunia tanpa gesekan).

Fokus penelitian sosial masa kini harus diarahkan pada proses-proses negosiasi mikro: bagaimana agen-agen lokal (seniman, perajin, santri, komunitas kota, pembuat konten) menggunakan alat-alat global untuk memperjuangkan kepentingan, identitas, dan kedaulatan mereka.

Kita tidak dituntut untuk memilih antara menjadi "warga lokal yang sempit dan chauvinistik" atau menjadi "warga global yang mengambang tanpa identitas." Buku ini membuktikan bahwa kita bisa menjadi keduanya sekaligus. Kita bisa menggemari musik pop dunia, mengadopsi teknologi digital tercanggih, menikmati makanan dari berbagai belahan bumi, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan universal, sembari tetap mencintai bahasa daerah kita, merawat tradisi leluhur kita, menjaga kedaulatan ruang hidup kita, dan bangga pada identitas kebangsaan kita.

Buku *Rooted Cosmopolitanism: Negosiasi Identitas Lokal dalam Dinamika Global* membahas hubungan dinamis antara identitas lokal dan arus globalisasi yang terus berkembang. Di tengah meningkatnya mobilitas manusia, pertukaran budaya, perkembangan teknologi, dan keterhubungan antarwilayah, identitas tidak lagi bersifat statis atau terikat sepenuhnya pada satu ruang geografis. Konsep *rooted cosmopolitanism* menawarkan perspektif bahwa keterbukaan terhadap dunia global dapat berjalan beriringan dengan keterikatan pada akar budaya, tradisi, sejarah, dan komunitas lokal.

Buku ini mengajak pembaca memahami bagaimana individu dan masyarakat menegosiasikan identitasnya di antara nilai-nilai lokal dan pengaruh global. Proses tersebut dapat melahirkan bentuk identitas yang lebih cair, beragam, dan adaptif, tanpa harus kehilangan akar budaya yang menjadi sumber makna dan rasa memiliki. Dengan pendekatan kritis dan kontekstual, buku ini menjadi referensi penting bagi mahasiswa, akademisi, peneliti, dan pembaca umum untuk memahami persoalan identitas, budaya, globalisasi, dan proses negosiasi sosial dalam dunia yang semakin saling terhubung.



Jl. Kedinding Lor, Gg. Delima no 4A
Surabaya 60129
saga.penerbit@gmail.com
www.pustakasaga.com

