



## **Saung Angklung Udjo dalam Memperkuat Nation Branding Indonesia Melalui Pementasan Angklung Di Thailand**

Alfi Rihan Salmani\*<sup>1</sup>, Sintia Catur Sutantri<sup>2</sup>

Hubungan Internasional, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

Email : [alfirihansalmani@gmail.com](mailto:alfirihansalmani@gmail.com)

### **Abstract**

*This study analyzes the role of Saung Angklung Udjo in Indonesia's cultural diplomacy, particularly in Thailand, focusing on its contribution to strengthening nation branding. As a world cultural heritage recognized by UNESCO, the angklung serves not only as a musical instrument but also as a medium of cross-cultural communication that embodies the values of mutual cooperation and harmony. This research employs a qualitative approach with an intrinsic case study design, concentrating on Saung Angklung Udjo's activities in Thailand during the 2020–2024 period. Data were collected through interviews with representatives of Saung Angklung Udjo, documentation from the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia, publications from the Indonesian Embassy in Bangkok, and relevant academic literature. The findings reveal that Saung Angklung Udjo has successfully acted as a significant non-state actor in cultural diplomacy. Through angklung performances, workshops at universities, and collaborations with Thai cultural institutions, Saung Angklung Udjo presents an image of Indonesia as an inclusive, friendly, and multicultural nation. Its strategies—such as directly involving audiences in performances—help reinforce Indonesia's cultural messages in an authentic and consistent manner. The study also finds that the social constructions arising from cultural interactions contribute to the formation of a positive image of Indonesia in the eyes of the Thai public. These findings differ from previous research, which mainly emphasized the state's role in cultural diplomacy. Moreover, the gender equality dimension in Saung Angklung Udjo's performances highlights a progressive image of Indonesia rarely discussed in earlier cultural diplomacy studies. This research affirms that community-based cultural diplomacy can serve as an effective soft power strategy in building nation branding. The study's contribution lies in emphasizing the role of cultural communities as independent actors capable of filling the gaps in Indonesia's cultural diplomacy studies, particularly in the Southeast Asian context.*

**Keywords:** Angklung; Cultural Diplomacy; Nation Branding; Saung Angklung Udjo; Thailand.

### **Abstrak**

*Penelitian ini menganalisis peran Saung Angklung Udjo dalam diplomasi budaya Indonesia, khususnya di Thailand, dengan fokus pada kontribusinya terhadap penguatan nation branding. Angklung sebagai warisan budaya dunia yang diakui UNESCO, tidak hanya berfungsi sebagai instrumen, tetapi juga sebagai media komunikasi lintas budaya yang mencerminkan nilai gotong royong dan harmoni. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik, yang berfokus pada aktivitas Saung Angklung Udjo di Thailand dalam periode 2020–2024. Data diperoleh melalui wawancara dengan pihak Saung Angklung Udjo, dokumentasi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, publikasi KBRI Bangkok, serta literatur akademik terkait. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Saung Angklung Udjo berhasil memainkan peran sebagai aktor non-negara yang signifikan dalam diplomasi budaya. Melalui pementasan angklung, workshop di universitas, dan kolaborasi dengan lembaga budaya Thailand, Saung Angklung Udjo menghadirkan citra Indonesia yang inklusif, ramah, dan multikultural. Strategi yang dilakukan Saung Angklung Udjo seperti melibatkan audiens*

*secara langsung dalam pertunjukan, memperkuat pesan budaya Indonesia secara otentik dan konsisten. Penelitian ini juga menemukan bahwa konstruksi sosial yang tercipta dari interaksi budaya, berkontribusi pada pembentukan citra positif Indonesia di mata masyarakat Thailand. Temuan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih menitikberatkan pada peran negara dalam diplomasi budaya. Selain itu, dimensi kesetaraan gender dalam pementasan Saung Angklung Udjo turut memperlihatkan wajah progresif Indonesia yang jarang disoroti dalam studi diplomasi budaya sebelumnya. Penelitian ini menegaskan bahwa diplomasi budaya berbasis komunitas mampu menjadi strategi soft power yang efektif dalam membangun nation branding. Kontribusi penelitian ini terletak pada penekanan peran komunitas budaya sebagai aktor independen yang mampu mengisi celah kajian diplomasi budaya Indonesia, khususnya di kawasan Asia Tenggara.*

**Kata Kunci : Angklung; Diplomasi Budaya ; Nation Branding; Saung Angklung Udjo; Thailand.**

## PENDAHULUAN

Diplomasi budaya semakin mendapat perhatian dalam studi hubungan internasional kontemporer. Di tengah pergeseran dinamika global, kekuatan militer dan ekonomi tidak lagi menjadi satu-satunya instrumen efektif untuk memperluas pengaruh negara. Konsep *soft power* yang dikemukakan Joseph Nye menekankan pentingnya daya tarik budaya, nilai, dan kebijakan luar negeri dalam menciptakan citra positif serta meningkatkan legitimasi suatu bangsa. Dalam kerangka ini, diplomasi budaya dipandang sebagai instrumen strategis yang mampu membangun jembatan komunikasi antarbangsa secara damai, berkelanjutan, dan inklusif.

Indonesia, dengan keragaman budaya yang sangat luas, memiliki modal besar untuk memainkan diplomasi budaya sebagai instrumen *soft power*. Lebih dari 1.300 kelompok etnik yang hidup berdampingan menghadirkan beragam seni, musik, tarian, bahasa, dan tradisi. Kekayaan ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat kebudayaan yang unik di Asia Tenggara. Pemerintah melalui Kementerian Luar Negeri menegaskan diplomasi budaya sebagai salah satu pilar kebijakan luar negeri, yang juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 37 Tahun 1999 tentang Hubungan Luar Negeri. Dengan demikian, diplomasi budaya tidak hanya memperkuat kerja sama antarnegara, tetapi juga memperkuat identitas nasional Indonesia di panggung dunia.

Salah satu bentuk diplomasi budaya Indonesia yang menonjol adalah pemanfaatan seni musik tradisional. Musik memiliki sifat universal yang mudah diterima oleh berbagai kalangan, terlepas dari perbedaan bahasa maupun latar belakang. Angklung, sebagai salah satu alat musik tradisional dari Jawa Barat, menjadi simbol penting dalam konteks ini. UNESCO pada tahun 2010 menetapkan angklung sebagai *Masterpiece of the Oral and Intangible*

*Heritage of Humanity*, menjadikannya tidak hanya milik Indonesia, tetapi juga warisan budaya dunia. Pengakuan ini sekaligus memperkuat legitimasi angklung sebagai instrumen yang efektif dalam menyampaikan identitas budaya Indonesia.

Keunikan angklung terletak pada sifatnya yang dimainkan secara kolektif, sehingga mencerminkan nilai gotong royong dan kebersamaan. Filosofi ini sejalan dengan karakter bangsa Indonesia yang menjunjung tinggi solidaritas dan harmoni sosial. Nilai-nilai tersebut mudah diterima oleh audiens internasional karena mengandung pesan universal. Dengan demikian, angklung memiliki potensi besar sebagai sarana diplomasi budaya yang tidak hanya memperkenalkan seni tradisional, tetapi juga menyampaikan narasi identitas bangsa Indonesia secara otentik.

Dalam konteks pelestarian dan internasionalisasi angklung, peran Saung Angklung Udjo (SAU) sangat signifikan. SAU didirikan pada tahun 1966 oleh Udjo Ngalagena di Bandung, Jawa Barat, dengan visi untuk melestarikan sekaligus memperkenalkan angklung kepada dunia. Melalui konsep 5M (Mudah, Murah, Mendidik, Menarik, Massal), SAU menghadirkan pertunjukan angklung yang bersifat edukatif, partisipatif, dan menghibur. Hal ini menjadikan SAU bukan hanya sebagai pusat kebudayaan, tetapi juga sebagai komunitas seni yang aktif dalam diplomasi budaya.

Keberhasilan SAU dalam membawa angklung ke panggung internasional memperlihatkan bahwa aktor non-negara juga memiliki peran penting dalam diplomasi. Pertunjukan SAU tidak hanya hadir di Indonesia, tetapi juga di berbagai negara, termasuk Thailand. Pementasan ini memperlihatkan bahwa diplomasi budaya dapat dijalankan secara *bottom-up* melalui inisiatif komunitas budaya, bukan hanya melalui kebijakan negara. Dengan demikian, SAU menjadi contoh nyata bagaimana komunitas seni tradisional dapat memperkuat diplomasi budaya dan *nation branding*.

Thailand menjadi salah satu negara penting bagi praktik diplomasi budaya Indonesia melalui SAU. Selain kedekatan geografis, hubungan bilateral Indonesia–Thailand yang telah terjalin sejak 1950-an berkembang pesat dalam bidang politik, ekonomi, dan sosial-budaya. Kegiatan budaya Indonesia di Thailand, seperti *Indonesia Day* dan *Indonesian Festival*, menjadi wadah strategis untuk memperkuat hubungan antarbangsa. Kehadiran SAU dalam acara-acara tersebut menambah bobot diplomasi budaya Indonesia dengan menghadirkan narasi otentik tentang identitas nasional.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menyoroiti diplomasi budaya Indonesia, tetapi sebagian besar masih berfokus pada peran negara. Yasmarani dan Gaol (2020) menekankan kegiatan kebudayaan Indonesia di Thailand dalam konteks promosi yang dikoordinasikan pemerintah. Jamnongsarn (2023) membahas musik tradisional sebagai instrumen lintas batas, namun lebih pada aspek konseptual daripada empiris. Sementara Guna dan Sjoraida (2023) melihat angklung sebagai media komunikasi antarbudaya, tetapi tidak menyoroiti strategi adaptif komunitas budaya dalam konteks diplomasi.

Keterbatasan penelitian terdahulu memperlihatkan adanya celah yang dapat diisi melalui kajian tentang SAU. Peran komunitas budaya sebagai aktor independen masih jarang mendapat perhatian dalam literatur hubungan internasional Indonesia. Padahal, komunitas budaya memiliki fleksibilitas untuk beradaptasi dengan konteks lokal dan membangun kedekatan emosional dengan audiens internasional. SAU, dengan pengalamannya di Thailand, memberikan peluang untuk memahami bagaimana diplomasi budaya dijalankan secara organik di luar kerangka negara.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tiga tujuan utama. Pertama, menjelaskan peran Saung Angklung Udjo sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Indonesia di Thailand. Kedua, menganalisis strategi yang digunakan SAU untuk memperkuat *nation branding* Indonesia di Thailand. Ketiga, mengeksplorasi proses konstruksi sosial yang tercipta melalui interaksi budaya dan bagaimana hal tersebut memengaruhi citra Indonesia. Dengan menggunakan kerangka teori konstruktivisme Alexander Wendt, diplomasi budaya Milton C. Cummings, dan *nation branding* Keith Dinnie, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memperluas pemahaman tentang diplomasi budaya berbasis komunitas di Asia Tenggara.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Penelitian mengenai diplomasi budaya dan *nation branding* telah banyak dilakukan, baik oleh peneliti Indonesia maupun internasional, namun kajian yang secara khusus menyoroiti peran komunitas budaya seperti Saung Angklung Udjo masih relatif terbatas. Beberapa penelitian terdahulu menegaskan bahwa diplomasi budaya memainkan peran penting dalam membangun citra positif Indonesia di mata dunia. Yasmarani dan Gaol misalnya meneliti kegiatan kebudayaan Indonesia di Thailand dan menyimpulkan bahwa interaksi budaya dalam festival dan pertunjukan seni mampu membangun citra positif Indonesia sebagai negara mitra

yang bersahabat. Penelitian ini penting karena memperlihatkan adanya dampak nyata diplomasi budaya terhadap hubungan bilateral, meskipun masih bersifat umum dan tidak secara spesifik membahas komunitas seni tradisional tertentu.

Jamnongsarn menyoroti musik tradisional seperti angklung dan gamelan sebagai instrumen soft power yang memperkuat hubungan diplomatik antara Indonesia dan Thailand. Menurutnya, musik memiliki kemampuan lintas batas karena tidak terikat bahasa, sehingga efektif dalam menyampaikan pesan budaya dan identitas. Hasil penelitian ini memperlihatkan dimensi kosmopolitan dalam diplomasi budaya, di mana percampuran budaya menciptakan ruang kolaboratif baru. Namun, penelitian tersebut masih berada pada tataran konseptual dan belum mendalami studi kasus spesifik seperti keterlibatan Saung Angklung Udjo di Thailand.

Studi lain yang dilakukan oleh Guna dan Sjoraida menekankan fungsi angklung sebagai sarana komunikasi lintas budaya. Mereka menemukan bahwa angklung efektif digunakan untuk memperkenalkan nilai-nilai Indonesia, khususnya gotong royong dan kebersamaan, kepada audiens internasional. Pendekatan komunikasi antarbudaya yang digunakan memperlihatkan bahwa diplomasi budaya bukan hanya instrumen politik luar negeri, tetapi juga bagian dari proses pembelajaran sosial. Penelitian ini memperkuat pandangan bahwa angklung mampu melampaui sekadar pertunjukan seni, namun fokusnya masih bersifat literatur umum dan belum menyentuh praktik diplomasi budaya berbasis komunitas seperti yang dilakukan Saung Agklung Udjo.

Febrian mengkaji diplomasi budaya Indonesia di Amerika Serikat melalui promosi angklung sebagai warisan budaya dunia. Penelitian ini menegaskan bahwa penerimaan internasional terhadap angklung memperkuat citra seni Indonesia sebagai warisan yang bernilai universal. Temuan ini sejalan dengan pengakuan UNESCO terhadap angklung pada tahun 2010, yang semakin mengukuhkan angklung sebagai instrumen budaya global. Namun, lokasi penelitian yang berfokus di Amerika Serikat memberikan konteks yang berbeda dari dinamika diplomasi budaya Indonesia di kawasan Asia Tenggara.

Raharja melalui penelitiannya tentang Program Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) di Laos menunjukkan bahwa diplomasi budaya melalui bahasa juga efektif dalam membangun kedekatan emosional dan pemahaman lintas budaya. Program BIPA, dengan berbagai bentuk kegiatan seperti lomba bahasa, pertukaran pelajar, dan pameran budaya, berhasil menciptakan citra positif Indonesia di Laos. Relevansi penelitian ini dengan topik angklung terletak pada kesamaan pola, yakni penggunaan instrumen budaya tertentu sebagai

sarana komunikasi lintas bangsa. Meski begitu, objek yang dikaji sangat berbeda karena penelitian ini berfokus pada diplomasi bahasa, sementara penelitian tentang Saung Angklung Udjo berfokus pada seni pertunjukan.

Dari telaah penelitian terdahulu terlihat adanya kesenjangan penelitian, yaitu belum banyak kajian yang menyoroti secara spesifik peran komunitas seni tradisional, terutama Saung Angklung Udjo, sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya. Padahal, kontribusi komunitas budaya seperti Saung Angklung Udjo sangat signifikan karena bersifat otonom, fleksibel, dan autentik dalam memperkenalkan nilai-nilai bangsa. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi celah tersebut dengan menganalisis peran Saung Angklung Udjo dalam memperkuat nation branding Indonesia di Thailand.

Secara teoretis, penelitian ini menggunakan tiga kerangka utama, yaitu konstruktivisme, diplomasi budaya, dan *nation branding*. Konstruktivisme, sebagaimana dikembangkan oleh Alexander Wendt dalam *Social Theory of International Politics*, menekankan bahwa identitas dan kepentingan negara terbentuk melalui interaksi sosial. Struktur internasional tidak bersifat statis, tetapi dikonstruksi oleh norma, ide, dan praktik yang berkembang dari interaksi antaraktor. Emmanuel Adler memperluas perspektif ini dengan menekankan peran komunitas epistemik dan proses pembelajaran sosial. Adler melihat konstruktivisme sebagai jembatan antara rasionalisme dan reflektivisme, yang membuka ruang analisis bagi aktor non-negara seperti komunitas budaya dalam membentuk norma internasional. Perspektif Adler sangat relevan untuk memahami peran SAU, karena interaksi budaya yang dihadirkan melalui angklung menciptakan konstruksi identitas baru mengenai Indonesia di mata masyarakat Thailand.

Diplomasi budaya sebagai kerangka kedua dikaji melalui definisi Milton C. Cummings yang menyebut diplomasi budaya sebagai pertukaran ide, informasi, seni, dan aspek kebudayaan antarnegara dengan tujuan membangun saling pengertian. Cummings menekankan bahwa diplomasi budaya tidak harus dijalankan oleh aktor negara, tetapi juga bisa dilakukan oleh komunitas budaya. Hal ini berbeda dari perspektif Jan Melissen yang lebih menekankan pada keterlibatan strategis negara dalam diplomasi publik. Karena penelitian ini menitikberatkan pada peran Saung Angklung Udjo sebagai aktor non-negara, maka definisi Cummings lebih relevan digunakan. Melalui pementasan angklung, Saung Angklung Udjo tidak hanya menyampaikan seni tradisional, tetapi juga menciptakan ruang interaktif yang

memungkinkan masyarakat Thailand untuk ikut terlibat, belajar, dan berpartisipasi dalam budaya Indonesia.

Kerangka ketiga adalah *nation branding*. Simon Anholt memperkenalkan konsep *Nation Brand Hexagon* yang menekankan enam dimensi utama dalam membangun reputasi negara, salah satunya budaya. Keith Dinnie kemudian melengkapi teori ini dengan menekankan aspek partisipasi dan keaslian. Menurut Dinnie, *nation branding* bukan sekadar kampanye citra, melainkan proses strategis yang melibatkan berbagai aktor, termasuk pemerintah, swasta, komunitas budaya, hingga diaspora. Keberhasilan *nation branding* terletak pada konsistensi pesan, otentisitas budaya, serta partisipasi luas dari masyarakat. Teori ini relevan dengan praktik Saung Angklung Udjo karena pementasan angklung bukan hanya representasi seni, tetapi juga strategi komunikasi yang menampilkan identitas Indonesia secara otentik, konsisten, dan berkelanjutan.

Kerangka pemikiran penelitian ini dibangun dari keterkaitan ketiga teori tersebut. Pementasan Saung Angklung Udjo di Thailand dipahami sebagai proses konstruksi sosial dalam perspektif konstruktivisme, di mana identitas Indonesia dibentuk melalui interaksi budaya. Aktivitas Saung Angklung Udjo dipandang sebagai bentuk diplomasi budaya dalam kerangka Cummings, karena melibatkan pertukaran nilai dan seni antarbangsa yang bersifat partisipatif. Pada saat yang sama, strategi Saung Angklung Udjo mencerminkan praktik *nation branding* sebagaimana dipaparkan oleh Dinnie, karena menampilkan budaya Indonesia secara autentik, melibatkan banyak pemangku kepentingan, dan mendukung reputasi Indonesia di kancah global. Dengan demikian, tinjauan pustaka ini tidak hanya menghubungkan penelitian terdahulu, tetapi juga menegaskan relevansi teori yang digunakan untuk menganalisis peran Saung Angklung Udjo dalam diplomasi budaya dan *nation branding* di Thailand.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada fenomena spesifik, yakni peran Saung Angklung Udjo dalam diplomasi budaya Indonesia di Thailand, yang tidak dapat dipahami melalui data kuantitatif semata. Studi kasus intrinsik memungkinkan peneliti menggali kedalaman konteks, makna, dan proses yang melatarbelakangi aktivitas diplomasi budaya yang dilakukan oleh komunitas budaya. Lokasi penelitian difokuskan pada kegiatan Saung Angklung Udjo di Thailand selama periode 2020–2024, dengan menyoroti pementasan dalam

acara *Indonesia Day*, *Indonesian Festival*, serta kolaborasi dengan KBRI Bangkok dan universitas setempat.

Data penelitian diperoleh melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan kajian literatur. Wawancara dilakukan dengan aktor kunci, salah satunya Satria Yanuar Akbar selaku Kepala Departemen Pengembangan Bisnis dan Jejaring Internasional Saung Angklung Udjo, yang memberikan informasi strategis mengenai upaya diplomasi budaya di Thailand. Dokumentasi resmi dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, laporan kegiatan KBRI Bangkok, serta arsip internal Saung Angklung Udjo digunakan untuk memperkuat data primer. Selain itu, literatur akademik dan publikasi media menjadi sumber sekunder untuk memperkaya analisis. Data yang terkumpul dianalisis dengan metode analisis tematik, yang memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang muncul dari data lapangan. Validitas data diperoleh melalui triangulasi sumber, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademis dan merefleksikan fenomena secara komprehensif.

## **TEMUAN DAN DISKUSI**

Penelitian ini menemukan bahwa Saung Angklung Udjo memainkan peran signifikan dalam diplomasi budaya Indonesia di Thailand. Aktivitasnya tidak hanya memperkenalkan angklung sebagai warisan budaya dunia, tetapi juga menciptakan interaksi partisipatif yang memperkuat citra Indonesia sebagai bangsa yang ramah, inklusif, dan multikultural. Temuan ini memperlihatkan bahwa diplomasi budaya yang dilakukan oleh komunitas budaya bersifat lebih organik dibandingkan diplomasi formal yang biasanya digerakkan oleh negara. Hal ini berbeda dengan penelitian Yasmarani dan Gaol yang lebih menekankan pada program pemerintah dalam promosi kebudayaan, maupun kajian Jamnongsarn yang bersifat konseptual.

### **Peran Saung Angklung Udjo sebagai Aktor Diplomasi Budaya**

Hasil penelitian menegaskan bahwa Saung Angklung Udjo berfungsi sebagai aktor non-negara yang mampu menjalankan diplomasi budaya secara efektif di Thailand. Dalam konteks hubungan internasional, peran komunitas budaya seperti Saung Angklung Udjo memperlihatkan bahwa diplomasi tidak lagi dimonopoli oleh negara atau institusi resmi, melainkan juga dijalankan oleh aktor-aktor kultural yang memiliki legitimasi sosial dan kultural. Pertunjukan angklung yang disajikan oleh Saung Angklung Udjo bersifat interaktif

dan partisipatif, di mana audiens Thailand tidak hanya hadir sebagai penonton pasif, tetapi juga diajak secara langsung untuk memainkan instrumen tersebut. Keterlibatan ini memberikan pengalaman nyata yang membuat nilai-nilai gotong royong, harmoni, dan kebersamaan tidak hanya dipahami sebagai konsep abstrak, melainkan benar-benar dialami secara langsung.

Peran ini memperlihatkan dimensi baru dalam diplomasi budaya karena praktik Saung Angklung Udjo bukan sekadar menyampaikan budaya dalam bentuk pertunjukan simbolik, melainkan membangun interaksi sosial yang setara antara penyaji dan audiens. Dengan cara ini, diplomasi budaya berfungsi sebagai proses dua arah yang memungkinkan terjadinya saling pengertian yang lebih mendalam. Interaksi ini juga menciptakan kedekatan emosional yang berimplikasi pada pembentukan persepsi positif terhadap Indonesia. Audiens Thailand yang terlibat aktif dalam pertunjukan merasa menjadi bagian dari pengalaman budaya, sehingga kesan yang muncul lebih personal, membekas, dan autentik.

Temuan penelitian ini berbeda dengan literatur sebelumnya yang cenderung menempatkan diplomasi budaya sebagai instrumen formal yang digerakkan oleh pemerintah atau lembaga negara. Misalnya, Yasmarani dan Gaol menyoroti festival budaya Indonesia di Thailand, tetapi fokus pada peran negara sebagai penggerak utama. Demikian pula, penelitian Jamnongsarn menekankan musik sebagai instrumen lintas batas, namun lebih menyoroti aspek konseptual ketimbang praktik empiris komunitas budaya. Sementara itu, penelitian ini memperlihatkan bagaimana komunitas budaya dapat mengambil peran independen yang sejajar dengan negara, bahkan dengan fleksibilitas yang lebih tinggi.

Dengan posisinya sebagai aktor non-negara, Saung Angklung Udjo mampu menjembatani hubungan sosial-kultural di tingkat masyarakat secara lebih efektif. Kekuatan Saung Angklung Udjo terletak pada kemampuannya mengelola diplomasi budaya dengan cara yang organik, inklusif, dan dekat dengan audiens. Diplomasi budaya yang dilakukan bukan hanya memperkenalkan identitas nasional Indonesia, tetapi juga membangun citra negara melalui interaksi sosial yang nyata. Oleh karena itu, peran Saung Angklung Udjo dapat dipandang sebagai bentuk *cultural diplomacy from below*, yaitu diplomasi yang lahir dari inisiatif komunitas budaya dan tidak semata-mata didesain dalam kerangka kebijakan negara. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya memperluas pemahaman tentang aktor diplomasi budaya di luar lingkup negara, khususnya dalam konteks nation branding Indonesia di Thailand.

## Strategi Saung Angklung Udjo dalam Menguatkan Nation Branding di Thailand

Strategi Saung Angklung Udjo dalam memperkuat *nation branding* Indonesia di Thailand dijalankan melalui kombinasi adaptasi pertunjukan, konsistensi pesan budaya, dan kolaborasi lintas aktor. Adaptasi ditunjukkan dengan menyesuaikan materi pertunjukan agar sesuai dengan konteks audiens Thailand, termasuk melibatkan mereka secara aktif dalam memainkan angklung. Hal ini menciptakan pengalaman personal yang memperkuat pesan otentik budaya Indonesia dan menghasilkan kesan mendalam di benak audiens.

Konsistensi pesan budaya tercermin dari nilai-nilai kebersamaan, harmoni, dan keberagaman yang selalu diangkat dalam setiap pementasan. Narasi yang berulang ini membantu membentuk persepsi yang stabil dan positif mengenai identitas Indonesia di Thailand. Strategi ini sejalan dengan pandangan Dinnie yang menekankan bahwa *nation branding* harus menampilkan citra otentik yang disampaikan secara konsisten agar melekat dalam benak masyarakat internasional.

Selain itu, Saung Angklung Udjo menguatkan perannya dengan menjalin kolaborasi bersama KBRI Bangkok, universitas, dan komunitas seni lokal. Kerja sama ini tidak hanya memperluas jangkauan diplomasi budaya, tetapi juga memperlihatkan legitimasi aktivitas SAU di Thailand. Untuk memperkuat temuan ini, tabel berikut merangkum kegiatan SAU di Thailand selama periode 2020–2024.

Tabel 1. Kegiatan Saung Angklung Udjo di Thailand (2020–2024)

Tahun	Nama Acara	Lokasi	Bentuk Partisipasi	Dampak Budaya	Diplomasi
2020	<i>Indonesia Day</i>	Bangkok	Pertunjukan angklung massal, workshop	Meningkatkan partisipatif audiens	interaksi
2021	<i>Indonesian Festival</i>	Chiang Mai	Pertunjukan seni kolaboratif	Menguatkan komunitas seni lokal	jejaring
2022	<i>Cultural Exchange</i>	Khon Kaen Univ.	Workshop dan seminar budaya	Memperluas melalui pendidikan	diplomasi

Tahun	Nama Acara	Lokasi	Bentuk Partisipasi	Dampak Budaya	Diplomasi
2023	<i>ASEAN Culture Week</i>	Bangkok	Kolaborasi dengan seniman Thailand	Menghadirkan citra inklusif dan multikultural	
2024	<i>Indonesia-Thailand Friendship</i>	Bangkok	Pertunjukan SAU bersama diaspora Indonesia	Mengukuhkan identitas nasional dalam kerja sama bilateral	

Sumber: Dokumentasi KBRI Bangkok, 2024; wawancara dengan Saung Angklung Udjo

Kegiatan yang tercantum dalam tabel memperlihatkan bahwa strategi diplomasi budaya SAU tidak berhenti pada pertunjukan seni semata, tetapi berkembang ke arah kolaborasi lintas sektor. Setiap kegiatan tidak hanya menghadirkan seni pertunjukan, tetapi juga menanamkan makna sosial yang menekankan kebersamaan, persahabatan, dan kerja sama antarbangsa. Pola semacam ini memperkuat gagasan bahwa *nation branding* berhasil apabila mampu membangun narasi berulang yang disampaikan dalam berbagai konteks, baik festival, acara resmi, maupun kegiatan pendidikan.

Temuan ini juga memperlihatkan perbedaan yang cukup mencolok dibandingkan penelitian Guna dan Sjoraida yang hanya menekankan peran angklung sebagai media komunikasi lintas budaya. Saung Angklung Udjo tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai fasilitator pengalaman budaya yang melibatkan audiens secara aktif. Hal ini menegaskan bahwa *nation branding* bukan hanya soal promosi simbolik, melainkan soal menciptakan pengalaman autentik yang mampu memperkuat persepsi audiens terhadap Indonesia.

Selain itu, kolaborasi dengan aktor lokal di Thailand menunjukkan strategi adaptif yang lebih fleksibel dibandingkan diplomasi formal yang dijalankan negara. Kolaborasi ini memungkinkan Saung Angklung Udjo untuk lebih mudah diterima oleh masyarakat lokal karena aktivitasnya dilakukan bersama-sama dengan institusi atau komunitas yang sudah memiliki legitimasi di tingkat lokal. Temuan ini memperkuat argumen bahwa keberhasilan diplomasi budaya membutuhkan pola kerja sama multi-aktor yang tidak hanya melibatkan pemerintah, tetapi juga komunitas seni dan masyarakat sipil.

Implikasi strategis dari temuan ini adalah bahwa diplomasi budaya Indonesia akan lebih efektif apabila memperkuat sinergi antara pemerintah dan komunitas budaya. Saung Angklung Udjo menunjukkan bahwa komunitas seni memiliki kapasitas untuk membangun *nation branding* yang otentik, partisipatif, dan berkelanjutan. Hal ini sekaligus menjadi pembeda dari penelitian terdahulu yang cenderung melihat diplomasi budaya dalam kerangka formal. Dengan memanfaatkan kekuatan komunitas budaya, Indonesia dapat memperluas basis *soft power* yang lebih organik dan sesuai dengan dinamika masyarakat internasional.

Strategi ini memperlihatkan bahwa *nation branding* bukan hanya proses komunikasi satu arah, melainkan hasil dari pengalaman partisipatif dan kerja sama lintas aktor. Hal ini membedakan penelitian ini dari Guna dan Sjoraida yang melihat angklung sebatas sarana komunikasi antarbudaya, karena penelitian ini menekankan pentingnya adaptasi strategi dan kolaborasi dalam memperkuat citra negara.

### **Proses Konstruksi Sosial dan Pengaruhnya terhadap Citra Negara Indonesia**

Pementasan Saung Angklung Udjo di Thailand menghasilkan konstruksi sosial yang berperan penting dalam pembentukan citra Indonesia di mata audiens. Angklung yang dimainkan secara massal tidak hanya ditampilkan sebagai alat musik tradisional, tetapi juga sebagai simbol kebersamaan dan harmoni sosial. Partisipasi audiens dalam memainkan angklung memperkuat pesan budaya bahwa Indonesia adalah bangsa yang menjunjung nilai gotong royong dan solidaritas. Melalui pengalaman kolektif ini, nilai budaya Indonesia tidak hanya dipahami secara intelektual, melainkan juga dialami secara langsung, sehingga menimbulkan kesan yang lebih membekas.

Interaksi budaya ini mendukung pandangan konstruktivisme Alexander Wendt yang menekankan bahwa identitas negara terbentuk melalui praktik sosial dan interaksi dengan aktor lain. Identitas Indonesia di mata audiens Thailand tidak dibentuk melalui kampanye formal, melainkan melalui keterlibatan dalam pengalaman estetis. Hal ini menunjukkan bahwa budaya dapat berfungsi sebagai medium diplomasi yang bersifat intersubjektif. Penelitian ini memperluas konsep konstruktivisme dengan menekankan pentingnya pengalaman emosional dalam memperkuat identitas negara di tingkat internasional.

Jika dibandingkan dengan diplomasi budaya yang bersifat *top-down*, seperti program BIPA di Laos yang diteliti Raharja, pendekatan Saung Angklung Udjo bersifat *bottom-up* karena lahir dari inisiatif komunitas budaya. Pendekatan ini terbukti lebih organik karena tidak menempatkan audiens sebagai penerima pasif, melainkan sebagai peserta aktif dalam interaksi

budaya. Perbedaan mendasar ini memperlihatkan bahwa komunitas budaya memiliki keunggulan dalam membangun kepercayaan dan kedekatan emosional, yang sering kali sulit dicapai oleh diplomasi formal yang lebih birokratis. Dengan demikian, diplomasi budaya berbasis komunitas dapat menjadi pelengkap penting bagi diplomasi negara.

Selain itu, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi audiens Thailand terhadap Indonesia dibentuk tidak hanya oleh pertunjukan seni, tetapi juga oleh makna sosial yang terkandung dalam praktik budaya tersebut. Audiens memaknai angklung sebagai refleksi dari masyarakat Indonesia yang terbuka, inklusif, dan multikultural. Citra ini memperkuat identitas Indonesia sebagai bangsa yang mampu hidup dalam keragaman, sebuah pesan yang sangat relevan dalam konteks globalisasi dan integrasi ASEAN. Dengan demikian, Saung Angklung Udjo tidak hanya mempromosikan budaya tradisional, tetapi juga menyampaikan narasi strategis tentang identitas nasional Indonesia.

Penelitian ini juga menemukan dimensi baru yang jarang diangkat dalam kajian diplomasi budaya, yakni representasi gender. Dalam pementasan Saung Angklung Udjo, seniman laki-laki dan perempuan tampil sejajar tanpa adanya hierarki peran. Hal ini memberikan pesan implisit tentang kesetaraan gender di Indonesia, yang memperkaya citra negara sebagai bangsa progresif. Representasi ini tidak hanya menambah legitimasi budaya Indonesia sebagai warisan dunia, tetapi juga menampilkan wajah modern Indonesia yang selaras dengan isu-isu global kontemporer. Kontribusi ini membedakan penelitian ini dari studi sebelumnya yang lebih berfokus pada seni tradisional tanpa menyentuh isu kesetaraan.

Akhirnya, konstruksi sosial yang terbentuk melalui pementasan Saung Angklung Udjo berimplikasi langsung terhadap penguatan *nation branding* Indonesia di Thailand. Audiens tidak hanya membawa pulang pengalaman musikal, tetapi juga membangun persepsi baru tentang Indonesia sebagai bangsa yang harmonis, egaliter, dan adaptif. Hal ini memperlihatkan bahwa diplomasi budaya berbasis komunitas tidak hanya berfungsi sebagai alat pelestarian budaya, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membentuk citra negara. Dengan menambahkan perspektif kesetaraan gender dan partisipasi aktif audiens, penelitian ini memberikan kontribusi baru terhadap literatur diplomasi budaya yang sebelumnya masih terbatas pada analisis formal dan simbolik.

Selain temuan utama yang telah diuraikan, penelitian ini menemukan bahwa pendekatan *bottom-up* yang dilakukan Saung Angklung Udjo memiliki keunggulan khusus dalam konteks diplomasi budaya. Saung Angklung Udjo tidak hanya mempromosikan budaya

Indonesia secara seremonial, tetapi juga menempatkan audiens sebagai bagian dari proses penciptaan makna budaya. Hal ini sejalan dengan konsep *participatory culture* yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam mengonsumsi sekaligus memproduksi pengalaman budaya. Keterlibatan audiens dalam memainkan angklung menciptakan kedekatan emosional yang sulit dicapai oleh diplomasi formal yang cenderung satu arah.

Dibandingkan dengan praktik diplomasi budaya lain seperti promosi batik atau kuliner, keunggulan Saung Angklung Udjo terletak pada pengalaman langsung yang mereka ciptakan. Diplomasi batik menunjukkan bahwa promosi batik di luar negeri sering bersifat pameran dan kurang interaktif, sehingga berdampak terbatas pada pemaknaan budaya oleh audiens. Sebaliknya, Saung Angklung Udjo menciptakan ruang interaksi yang memungkinkan nilai-nilai seperti gotong royong dan harmoni dipelajari secara praktis. Perbedaan ini menegaskan pentingnya pendekatan yang melibatkan partisipasi aktif untuk memperkuat *soft power*.

Temuan ini juga relevan jika dibandingkan dengan model diplomasi budaya negara lain. Korea Selatan, misalnya, menggunakan K-Pop sebagai instrumen *soft power* melalui industri hiburan yang sangat profesional, tetapi tetap dikontrol negara. Jepang melalui anime dan pop culture juga berhasil membangun *nation branding* yang kuat. Namun, pendekatan Saung Angklung Udjo berbeda karena lahir dari komunitas tradisional, bukan industri komersial besar. Keunikan ini menunjukkan bahwa komunitas seni lokal tetap bisa bersaing dalam membangun citra negara jika mampu menggabungkan otentisitas tradisi dengan strategi modern.

Dimensi gender yang muncul dalam pementasan Saung Angklung Udjo memberikan lapisan baru pada diplomasi budaya Indonesia. Kehadiran seniman perempuan yang tampil sejajar dengan laki-laki, baik sebagai pemain utama maupun pemandu interaktif, menyampaikan pesan kesetaraan yang kuat. Dalam konteks Thailand yang memiliki diskursus gender dinamis, representasi ini memperkuat citra Indonesia sebagai bangsa progresif dan adaptif terhadap isu global. Aspek ini jarang disentuh dalam penelitian terdahulu, sehingga memperkaya literatur tentang bagaimana diplomasi budaya juga dapat menjadi sarana penyampaian nilai sosial modern.

Selain interaksi langsung, Saung Angklung Udjo juga memanfaatkan media digital untuk memperkuat jangkauan diplomasi budaya. Dokumentasi pertunjukan mereka dibagikan melalui platform YouTube dan media sosial, yang memungkinkan masyarakat Thailand mengakses kembali pengalaman budaya tersebut dan memperluas jangkauan audiens. Strategi

digitalisasi ini memperlihatkan kesadaran Saung Angklung Udjo terhadap pentingnya ruang daring sebagai arena diplomasi budaya modern. Perpaduan pendekatan luring yang interaktif dengan dukungan media digital menciptakan efek berlapis dalam pembentukan citra Indonesia.

Implikasi praktis dari temuan ini cukup luas. Bagi pemerintah Indonesia, keberhasilan Saung Angklung Udjo menjadi bukti bahwa komunitas budaya perlu dilibatkan secara lebih strategis dalam agenda diplomasi. Sinergi antara negara dan komunitas budaya dapat menghasilkan diplomasi yang lebih organik, berakar pada otentisitas budaya, namun tetap selaras dengan kepentingan nasional. Bagi komunitas seni lain, model Saung Angklung Udjo menunjukkan bahwa keberhasilan *soft power* tidak hanya bergantung pada dukungan finansial besar, tetapi juga pada kemampuan menciptakan pengalaman partisipatif dan relevan bagi audiens global.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menjawab tiga pertanyaan utama: bagaimana Saung Angklung Udjo berperan sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Indonesia di Thailand, strategi apa yang digunakan untuk memperkuat *nation branding*, dan bagaimana proses konstruksi sosial yang terbentuk memengaruhi citra negara Indonesia. Hasil penelitian menegaskan bahwa Saung Angklung Udjo telah berhasil menjalankan diplomasi budaya berbasis komunitas secara efektif, memperlihatkan bahwa diplomasi tidak lagi menjadi monopoli negara, melainkan dapat dijalankan oleh aktor independen yang memiliki legitimasi kultural.

Pertama, penelitian ini membuktikan bahwa Saung Angklung Udjo berperan sebagai agen non-negara yang mampu menghadirkan diplomasi budaya secara organik. Melalui pertunjukan angklung yang interaktif, audiens Thailand bukan hanya menjadi penonton, tetapi juga pelaku aktif yang merasakan langsung nilai gotong royong dan kebersamaan. Temuan ini memperluas literatur diplomasi budaya yang sebelumnya lebih menekankan pada diplomasi formal oleh negara atau pada kerangka konseptual musik lintas batas. Dengan demikian, penelitian ini memajukan bidang dengan memperlihatkan praktik nyata diplomasi budaya yang dijalankan komunitas seni tradisional sebagai *cultural diplomacy from below*.

Kedua, strategi yang diterapkan Saung Angklung Udjo dalam memperkuat *nation branding* di Thailand menggabungkan adaptasi pertunjukan, konsistensi pesan, dan kolaborasi lintas aktor. Adaptasi membuat diplomasi budaya relevan dengan audiens lokal, konsistensi menjaga stabilitas pesan tentang harmoni dan inklusivitas, sementara kolaborasi memperluas

jangkauan diplomasi budaya. Hal ini memperkaya literatur *nation branding* dengan menunjukkan bahwa keberhasilan citra negara tidak hanya ditentukan oleh promosi formal, tetapi juga oleh otentisitas dan pengalaman partisipatif yang dihadirkan komunitas budaya.

Ketiga, penelitian ini menemukan bahwa pementasan Saung Angklung Udjo menghasilkan konstruksi sosial yang membentuk persepsi positif terhadap Indonesia. Angklung dimaknai sebagai simbol harmoni, sementara interaksi langsung menciptakan ikatan emosional antara audiens dan budaya Indonesia. Proses ini sejalan dengan konstruktivisme Wendt, namun penelitian ini menambahkan dimensi baru dengan memperlihatkan bahwa partisipasi aktif audiens merupakan faktor penting dalam pembentukan identitas negara. Lebih jauh lagi, pementasan Saung Angklung Udjo juga menampilkan kesetaraan gender, yang memberikan kontribusi tambahan terhadap citra Indonesia sebagai bangsa progresif dan egaliter.

Kontribusi penelitian ini terhadap pengembangan pengetahuan adalah menegaskan pentingnya peran komunitas budaya dalam diplomasi internasional. Literatur sebelumnya cenderung menitikberatkan pada negara sebagai aktor utama, sementara penelitian ini membuktikan bahwa komunitas budaya memiliki kapasitas untuk menjalankan diplomasi yang efektif, adaptif, dan berkelanjutan. Secara praktis, penelitian ini memberi implikasi bagi strategi *soft power* Indonesia, yakni perlunya sinergi antara pemerintah dan komunitas budaya untuk memperkuat citra nasional di tingkat global.

Penelitian ini secara tegas menjawab tujuan yang ditetapkan: menilai peran Saung Angklung Udjo sebagai aktor non-negara dalam diplomasi budaya Indonesia di Thailand, menganalisis strategi yang digunakan untuk memperkuat *nation branding*, dan mengeksplorasi proses konstruksi sosial yang memengaruhi citra Indonesia. Saung Angklung Udjo terbukti mampu menjalankan diplomasi budaya yang efektif melalui pendekatan *bottom-up* yang menekankan interaksi langsung dan pengalaman emosional audiens. Temuan ini memperluas pemahaman bahwa diplomasi budaya tidak hanya efektif bila dilakukan oleh negara, tetapi juga oleh komunitas seni yang memiliki legitimasi kultural dan kemampuan adaptasi tinggi.

Secara teoretis, penelitian ini memajukan kajian diplomasi budaya dengan mengintegrasikan perspektif konstruktivisme Alexander Wendt, diplomasi budaya Milton C. Cummings, dan *nation branding* Keith Dinnie. Penelitian sebelumnya cenderung memisahkan ketiga kerangka teori ini, sementara penelitian ini memperlihatkan keterkaitannya dalam satu studi kasus empiris. Hasilnya menunjukkan bahwa identitas negara tidak hanya dibentuk

melalui representasi formal, tetapi juga melalui interaksi sosial yang difasilitasi komunitas budaya. Konsep *cultural diplomacy from below* yang dihasilkan memperkaya wacana akademik tentang peran aktor non-negara dalam hubungan internasional.

Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pemerintah Indonesia untuk lebih mendukung komunitas budaya sebagai mitra diplomasi. Negara dapat menyediakan dukungan kebijakan, pendanaan, dan jaringan untuk memperluas jangkauan komunitas seperti Saung Angklung Udjo, sekaligus menjaga keberlanjutan diplomasi budaya berbasis komunitas. Model Saung Angklung Udjo juga dapat menjadi rujukan bagi komunitas seni tradisional lainnya untuk memperkuat peran mereka di kancah internasional. Bagi KBRI dan perwakilan diplomatik Indonesia, hasil penelitian ini menekankan pentingnya mengintegrasikan program komunitas budaya ke dalam agenda promosi nasional.

Temuan tentang representasi gender membuka peluang kajian baru bahwa diplomasi budaya juga dapat digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai progresif yang relevan dengan masyarakat global. Hal ini penting karena citra modern dan inklusif menjadi faktor kunci dalam *nation branding*. Selain itu, keberhasilan Saung Angklung Udjo menggabungkan pertunjukan luring dengan media digital menunjukkan bahwa diplomasi budaya di era kontemporer perlu memanfaatkan ruang daring untuk memperluas dampak dan jangkauan audiens.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjawab tujuan yang telah ditetapkan, tetapi juga memberikan kontribusi teoritis dan empiris terhadap studi diplomasi budaya dan *nation branding*. Temuan ini menegaskan bahwa diplomasi budaya berbasis komunitas dapat menjadi strategi *soft power* yang otentik, relevan, dan efektif dalam memperkuat identitas Indonesia di mata internasional, khususnya di kawasan Asia Tenggara.

## **BATASAN & PENELITIAN LEBIH LANJUT**

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil. Pertama, penelitian menggunakan desain kualitatif dengan studi kasus tunggal yang berfokus pada Saung Angklung Udjo di Thailand. Karakteristik ini membuat temuan penelitian bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasi secara luas ke seluruh bentuk diplomasi budaya Indonesia di negara lain. Kedua, data yang diperoleh bergantung pada wawancara, dokumentasi, dan publikasi resmi yang tersedia, sehingga interpretasi hasil sangat dipengaruhi oleh subjektivitas narasumber dan keterbatasan sumber

sekunder. Ketiga, penelitian ini berfokus pada periode 2020–2024, yang berarti dinamika diplomasi budaya setelah periode tersebut belum tercakup dalam analisis.

Keterbatasan ini membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut yang dapat memperluas dan memperdalam kajian diplomasi budaya Indonesia. Pertama, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan komparatif dengan menganalisis peran komunitas budaya lain di berbagai negara, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih luas mengenai efektivitas diplomasi budaya berbasis komunitas. Kedua, penelitian lanjutan dapat mengintegrasikan metode kuantitatif, misalnya melalui survei audiens, untuk mengukur secara lebih sistematis persepsi masyarakat internasional terhadap citra Indonesia setelah berinteraksi dengan seni pertunjukan. Ketiga, penelitian ke depan dapat menyoroti dimensi baru dalam diplomasi budaya, seperti peran digitalisasi, media sosial, atau platform streaming dalam memperluas jangkauan dan efektivitas *nation branding*.

Dengan demikian, meskipun penelitian ini memiliki keterbatasan metodologis, temuan yang dihasilkan tetap memberikan kontribusi signifikan dalam memperkaya literatur hubungan internasional, khususnya mengenai diplomasi budaya berbasis komunitas. Penelitian lebih lanjut sangat diperlukan untuk menguji, memperluas, dan mengkonfirmasi temuan ini, sekaligus menjawab kesenjangan pengetahuan tentang bagaimana seni pertunjukan tradisional dapat menjadi instrumen *soft power* yang efektif di era globalisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adler, E. (1997). Seizing the Middle Ground: Constructivism in World Politics. *European Journal of International Relations*, 3(3), 319–363. <https://doi.org/10.1177/1354066197003003003>
- Amazing Thailand. (2020, Desember). Thailand dan Indonesia: Perjalanan Hubungan dari Ikatan Historis yang Dekat Menuju Kemitraan Strategis di Era New Normal. *Amazing Thailand*. [https://wisatathailand.id/page/blog/thailand-dan-indonesia-perjalanan-hubungan-dari-ikatan-historis-yang-dekat-menuju-kemitraan-strategis-di-era-new-normal#:~:text=Sejarah%20panjang%20hubungan%20Thailand%20%2D%20Indonesia%20Awal,dari%20Thailand%20\(Siam\)%20saat%20usianya%2017%20tahun.](https://wisatathailand.id/page/blog/thailand-dan-indonesia-perjalanan-hubungan-dari-ikatan-historis-yang-dekat-menuju-kemitraan-strategis-di-era-new-normal#:~:text=Sejarah%20panjang%20hubungan%20Thailand%20%2D%20Indonesia%20Awal,dari%20Thailand%20(Siam)%20saat%20usianya%2017%20tahun.)
- Angklung Udjo. (2025). Saung Angklung Udjo History. *Angklung Udjo*. <https://angklung-udjo.co.id/history-angklung/>

- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan.
- Aronczyk, M. (2013). *Branding the nation: The global business of national identity*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199752164.001.0001>
- Asy'ari, M. F. (2024, March 25). Angklung Sebagai Representasi Diplomasi Budaya Indonesia. *Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia*. [https://www.setneg.go.id/baca/index/angklung\\_sebagai\\_representasi\\_diplomasi\\_budaya\\_indonesia?](https://www.setneg.go.id/baca/index/angklung_sebagai_representasi_diplomasi_budaya_indonesia?)
- ATDIKBUD Bangkok. (2024). Pelaksanaan “Indonesian Day” 2024, kerjasama KBRI dengan Thammasat University. *Atdikbud Bangkok*. <https://atdikbudbangkok.org/2024/04/29/pelaksanaan-indonesian-day-2024-kerjasama-kbri-dengan-thammasat-university/#:~:text=Pada%20Hari%20Kamis%2C%20tanggal%2025%20April%2024,Relations%20between%20Indonesia%20and%20Thailand%20in%202025%E2%80%B3.>
- Beda, C. K. (2022, November 29). Saung Angklung Udjo Indonesia Cerita Pengalaman Menghibur Penggemar Piala Dunia 2022 Qatar, Pengunjung Juga Bisa Jajal. *Voi.Id*. <https://voi.id/olahraga/231606/saung-angklung-udjo-indonesia-cerita-pengalaman-menghibur-penggemar-piala-dunia-2022-qatar-pengunjung-juga-bisa-jajal?>
- BNPP. (2023, agustus). Indonesia Sukses Pecahkan Rekor Dunia untuk Pergelaran Angklung. *Badan Nasional Pengelola Perbatasan Republik Indonesia*. <https://bnpp.go.id/berita/indonesia-pecahkan-rekor-dunia-untuk-pergelaran-angklung?>
- Citra Alam. (2023, Agustus). Mengungkap Sejarah Angklung: Dari Bambu Hingga Harmoni. *Citra Alam*. <https://www.citraalam.id/post/mengungkap-sejarah-angklung-dari-bambu-hingga-harmoni>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (2nd ed). Sage publ. <https://revistapsicologia.org/public/formato/cuali2.pdf>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed). SAGE Publications.
- Cummings, M. C. (2003). Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey for Art and Culture. *Center for Arts and Culture*. <https://www.weforum.org/meetings/world-economic-forum-annual-meeting-2017/>
- Darmawan, B. (2023, Agustus). Pertunjukan Angklung Terbesar di Dunia Digelar di GBK Sambut HUT ke-78 RI. *Pikiran Rakyat*. <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-016962490/pertunjukan-angklung-terbesar-di-dunia-digelar-di-gbk-sambut-hut-ke-78-ri>

- Dinnie, K. (2015). *Nation Branding* (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315773612>
- Dzikri. (2025, January 12). Komunitas Angklung Giri Svara Bersiap Tampil di Vatikan Bersama KSBN. *Tangselpos.Id*. <https://tangselpos.id/detail/30765/komunitas-angklung-giri-svara-bersiap-tampil-di-vatikan-bersama-ksbn?>
- Evanda, S. N. (2024). Alat Musik Angklung: Tentang, Sejarah, dan Cara Memainkannya. *Gramedia*. <https://www.gramedia.com/literasi/alat-musik-angklung/?srsltid=AfmBOorCVi3wgjyG6gcspbuXOEJhMkO6u-07vwBqba4yToywa7PLuQm>
- Febrian S, F. (2025). Diplomasi Budaya Indonesia ke Amerika Serikat Dalam Mempromosikan Angklung Sebagai Warisan Budaya Dunia. *ejournal.fisip.unjani.ac.id*, 2(1). <https://doi.org/10.36859/gij.v2i1.2767>
- Guna, B. W. K., & Fatma SJORaida, D. (2023). Angklung as a Tool for Diplomacy and Cross-Cultural Communication. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 11(2), 276–281. <https://doi.org/10.46806/jkb.v11i2.1036>
- Gunarwati, D. T. (2025, February 24). KBRI Bangkok Gelar Rhythms of Indonesia: Cultural Celebration, Peringati 75 Tahun Hubungan Diplomatik Indonesia—Thailand. *Indonesia Move*. <https://www.indonesiamove.com/internasional/991030377/kbri-bangkok-gelar-rhythms-of-indonesia-cultural-celebration-peringati-75-tahun-hubungan-diplomatik-indonesia-thailand?>
- Jamnongsarn, S. (2023). Interaction of Music as a Soft Power in the Dimension of Cultural Diplomacy between Indonesia and Thailand. *Jurnal.Isi.Ac.Id*, 1(1). <https://doi.org/10.24821/ijcas.v1i1.1572>
- Kemenparekraf. (2021, April 15). Pertunjukan Kolosal Saung Angklung Mang Udjo yang Mendunia. *Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pertunjukan-Kolosal-Saung-Angklung-Mang-Udjo-yang-Mendunia>
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2024). Diplomasi Budaya Indonesia di Asia Tenggara. *Kemlu RI*.
- Kemlu. (2025). *GAMBARAN SINGKAT PERKEMBANGAN TERKINI KERAJAAN THAILAND DAN HUBUNGAN BILATERAL RI-THAILAND*. <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-016962490/pertunjukan-angklung-terbesar-di-dunia-digelar-di-gbk-sambut-hut-ke-78-ri>
- Muthmainah, Z. (2025, March 7). Dari UNESCO ke Panggung MTQ Internasional: Perjalanan Saung Angklung Udjo Mengharumkan Budaya Islam dan Indonesia. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/zahramuthmainnah4751/67ca572fed64150b4e116f02/d>

ari-unesco-ke-panggung-mtq-internasional-perjalanan-saung-angklung-udjo-mengharumkan-budaya-islam-dan-indonesia?

Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. *PublicAffairs*.

Oktaviani, S. A., Dewi, D. A., & Hayat, R. S. (2024). Peran Saung Angklung Udjo Sebagai Sarana Literasi Budaya Di Jawa Barat. *Semantik : Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 2(1), 153–163. <https://doi.org/10.61132/semantik.v2i1.275>

Pramudyani, Y. D. (2023, Mei). KBRI Bangkok prioritaskan promosi budaya Indonesia di Thailand. *ANTARA*. <https://www.antaraneews.com/berita/3556536/kbri-bangkok-prioritaskan-promosi-budaya-indonesia-di-thailand?>

Puteri, N. A. (2025, March 7). Mengenal Komunitas Angklung Manise Swara FEB UGM. *FEB UGM*. <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/12312-mengenal-komunitas-angklung-manise-swara-feb-ugm?>

Putri, V. K. M., & Gischa, S. (2021, September 30). Pengaruh Globalisasi bagi Budaya Daerah. *Kompas*. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/09/30/103000269/pengaruh-globalisasi-bagi-budaya-daerah?>

Raharja, C. S. (2023). DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI PROGRAM BIPA (BAHASA INDONESIA BAGI PENUTUR ASING) DI LAOS TAHUN 2016-2022. *Jurnal Pena Wimaya*, 3(2). <https://doi.org/10.31315/jpw.v3i2.10024>

Republika. (2021, January 26). Terdampak Pandemi, Saung Angklung Udjo Kesulitan Operasional. *Republika*. [https://republika.id/posts/13701/terdampak-pandemi-saung-angklung-udjo-kesulitan-operasional#:~:text=Kepala%20Disbudpar%20Kota%20Bandung%20Dewi,Ahad%20\(24/1\).](https://republika.id/posts/13701/terdampak-pandemi-saung-angklung-udjo-kesulitan-operasional#:~:text=Kepala%20Disbudpar%20Kota%20Bandung%20Dewi,Ahad%20(24/1).)

Sari, A. M. (2023, July 20). KBRI Bangkok gelar Indonesian Festival promosikan budaya Indonesia. *ANTARA*. <https://www.antaraneews.com/berita/3643323/kbri-bangkok-gelar-indonesian-festival-promosikan-budaya-indonesia?>

Sari, A. M. (2024, April 26). KBRI gelar “Indonesian Day” ajak mahasiswa Thailand dalam budaya. *ANTARA*. <https://gorontalo.antaraneews.com/rilis-pers/4077354/kbri-gelar-indonesian-day-ajak-mahasiswa-thailand-dalami-budaya?>

Setianingsih, Y. (2023, February 11). Sejarah Angklung Udjo. *Golali*. <https://golali.id/sejarah-saung-angklung-udjo/>

Surat Dunia. (2023, Agustus). Indonesia Pecahkan Guinness World Records Lewat Pergelaran Angklung Terbesar di Dunia. *Surat Dunia*. <https://suratdunia.com/2023/08/06/indonesia-pecahkan-guinness-world-records-lewat-pergelaran-angklung-terbesar-di-dunia/?>

*Alfi Rihan Salmani, Sintia Catur Sutantri : Saung Angklung Udjo dalam Memperkuat Nation Branding Indonesia Melalui Pementasan Angklung Di Thailand*

Utami, S. N. (2023, Oktober). Globalisasi Bidang Budaya dan Upaya Menghadapinya. *Kompas*. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/10/23/103000669/globalisasi-bidang-budaya-dan-upaya-menghadapinya?>

Wahyuni, Y. T. (2025). *UPAYA INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN ANGKLUNG SEBAGAI WARISAN BUDAYA INDONESIA MELALUI HOUSE OF ANGKLUNG DI AMERIKA SERIKAT (2010-2015)*.

Wendt, A. (1999). *Social Theory of International Politics*.

Yasmarani, R. D., & Gaol, D. F. L. (2020). *Upaya Diplomasi Budaya Indonesia terhadap Thailand melalui Kegiatan Kebudayaan Indonesia Tahun 2020 – 2022*.