

Kumawula, Vol. 2, No.1, April 2019, Hal 72 – 92

DOI: <http://10.24198/kumawula.v1i3.23461>

ISSN 2620-844X (online)

Tersedia *online* di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

SOSIALISASI CITRA BARU PENCAK SILAT SEBAGAI *SOFT POWER* INDONESIA KEPADA SISWA SMP NEGERI 2 KOTA BANDUNG

Assyfa Narulita¹, Candra Muhammad Fajar², Reannissa Sabrina Nova Riesma³,
Junita Budi Rachman^{4*}, Savitri Aditiany⁵, Dadan Surya Dipura⁶.

^{1,2,3,4*,5,6} Universitas Padjadjaran, Indonesia

assyfanarulita@gmail.com; fajarcndra@gmail.com; rsnovar@gmail.com, junita@unpad.ac.id*;
savitri@unpad.ac.id; dadansp@unpad.ac.id

ABSTRAK

Citra Pencak Silat di kalangan anak muda masih terbatas hanya sebagai warisan seni-budaya kuno, statis dan tidak menarik. Padahal Pencak Silat semakin dikenal di dunia, dan diperlukan oleh Indonesia sebagai sumber *soft power* di era globalisasi masa kini. Oleh karena itu artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan kegiatan sosialisasi mengenai citra baru Pencak Silat sebagai *soft power* Indonesia kepada murid SMP 2 di kota Bandung oleh tim mahasiswa dan Dosen Universitas Padjadjaran dalam kegiatan PKM. Tujuannya adalah untuk menanamkan kesadaran kolektif pelajar SMP sejak usia dini mengenai Pencak Silat sebagai *soft power* Indonesia yang perlu dilestarikan dan diamalkan. Sosialisasi dilaksanakan dengan menggunakan strategi komunikasi yang berpedoman pada siapa, apa dan bagaimana materi substansi disampaikan. Melalui metoda ini sosialisasi terlaksana sesuai dengan bidang kompetensi pihak pemberi sosialisasi sehingga materi substansi bersifat komprehensif dan saling melengkapi dalam memberi pengetahuan dan kesadaran kepada para siswa SMP. Dengan media penyampaian yang menarik bagi sasaran berusia anak muda, telah membuat mereka tampak tertarik dan bersemangat dalam mengikuti proses sosialisasi sebagai langkah awal untuk meminati Pencak Silat.

Kata Kunci: Indonesia, Pencak Silat, Soft power.

SOCIALIZATION OF THE NEW FACE OF PENCAK SILAT AS INDOENESIAN *SOFT POWER* TO BANDUNG CITY NATIONAL JUNIOR HIGHSCHOOL 2 STUDENTS

ABSTRACT

The image of Pencak Silat among young people is limited to that of an ancient, static and unattractive heritage of ancient arts and cultures. Even though Pencak Silat is increasingly known in the world, for Indonesia it is a source of soft power in the current era of globalization. Therefore, this article aims to describe the socialization activities regarding the new image of Pencak Silat as Indonesian soft power to SMP 2 students in Bandung, by the student team and Padjadjaran University Lecturers in PKM activities. The aim was to instill a collective awareness of junior high school students from an early age about Pencak Silat as Indonesia's soft power that needs to be preserved and practiced. The socialization was carried out by using a communication strategy based on who, what and how the material was delivered. Through this method socialization was carried out in accordance with the field of competence of the providers of the socialization so that the substance of the material is comprehensive and complementary in providing knowledge and awareness to junior high school students. With delivery via

a media App to young people, it made them look interested and enthusiastic in following the socialization process as a first step to attract Pencak Silat.

Keywords: Indonesia, Pencak Silat, Soft power.

1. Pendahuluan

Pada dasarnya setiap negara memiliki keunikan dan kekhasannya masing-masing baik dalam budaya, tata krama, diplomasi, militer, seni, olah raga, dan lain sebagainya. Begitu pula dengan Indonesia yang memiliki keunikan dan kekhasan yang tidak dimiliki oleh negara lainnya, terlebih didukung dengan jenis negara yang merupakan negara kepulauan menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki beragam suku, budaya, dan bahasa yang sangat khas pada masing-masing daerah. Keunikan dan keberagaman tersebut dapat menjadi salah satu strategi Indonesia dalam melaksanakan *soft power*.

Menurut Joseph S. Nye Jr (2004), *soft power* adalah kekuatan menarik orang lain dengan kekuatan kecerdasan emosional seperti membangun hubungan atau ikatan yang erat melalui karisma, komunikasi yang persuasif, daya tarik ideologi visioner, serta pengaruh budaya, sehingga membuat mereka terpengaruh. Seperti halnya Korea Selatan, yang menjadikan budaya populer Korea atau *Hallyu* sebagai strategi diplomasi untuk memajukan ekonomi nasionalnya. Korea Selatan saat ini telah berhasil melaksanakan *soft power diplomacy* melalui *Hallyu* yang kemudian dapat menghasilkan keuntungan yang sangat besar bagi negaranya. Keberhasilan ini tentu saja dengan dukungan berbagai pihak yang ada di Korea Selatan. Tidak hanya oleh pemerintah yang berusaha untuk melaksanakan diplomasi tersebut tetapi juga media massa, selebritas dunia hiburan, *idol group* hingga warga sipil Korea Selatan pun turut serta mendukung strategi diplomasi tersebut.

Jika melihat di Indonesia, sesungguhnya negara ini memiliki lebih banyak ragam hal yang dapat dijadikan sebagai sumber *soft power diplomacy* mengingat ragam budaya dan kekayaan alam yang ada di Indonesia. Salah satu budaya tersebut yaitu seni olah raga bela diri tradisional Pencak Silat atau Silat Indonesia, yang kini tengah diupayakan pengakuan legal internasionalnya, salah satunya dari UNESCO.

Pencak Silat merupakan salah satu bentuk atau metode bela diri yang menjadi warisan budaya bangsa Indonesia guna mempertahankan diri dari ancaman atau bahaya yang akan menimpa keselamatan atau kelangsungan hidup dari seseorang tersebut. Pencak Silat juga dipahami sebagai suatu metode atau ilmu bela diri yang telah berkembang di tengah-tengah kehidupan sosial masyarakat bangsa Indonesia dengan menganut paham yang dipengaruhi oleh

falsafah, budaya, serta kepribadian dari bangsa Indonesia itu sendiri. Pencak Silat diyakini telah menyebar di Indonesia sejak abad ke-7 Masehi.

Peneliti silat Indonesia Donn F. Draeger (2001) dalam bukunya memaparkan bukti adanya seni bela diri bisa dilihat dari berbagai artifak senjata yang ditemukan dari masa klasik (Hindu-Budha) serta pada pahatan relief-relief yang berisikan sikap-sikap kuda-kuda silat di candi Prambanan dan Borobudur. Draeger berpendapat bahwa senjata dan seni beladiri silat adalah tak terpisahkan, bukan hanya dalam olah tubuh saja, melainkan juga pada hubungan spiritual yang terkait erat dengan kebudayaan Indonesia. Bukan hanya sebagai ilmu bela diri dan kesenian masyarakat Indonesia, Pencak Silat sendiri merupakan salah satu jenis olah raga yang kini telah banyak dipertandingkan bukan hanya di Indonesia namun di seluruh dunia. (Draeger, 2001)

Menurut Maryono (2019), pada awalnya Pencak Silat yang dikenal sebagai perkelahian dengan menggunakan teknik pertahanan diri merupakan suatu seni bela diri Asia yang mulanya berakar dari budaya Melayu khususnya di Indonesia. Berdasarkan sejarah, Pencak Silat pertama kali ditemukan di Riau pada masa kerajaan Sriwijaya di abad VII, walaupun dalam bentuk yang masih belum sempurna. Seni bela diri Melayu ini kemudian menyebar ke seluruh wilayah kerajaan Sriwijaya, semenanjung Malaka, dan Pulau Jawa. Di Indonesia sendiri terdapat dua istilah dasar untuk Pencak Silat, yakni 'Pencak' dan 'Silat'. Istilah 'Pencak' biasanya digunakan oleh masyarakat yang mendiami Pulau Jawa khususnya Jawa Barat. Sedangkan 'Silat' sendiri sering digunakan oleh masyarakat yang berada di Pulau Sumatera khususnya Sumatera Barat yang biasa disebut dengan kata 'silek' atau 'bersilat'. (Maryono, 1999)

Sementara sepetri yang dikatakan Wilson (200) keinginan untuk menciptakan gaya nasional pada Pencak Silat pertama kali muncul pada tahun 1920-an dan 1930-an dan diperkuat oleh pengaruh pendudukan Jepang dan gerakan nasionalis Indonesia. Dibentuk pasca-kemerdekaan, nasionalisasi Pencak Silat telah menjadi obsesi utama Ikatan Pencak Silat Indonesia (IPSI). Dalam hal ini, IPSI telah berusaha untuk mengatur ulang Pencak Silat sebagai cerminan dari nilai-nilai yang disetujui oleh negara, menciptakannya kembali sebagai "budaya nasional" dan baru-baru ini sebagai olahraga yang dipertandingkan dalam tingkat nasional dan internasional. Pengaruh IPSI terhadap Pencak Silat di Indonesia cukup besar. Dapat dilihat bagaimana peran-peran yang dilakukan oleh IPSI dalam mengubah tubuh silat menjadi sebuah situs kontestasi ideologis dan politik, yang kemudian hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya langkah mundur dari konsentrasi pada spesifik tubuh individu menuju tubuh yang lebih 'abstrak' dari 'bangsa' dan 'negara'. (Draeger, 2001)

Perubahan kondisi sosial-budaya di Indonesia telah menghasilkan bentuk-bentuk Pencak Silat yang baru. Peningkatan intervensi pemerintah dalam Pencak Silat selama periode Orde Baru, telah menyebabkan pengembangan versi Pencak Silat yang dinasionalisasi dengan berusaha untuk menanamkan nilai-nilai yang disetujui negara di dalam tubuh praktisi. (Wilson I. D., 2002)

Di Indonesia, komunitas atau organisasi Pencak Silat juga telah dimobilisasi untuk tujuan mengejar tujuan politik. Beberapa praktisi telah menanggapi dengan mencari ke dalam, menguraikan jalan menuju kesadaran diri yang dibingkai oleh kekuatan, arus, dan keinginan yang ditemukan di dalam tubuh itu sendiri. Sementara itu, pihak-pihak lain juga telah mengembangkan gaya dari Pencak Silat yang mencerminkan tuntutan yang dibuat oleh lingkungan langsung mereka.

Seni bela diri Pencak Silat di Indonesia pada dasarnya terkait dengan pengetahuan esoterik dan kekuatan luar biasa, yang biasa disebut dengan sebutan “*war magic* dan *warrior religion*” (Farrer, 2014). Pertunjukan dari kemampuan dalam bela diri ini dipahami erat kaitannya dengan partisipasi sosial dan kemandirian, tidak hanya itu, pertunjukan ini juga memberikan rasa kepemilikan bersama dan identitas kolektif. Di Indonesia telah banyak menyediakan sebuah wadah untuk dapat mengembangkan seni bela diri Pencak Silat itu sendiri. Dengan demikian, Sekolah Pencak Silat merupakan lembaga komunikasi yang memuat tentang pengetahuan agama, budaya dan sosial untuk sebagian besar penduduk Indonesia. Kepala sekolah seringkali menduduki posisi kunci dalam domain ritual, agama, politik, dan ekonomi. Dalam hal ini, mereka harus diakui sebagai mediator budaya dan tokoh-tokoh terkemuka nasional, yang menanamkan pengetahuan dan nilai-nilai kepada masyarakat. (Grave, 2014)

Dalam konteks pembangunan di Indonesia, penerapan gagasan Pencak Silat sebagai olahraga nasional dan terstandardisasi melibatkan pengabaian praktik-praktik mistik dan keyakinan dalam pendidikan seni bela diri. Selain itu, nasionalisme budaya juga menyiratkan perubahan yang berhubungan dengan elemen esoterik dari Pencak Silat, yakni penyebaran pendidikan dan pengetahuan. Sebagai salah satu bentuk olahraga nasional yang terstandardisasi, Pencak Silat menawarkan bangsa Indonesia dengan mekanisme disiplin di mana tubuh sebagai media dan formasi budaya yang terkait untuk membingkai konfigurasi kekuasaan (Wilson L. , 2015)

Disisi lain, mitos-mitos populer, cerita rakyat dan sejarah yang mengacu pada karakteristik dan kemampuan luar biasa dari para guru Pencak Silat sangat berakar pada kesadaran publik. Di Indonesia, apa yang disebut dengan “*silat-stories*” ini merupakan bagian

integral dari budaya populer. Saat ini, bioskop dan produksi televisi yang berkaitan dengan genre bela diri, seringkali mengangkat tentang “*silat-stories*” ini dengan didasarkan pada mitos-mitos seperti menggunakan seni bela diri dengan sihir, supernatural, dan dunia roh. Dapat diketahui bahwa, hal-hal tersebut tidak mencerminkan atau bertentangan dengan dinamika di dunia Pencak Silat. (Farrer, 2014)

Tren media ini bertentangan dengan, baik itu dalam proses pemurnian doktrinal agama secara umum ataupun untuk 'olahraga' seni bela diri itu sendiri, kedua hal tersebut dikemukakan oleh aktor pemerintah dan non-pemerintah. Oleh sebab itu, menggali dampak dan implikasi dari tren ini menambah kontribusi baru untuk mempelajari budaya layar yang diperebutkan di Indonesia (Heryanto, 2014). Selain itu, adanya pembantahan atau ketidaksesuaian atas pernyataan tersebut juga dituangkan ke dalam media sosial serta wacana dan praktik *online* terkait telah dikembangkan. Upaya yang dilakukan untuk memperkuat identitas kolektif, nasional atau agama, dan untuk memperkuat atau mendefinisikan kembali peran ‘guru’ Pencak Silat sebagai otoritas yang dihormati dengan didukung oleh aplikasi media sosial. (Wilson I. D., 2002)

Selama abad ke-20 Pencak Silat sebagai senibela diri dan olahraga berkembang dan dikenalkan ke kancah dunia. Pencak Silat pertama kali diikutsertakan sebagai cabang olahraga (cabor) pada saat South East Asian (SEA) Games ke-14 tahun 1987 di Jakarta, yang kemudian rutin dihadirkan pada SEA Games berikutnya. Bahkan pada Asian Games 2018 di Jakarta, Indonesia, cabor Pencak Silat secara resmi dipertandingkan. Hingga kini, Pencak Silat telah diperkenalkan ke berbagai negara di dunia melalui The International Pencak Silat Federation atau Persekutuan Pencak Silat Antar Bangsa (Persilat). Kejuaraan dunia Pencak Silat sendiri rutin dilakukan oleh Persilat sejak pertama kalinya diselenggarakan, yaitu di luar Indonesia pada tahun 1986 di Wina, Austria.

Seiring dengan berkembang dan tersebarnya Pencak Silat di dunia dengan sudah banyaknya dikenal dan bahkan dipelajari di berbagai negara. Namun sayangnya peminatan dari akar rumput, khususnya dari generasi muda Indonesia, untuk mempelajari dan mengamalkan Pencak Silat semakin berkurang. Baik Pencak Silat sebagai seni kebugaran dan kesehatan raga dalam kehidupan sehari-hari maupun sebagai potensi kekuatan bangsa (*soft power*) dalam dunia internasional. Hal ini dapat dilihat dari semakin sedikit siswa yang memilih untuk mengikuti kegiatan olahraga Pencak Silat di dalam atau di luar kegiatan sekolahnya. Salah satu penyebabnya adalah terdapatnya citra bahwa Pencak Silat merupakan budaya Indonesia tradisonal yang berat, mistis dan rumit sehingga berlaku hanya bagi kalangan orang tertentu

saja. Selain itu, terdapat pula anggapan bahwa Pencak Silat sebagai suatu hal yang kuno dan ketinggalan jaman sehingga tak perlu dipertahankan. Lebih dari itu, ditambah dengan fakta bahwa penghargaan sebagai seorang peminat, pegiat, atlet dan aktivis dari budaya Pencak Silat tidak lebih dihargai daripada mereka dari budaya sejenis yang berasal dari luar negeri, seperti Judo dan Karate.

Berkenaan dengan masalah yang telah disampaikan, dirasa pentingnya meningkatkan kesadaran di kalangan masyarakat Indonesia sebagai bangsa pemilik asli akan kekuatan yang dimiliki Pencak Silat yang bukan hanya sebagai identitas Indonesia tetapi juga dapat dijadikan sebagai sumber *soft power diplomacy*. Melalui Pencak Silat identitas Indonesia akan diperhartikan dan kapabilitas kekuatan Indonesia akan diperhitungkan oleh masyarakat dunia. Oleh karena itu, dukungan dari masyarakat Indonesia untuk menjadikan Pencak Silat sebagai salah satu *soft power diplomacy* sangat diperlukan. Dukungan dapat dimulai dengan meningkatkan *awareness* melalui kegiatan sosialisasi akan apa yang dimiliki Pencak Silat dan manfaatnya yang dapat dihasilkan bagi negara Indonesia. Berkenaan dengan hal ini, Mahasiswa Universitas Padjadjaran dalam kerangka kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dibimbing oleh beberapa Dosen dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) menyelenggarakan kegiatan sosialisasi yang bertema “Sosialisasi Pencak Silat sebagai *Soft power* Indonesia” kepada siswa SMP 2 di Bandung sebagai sasaran.

2. Tinjauan Kepustakaan: Sosialisasi, Strategi Komunikasi, Pencak Silat dan Soft power

2.1. Sosialisasi

Sosialisasi, menurut Effendy (1999: 27) adalah penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat. Proses sosialisasi ini terjadi melalui interaksi sosial, yaitu hubungan antar- manusia yang menghasilkan suatu proses pengaruh-mempengaruhi (Susanto, 1999: 13). Suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu: (1) kontak sosial dan (2) komunikasi. Oleh karenanya, didalam proses sosialisasi selalu terjadi proses komunikasi (Soekanto, 1999: 71).

Komunikasi yang berkaitan dengan proses sosialisasi adalah komunikasi sosial. Komunikasi sosial merupakan suatu proses sosialisasi untuk menciptakan pencapaian stabilitas sosial, tertib sosial, penerusan nilai-nilai lama dan baru yang diagungkan oleh suatu masyarakat dipupuk, dibina dan diperluas. Melalui komunikasi sosial, masalah-masalah sosial dipecahkan

melalui konsensus (Bungin, 2006: 32). Tak jarang pula sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan gagasan-gagasan kepada masyarakat dengan asumsi bahwa masyarakat tersebut tidak mengetahui gagasan tersebut secara pasti. Kebaruan suatu ide atau gagasan tidaklah selamanya benar-benar baru, melainkan hanya karena dianggap baru oleh penerima (Arifin, 1994: 10).

Effendy (1999: 21) mengatakan komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, atau perencanaan atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati (Bungin, 2006: 31).

Menurut Effendy (1999: 32), strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda bergantung pada situasi dan kondisi. Sedangkan Arifin (1994: 10) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai suatu perencanaan komunikasi yang meliputi strategi dan manajemen perencanaan strategi menyangkut tindakan apa yang dilakukan, sedangkan perencanaan meliputi bagaimana hal-hal itu terjadi.

Perubahan merupakan hasil proses komunikasi yang tidak mungkin dielakan. Semua pihak berkomunikasi, mau tidak mau pasti mengalami perubahan, baik perubahan kecil maupun perubahan besar. Bahkan komunikasi dapat mengubah sama sekali citra seseorang atau kelompok mengenai dirinya sendiri maupun mengenai lingkungannya. Itulah sebabnya komunikasi memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam keseluruhan perubahan masyarakat atau perubahan sosial (Arifin, 1994: 10). Strategi komunikasi digunakan tidak cukup hanya dalam tahap kesadaran (*awareness*), tetapi bagitahap-tahap komunikasi lainnya, yaitu perubahan sikap (*attitude change*) dan perubahan perilaku (*behaviour changes*) pada seseorang atau lebih individu (Kennedy, 2006: 57).

2.2. Strategi Komunikasi

Secara umum, strategi diartikan sebagai perencanaan tindakan yang disusun berdasarkan tujuan dan kebijakan untuk mencapai tujuan itu sendiri. James Brian Quin, dalam bukunya yang berjudul *Strategies For Change: Logical Incrementalism*, seperti dikutip Grant, memberikan definis strategi berikut ini:

“Strategi merupakan suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tugastugas utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi yang diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh” (Grant, 1999 : 10).

Effendy (1999: 21) mengatakan komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perencanaan atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemaraha, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati (Bungin, 2006: 31).

Menurut Effendy (1999: 32), strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda bergantung pada situasi dan kondisi. Sedangkan Arifin (1994: 10) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai suatu perencanaan komunikasi yang meliputi strategi dan manajemen perencanaan strategi menyangkut tindakan apa yang dilakukan, sedangkan perencanaan meliputi bagaimana hal-hal itu terjadi.

Menyusun strategi komunikasi tidaklah mudah dikarenakan aktivitas komunikasi yang sangat kompleks. Banyak faktor yang harus diperhatikan dalam membuat strategi komunikasi, diantaranya adalah komponen-komponen dari aktifitas itu sendiri. Harold D.Laswell mendefinisikan komunikasi dengan pertanyaan-pertanyaan yang spesifik. Sementara jawaban-jawabannya merupakan komponen-komponen yang ada dalam sebuah aktivitas komunikasi. Rumusan pertanyaan tersebut dikenal dengan istilah Paradigma Laswell, yakni terdiri dari : (1) *Who?* (siapakah komunikatornya?), (2) *Says What?* (pesan apa yang dinyatakannya?), (3) *In which channel?* (media apa yang digunakannya?) (4) *To Whom?* (siapakah komunikannya ?), (5) *With what effect?* (efek apa yang diharapkan?) (Effendy, 2003: 301). Kelima hal tersebut adalah komponen dasar yang harus disusun dalam sebuah strategi komunikasi.

2.3. Pencak Silat

Pencak Silat merupakan suatu bentuk seni bela diri yang berasal dari suku asli Melayu yang mendominasi di wilayah Asia Tenggara. Dalam pengertian secara umum, seni bela diri Pencak Silat juga dapat dipahami sebagai cara di mana budaya dapat membangun pengalaman dan pemahaman akan tubuh manusia. Pencak Silat ini juga merupakan warisan nenek moyang dan menjadi suatu hal yang perlu dipertahankan dan disebarluaskan ke seluruh lapisan masyarakat terutama generasi muda. Berdasarkan sejarah dari perkembangan Pencak Silat itu sendiri, tidak hanya sebatas salah satu jenis dari beladiri saja, melainkan Pencak Silat juga dapat dipahami dan berfungsi sebagai sebuah seni, olahraga, dan juga pendidikan. Dari fungsi-fungsi tersebut dapat berkembang sesuai dengan tujuan dari para pelaku Pencak Silat tersebut baik itu akan ke arah seni, olahraga, ataupun pendidikan.

Menurut Notosoejitno (1997: 34) mengatakan, Pencak Silat adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan ribuan pribumi melawan gaya yang ada di seluruh Malay Archipelago, yang meliputi Indonesia, Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, Thailand Selatan dan Filipina Selatan. Namun, jika dilihat perkembangannya saat ini, Pencak Silat sudah mulai menarik banyak peminatnya yang berlaku di semua kalangan. Kesenian warisan budaya bangsa yang satu ini yaitu Pencak Silat sudah tersebar di berbagai daerah mulai dari pedesaan, perkotaan, bahkan di sekolah-sekolah sekarang ini sudah ada ekstrakurikuler Pencak Silat. (Notosoejitno, 1997)

Istilah Pencak Silat sendiri di Indonesia pertama kali dipilih sebagai istilah pemersatu untuk seni bela diri pribumi di kongres perdana Asosiasi Pencak Silat Indonesia pada tahun 1948, dan menjadi gabungan dari dua kata bahasa Indonesia yang paling umum digunakan untuk teknik pertahanan diri. Disamping itu, apa yang kemudian diidentifikasi sebagai Pencak Silat dikenal dengan berbagai nama daerah seperti silek (Sumatera Barat), mancak (Bali) dan pencak (Jawa Tengah dan Timur). Namun, di Jawa Barat, Pencak Silat sering disebut dengan nama *maenpo*, *ameng*, *ulin*, *usik* dan *penca*. Sedangkan, saat ini penggunaan kata ‘pencak’ dan ‘silat’ seringkali diinterpretasikan sebagai suatu hal yang mengacu pada aspek yang berbeda dari praktik yang sama. Menurut Mohammad Djoemali, yang merupakan salah satu pendiri IPSI:

“Pencak adalah gerakan menyerang dan bertahan dalam bentuk tarian ritmik yang dilakukan sesuai dengan kebiasaan tradisional, yang biasanya dilakukan di depan

umum. Silat adalah esensi dari pencak, pengetahuan tentang perkelahian atau pertahanan diri yang tidak dapat dilakukan di depan umum.” (Djoemali, 1959)

Penafsiran lain dari dua istilah yang umum di Jawa Barat yang menempatkan penekanan pada sosial adalah bahwa 'pencak' memiliki arti “metode mendidik” sedangkan 'silat' berarti “persahabatan”. Berdasarkan pengertian tersebut, tujuan utama dalam melakukan Pencak Silat adalah untuk mengedukasi tentang bagaimana memiliki kehidupan yang harmonis dengan orang lain.

Pencak Silat tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai bela diri tetapi juga tari, musik, pembelajaran agama, mistisisme, olahraga, dan aturan perilaku pribadi. Hal-hal tersebut adalah praktik budaya yang integratif dan beragam. Dalam hal ini, Razha Rashid mendefinisikan Pencak Silat sebagai berikut:

“Pencak Silat merupakan satu perangkat prosedur dan praktik yang digambarkan cukup baik untuk mencapai suatu kehormatan melalui penguasaan dari ideologi yang bertentangan, ketangkasan dengan kerendahan hati, kekuatan fisik dengan keanggunan gaya, harga diri di tengah-tengah provokasi dan kemarahan.” (Razha, 1990)

Terlepas dari perkembangan dalam memodifikasi seni bela diri Pencak Silat dalam standar nasional dan internasional, variasi dan inovasi lokal terus bermunculan. Keragaman bentuk, praktik, dan tradisi yang membentuk dunia silat tidak bisa dilebih-lebihkan. Bentuk Pencak Silat sangat bervariasi. Menurut IPSI, Pencak Silat dapat dikategorikan ke dalam empat bidang, yakni; bela diri, olahraga, seni dan dimensi spiritual dan psikologis disebut sebagai mental-spiritual. Gaya atau aliran tertentu dapat menempatkan penekanan pada satu atau lebih dari masing-masing aspek, yang mengartikulasikan hubungan tertentu ke tubuh.

Salah satu elemen yang dapat diidentifikasi sebagai umum di seluruh budaya Pencak Silat adalah hubungan antara guru dan siswa. Guru adalah seseorang yang menjadi sumber ilmu pengetahuan dalam budaya Pencak Silat. Pencak Silat seringkali diajarkan dalam lembaga yang dikenal dengan sebutan ‘perguruan’, turunan dari kata guru. Perguruan dapat bervariasi dari segelintir siswa yang tinggal di dekat guru mereka, hingga organisasi besar tingkat nasional dengan struktur administrasi yang rumit. (Wilson I. D., 2002)

2.4. Soft power

Power merupakan hal yang penting di dunia internasional. Dengan memiliki *power*, sebuah negara bisa mendapatkan hasil yang diinginkannya. Joseph Nye (2004) menjelaskan *power* sebagai “*the ability to influence the behaviour of others to get the outcomes one wants*” (2).

Lebih lanjut, Nye menjelaskan bahwa power tidak hanya berupa perintah dan paksaan. *Power* lebih dapat dirasakan ketika kita dapat membuat pihak lain melakukan hal yang tidak diinginkannya jika tidak mendapat pengaruh dari kita. *Power* dapat berubah bahkan hilang ketika konteksnya berubah (Nye, 2004). Misalnya, seorang anak yang berkuasa di tempat bermain dan dapat memerintah teman-temannya dapat kehilangan *power*-nya di dalam kelas. *Power* selalu dipengaruhi oleh konteks suatu hubungan. *Power* dihasilkan oleh sumber-sumber *power*. Akan tetapi, memiliki banyak sumber *power*, atau *power resources*, tidak menjamin kita bisa mendapatkan hasil yang kita inginkan.

Sumber *power* bukan uang yang bisa langsung ditukar dengan barang yang diinginkan. Sumber yang satu dapat menghasilkan *power* yang dibutuhkan untuk menyelesaikan satu masalah, tapi mungkin tidak dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah lainnya. Memiliki sumber *power* yang tepat juga tidak menjamin kita bisa mendapatkan hasil yang diinginkan, terutama jika kita tidak paham betul cara untuk menggunakannya. *Power* lebih dikenal dengan adanya perintah dan paksaan dari suatu pihak ke pihak lain agar pihak pertama mendapatkan hasil yang diinginkannya. Adanya perintah dan paksaan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan disebut dengan *hard power*. *Hard power* berkaitan erat dengan “*inducements* (“*carrots*”) or *threats* (“*sticks*”)” (Nye, 2004, 5). *Carrot* adalah imbalan, dan *stick* adalah ancaman.

Dengan menggunakan *hard power*, kita mendapatkan keinginan kita dengan mengiming-imingi pihak lain dengan suatu imbalan jika melakukan hal yang kita inginkan, atau mengancam pihak lain tersebut jika mereka tidak mau melakukan hal yang dapat membantu kita mendapatkan hal yang kita inginkan. Untuk mendapatkan keinginannya, suatu negara dapat memberikan imbalan, misalnya bantuan ekonomi, atau melancarkan ancaman, misalnya mengancam akan melakukan embargo ekonomi atau serangan militer. Namun, Nye menjelaskan bahwa ada cara lain untuk mempraktekan *power* selain dengan memerintah, memberi imbalan, dan memaksa, yaitu dengan memikat (*attraction*). Dengan ‘menebarkan pesona’, kita dapat membuat orang lain membenarkan pandangan kita dan akhirnya setuju dengan pendapat kita. Jika pihak lain setuju, maka kita dapat mendapatkan apa yang kita inginkan tanpa harus memerintah ataupun memaksanya. Kemampuan untuk memikat pihak lain ini disebut *Soft power* oleh Nye.

Nye mendefinisikan *soft power* sebagai “*the ability to get what you want through attraction rather than through coercion or payments*”. *Soft power* berdasarkan pada kemampuan membentuk preferensi orang lain (Nye, 2004). Dalam membuat keputusan, kita

harus membuat peraturan yang ramah dan menarik sehingga masyarakat mau membantu kita untuk mencapai tujuan bersama. Kemampuan untuk membentuk preferensi orang lain ini cenderung dikaitkan dengan aset-aset yang tak terlihat, seperti kepribadian yang menarik, budaya, nilai dan institusi politis, dan kebijakan-kebijakan yang terlihat didasarkan pada hukum yang benar dan memiliki otoritas moral.

Soft power tidak sama dengan pengaruh (*influence*). *Influence* bisa didapat dari ancaman dan pembayaran. *Soft power* juga tidak hanya berupa kemampuan untuk berargumentasi sehingga orang lain setuju dengan pendapat kita, tetapi juga kemampuan untuk menarik (*to attract*). Ketertarikan dapat membuat seseorang meniru orang lain. Jika kita memengaruhi orang lain tanpa ada ancaman atau syarat pertukaran di dalamnya, maka kita sedang menggunakan *soft power*. *Soft power* bekerja dengan alat yang berbeda (bukan kekuatan atau uang) untuk menghasilkan kerja sama, yaitu daya tarik dalam nilai yang dianut bersama dan keadilan, serta kewajiban untuk berkontribusi dalam pencapaian nilai-nilai tersebut.

Soft power bersumber salah satunya adalah pada budaya. Budaya adalah “*the set of values and practices that create meaning for a society*” (Nye, 2004). Budaya dalam konteks ini tidak selalu *high culture* yang menarik untuk kalangan elit, tetapi juga budaya populer yang lebih berupa hiburan. Ketika budaya suatu negara mengandung nilai-nilai universal dan kebijakannya memperlihatkan nilai-nilai dan kepentingan-kepentingan yang juga dimiliki pihak lain, negara tersebut dapat meningkatkan kemungkinan untuk bisa diduplikasinya hasil yang diinginkannya karena hubungan antara daya tarik dan kewajiban yang diciptakannya. Banyak yang menyimpulkan bahwa budaya pop pasti menghasilkan *soft power*, meskipun tidak selalu demikian. Budaya pop dapat menghasilkan *soft power* pada konteks yang tepat, seperti halnya sumber *power* yang lain. (Nye, 2004)

3. Metode Pelaksanaan Sosialisasi

Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi dan Pembentukan Citra Baru Pencak Silat sebagai *Soft power* Indonesia dilakukan jauh hari sebelum pelaksanaan acara. Hal tersebut bertujuan untuk terbentuknya strategi komunikasi yang maksimal pada saat pelaksanaan acara. Dalam penyusunan strategi komunikasi yang akan dilaksanakan, digunakan paradigma yang diungkapkan oleh Laswell yang berbunyi *who says what in which channel to whom with what effect*. *Who* adalah Strategi Komunikator, *What* berupa Strategi Pesan dan Strategi Khalayak, serta *How* adalah Strategi Media

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan apa yang telah diuraikan sebelumnya, keadaan Pencak Silat di Indonesia saat ini memang masih tergolong eksis, namun baru sebatas sebagai olahraga maupun budaya yang hanya dapat dinikmati oleh segelintir orang, seperti budayawan maupun atlet seni bela diri Pencak Silat. Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan dokumen yang telah dilakukan, terdapat beberapa fakta yang ditemukan mengenai bagaimana kondisi Pencak Silat di Indonesia saat ini. Pencak Silat saat ini memang hanya dikenal sebagai budaya dan seni olah raga bela diri, namun ternyata di balik semua itu, Pencak Silat memiliki manfaat lain bagi kemajuan bangsa Indonesia, yaitu dapat digunakan sebagai *soft power diplomacy*.

4.1. Karakteristik SMP Negeri 2 Kota Bandung sebagai kelompok sasaran

Pendidikan adalah salah satu cara yang berperan menyiapkan sumber daya manusia. Sejalan dengan perkembangan zaman, tantangan yang dihadapi sistem pendidikan semakin meningkat baik dari segi kualitas, kuantitas maupun relevansinya. Kegiatan sosialisasi berupa *workshop* yang dilaksanakan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Bandung dilaksanakan dengan tujuan untuk memperkenalkan manfaat lainnya dari Pencak Silat yang tak hanya sebatas seni bela diri dan budaya saja. SMP Negeri 2 Kota Bandung dipilih sebagai lokasi pelaksanaan sosialisasi tersebut. Dalam rangka meningkatkan kesadaran dan juga ketertarikan terhadap siswa-siswi SMP Negeri 2 Kota Bandung yang merupakan sebagai bagian kecil dari generasi muda di Indonesia, untuk ikut melestarikan warisan budaya yakni salah satunya adalah dengan mempelajari seni bela diri Pencak Silat.

SMP Negeri 2 Kota Bandung mulai didirikan sekitar tahun 1950 yang berlokasi di Jalan Sumatera, Kota Bandung. SMP Negeri 2 Kota Bandung cukup terkenal dengan keaktifannya di bidang non-akademik khususnya olahraga. Telah banyak prestasi yang dihasilkan oleh siswa-siswi SMP Negeri 2 Kota Bandung baik itu di tingkat regional, nasional, maupun internasional dalam berbagai macam ekstrakurikuler yang ada di sekolah tersebut.

Disamping itu, SMP Negeri 2 Kota Bandung memiliki keunggulannya tersendiri dalam bidang olahraga. Oleh karenanya, bagi siswa-siswi yang berprestasi dalam bidang olahraga akan memiliki keuntungan yang biasa disebut dengan 'jalur prestasi' dalam memasuki sebuah sekolah. Namun, tidak semua sekolah membuka kesempatan untuk jalur prestasi tersebut. Maka dari itu, SMP Negeri 2 Kota Bandung merupakan target sasaran yang sangat tepat untuk para peneliti melakukan observasinya baik itu melalui sosialisasi atau sebagainya terkait permasalahan dalam bidang olahraga atau hal-hal non-akademik lainnya.

Gambar 1. Siswa dan Dewan Guru SMP Negeri 2 Kota Bandung, beserta Tim PKM Universitas Padjadjaran pada kegiatan Sosialisasi Pencak Silat sebagai *Soft Power* Indonesia, pada 3 Mei 2018.



4.2. Pelaksanaan Sosialisasi dan Pembentukan Citra Baru Pencak Silat sebagai *Soft power* Indonesia

Pelaksanaan sosialisasi kepada Siswa SMP Negeri 2 Bandung berdasarkan strategi komunikasi yang telah disusun dalam masa persiapan, yaitu: *Who*: Strategi Komunikator; *What*: Strategi Pesan dan Strategi Khalayak; serta *How*: Strategi Media. Pelaksanaan sosialisasi ini dilaksanakan di ruang aula yang bertempat di Sekolah tersebut pada bulan Mei 2018.

4.2.1. *Who*: Strategi Komunikator

Dalam kegiatan sosialisasi, semua pihak yang tergabung dalam tim PKM Universitas Padjadjaran mengenai sosialisasi Pencak Silat sebagai *Soft power* Indonesia menjadi sumber yang akan menyampaikan sosialisasi kepada kelompok sasaran yang akan dibagi sesuai dengan bidang keilmuan masing-masing, atau sesuai dengan fakultas masing-masing. Sejalan dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing pihak serta peran dan tanggungjawabnya dalam kelompok tersebut serta bidang ilmunya masing-masing, maka masing-masing individu berperan untuk menyampaikan informasi yang berkenaan dengan *soft power* Pencak Silat kepada pihak luar atau kelompok sasaran.

Mekanisme kerja yang disusun dalam kelompok tersebut tentunya dipermudah dengan pembagian tugas masing-masing sehingga akan mempermudah koordinasi dalam tahap penyusunan strategi komunikasi yang nantinya akan disampaikan kepada kelompok sasaran. Dalam hal ini, dibentuk tim pengelola acara atau *event organizer* yang bertugas untuk mengatur dan menyusun jalannya acara sosialisasi Pencak Silat sebagai *soft power* dari awal hingga akhir

pelaksanaan acara. Anggota kelompok lainnya yang tidak menjadi bagian dari tim *event organizer* kemudian menjadi tim materi yang bertugas untuk mencari sumber informasi akurat dan komprehensif mengenai informasi-informasi yang nantinya akan disampaikan. Penyusunan informasi tersebut sangat diperlukan karena kelompok sasaran yang nantinya akan mendapatkann informasi tersebut memerlukan pemahaman yang cukup terkait Pencak Silat dan *soft power*, mengingat kelompok sasaran yang belum terlalu mengenal istilah-istilah keilmuan yang cukup sulit memberikan tantangan lebih untuk penyusunan informasi oleh komunikator agar lebih mudah untuk dipahami.

Gambaran terkait pembagian kerja kelompok dan peran masing-masing anggota sebagai sumber informasi dan apa yang akan disampaikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Pembagian kerja komunikator dan Jenis informasi yang disampaikan

Nama	Bidang Ilmu	Peran	Jenis informasi
Candra Muhammad Fajar	Komunikasi	<i>Event organizer</i> dan <i>master of ceremony</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penyusunan konsep serta strategi acara dan penyampaian pesan • Pengantar dan kesimpulan terkait informasi yang disampaikan dalam keseluruhan sosialisasi.
Assyfa Narulita	Hubungan Internasional	Penceramah	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian <i>soft power</i> • Contoh strategi <i>soft power</i> yang telah berhasil • Manfaat <i>sfot power</i> • Strategi <i>soft power</i> yang dapat diterapkan
Reannissa NSR, Lidia Azhari, Raffie	Komunikasi	Konseptor media komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Visualisasi pengenalan Pencak Silat • Visualisasi historis dan realitas Pencak Silat
Fita Nur Hania	Alam dan Budaya	Penceramah	<ul style="list-style-type: none"> • Penjelasan mengenai budaya Pencak Silat yang berkaitan dengan alam • Penyampaian keunikan Pencak Silat disbanding budaya lainnya
Della Sriwanty, Afan Maulana	Kedokteran/Kesehatan	Penceramah	<ul style="list-style-type: none"> • Manfaat Pencak Silat bagi kesehatan • Manfaat Pencak Silat selain kebugaran tubuh
Reza R, Irlandi Irfiandri	Hukum dan Adat	Penceramah	<ul style="list-style-type: none"> • Hukum adat terkait budaya Pencak Silat • Pengakuan dunia terhadap Pencak Silat

			<ul style="list-style-type: none"> • Pencak Silat sebagai budaya asli Indonesia • Pengakuan UNESCO atas Pencak Silat
Syahrul	Ekonomi dan Pembangunan	Penceramah	<ul style="list-style-type: none"> • Peluang Pencak Silat sebagai <i>soft power</i> • Perkembangan ekonomi yang dapat terjadi sebagai hasil dari Pencak Silat jika menjadi <i>soft power</i> Indonesia • Contoh Negara ekonomi maju dan strategi <i>soft power</i> yang digunakannya
Perisai Diri Unpad	Seni dan Olah raga Bela Diri Pencak Silat	Peraga Gerak Pencak Silat	<ul style="list-style-type: none"> • Visualisasi gerakan Pencak Silat sebagai bagian dari seni, budaya, dan olah raga/kesehatan

Berdasarkan pada Tabel 1 di atas, kemudian dapat disimpulkan bahwa masing-masing komunikator atau unsur yang tergabung dalam kelompok PKM Sosialisasi Pencak Silat sebagai *soft power* Indonesia menempati pembagian kerja sesuai bidang keilmuannya yang spesifik serta mempunyai tugas dan kewajibannya masing-masing, sesuai dengan jenis informasi yang dapat disampaikannya. Pertimbangannya mengapa terjadi pembagian seperti itu dikarenakan agar informasi yang nantinya disampaikan kepada kelompok sasaran dapat sesuai tujuan, dikarenakan komunikator yang menyampaikan pesan memahami dengan jelas dan komprehensif informasi yang akan disampaikannya karena sesuai dengan bidang keilmuannya masing-masing. Hal tersebut dilakukan sehingga akan meminimalisir adanya kesalahpahaman dalam penyampaian informasi dari komunikator terhadap kelompok sasaran.

4.2.2. What: Strategi Pesan dan Strategi Khalayak

Sosialisasi Pencak Silat sebagai *soft power* Indonesia merupakan langkah awal terbentuknya citra baru Pencak Silat sebagai *soft power* dan untuk meningkatkan *awareness* akan adanya manfaat di balik Pencak Silat yang selama ini hanya dikenal sebagai warisan budaya dan seni bela diri. Fokus atau informasi yang lebih banyak dibahas atau disampaikan pada kegiatan sosialisasi adalah untuk meningkatkan *awareness* terlebih dahulu, dikarenakan dengan adanya kesadaran dari kelompok sasaran akan dapat mengubah behavioral dan tentunya menyebarkan informasi yang diterima karena tertarik akan informasi apa yang disampaikan.

Kesadaran kelompok sasaran akan pentingnya dampak *soft power* yang dapat dihasilkan melalui Pencak Silat, akan tumbuh dengan baik jika mereka mendapatkan informasi yang lengkap, akurat, dan mudah dipahami baik itu tentang Pencak Silat secara historis dan berbagai

peluangnya, maupun tentang *soft power diplomacy*. Di sisi lain, penerimaan dan pemahaman kelompok sasaran terhadap berbagai informasi yang disampaikan sangat berkaitan dengan tingkat pendidikan, nilai dan norma yang diyakini, pengetahuan, serta status sosial, dan kondisi lingkungan. Hal itu menjadikan informasi yang harus disampaikan berupa informasi yang mudah dimengerti, namun tetap dengan informasi-informasi yang lengkap. Karakteristik siswa dan siswi SMP Negeri 2 Kota Bandung yang saat ini sudah mengenal Pencak Silat tentunya akan lebih mudah untuk menyerap dasar-dasar informasi yang disampaikan terkait Pencak Silat, sehingga tidak perlu banyak lagi membahas mengenai informasi dasar Pencak Silat seperti perguruan-perguruan yang ada, asal muasal atau historis, dan sejenisnya. Dukungan pihak sekolah mengenai Pencak Silat pun tentunya akan dapat berpengaruh terhadap keberhasilan penyampaian informasi, karena dengan adanya dukungan mengenai Pencak Silat dari pihak sekolah akan lebih memudahkan peningkatan kesadaran siswa dan siswi tersebut.

Dalam kegiatan sosialisasi, *branding* Pencak Silat sebagai *soft power* adalah siswa dan siswi kelas menengah SMP Negeri 2 Kota Bandung yaitu siswa dan siswi yang sedang duduk di bangku kelas VIII atau kelas 2 SMP. Hal tersebut dikarenakan siswa siswi kelas VIII sedang akan naik ke kelas IX yang tentunya mempersiapkan pendidikan ke jenjang SMA, sehingga dengan penyampaian informasi terkait Pencak Silat pada siswa siswi SMP usia kelas VIII, sedikit banyaknya akan mengubah cara pandang mereka terhadap Pencak Silat dan jika mereka tertarik, diharapkan akan menekuni bidang Pencak Silat sebagai pilihan bidang yang akan ditekuninya di masa SMA nanti.

Jika pemahaman tentang Pencak Silat sudah cukup, namun pemahaman yang kurang dimiliki oleh kelompok sasaran adalah pemahaman mengenai *soft power* itu sendiri. Selama ini, mereka hanya mengetahui Pencak Silat adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang saat ini menjadi seni olah raga bela diri yang diperlombakan, dan mereka mengetahui bahwa ada beberapa temannya yang mengikuti perlombaan Pencak Silat tersebut. Setidaknya hal tersebutlah yang didapatkan saat bertemu dengan siswa siswi kelas VIII SMP Negeri 2 Kota Bandung saat hari pelaksanaan sosialisasi.

Atas dasar kondisi dan karakteristik kelompok sasaran yang telah disebutkan sebelumnya, kemudian digunakanlah strategi penyusunan pesan yang disampaikan pada saat pelaksanaan sosialisasi yaitu berupa pemilihan topik besar informasi yang disampaikan, antara lain adalah (1) apa itu *soft power*, (2) apa hubungan Pencak Silat dengan *soft power*, (3) bagaimana Pencak Silat dapat bermanfaat sebagai *soft power*, (4) dampak apa yang dapat dihasilkan oleh Pencak Silat jika dijadikan sebagai *soft power* Indonesia, (5) peluang Pencak

Silat sebagai *soft power* Indonesia, (6) strategi diplomasi *soft power* yang dapat dilakukan, (7) dukungan yang dibutuhkan untuk menjadikan Pencak Silat sebagai strategi *soft power* Indonesia yang berhasil.

Pada saat pelaksanaan sosialisasi, topik-topik tersebut kemudian disampaikan dengan metode penyampaian yang lebih menarik dengan dukungan berbagai media dan strategi seperti pemberian *doorprize* dan *games* yang disisipkan saat pemberian materi tersebut, agar lebih mudah dipahami oleh kelompok sasaran. Selain itu, topik-topik tersebut disampaikan dengan komunikasi secara dua arah, yang mana khalayak sasaran dengan bebas memberikan pendapat atau bertanya saat pemberian materi berlangsung demi mempermudah pemahaman, dan memperoleh hasil yang optimal sehingga meningkatnya *awareness* kelompok sasaran.

4.2.3. How: Strategi Media

Sosialisasi Pencak Silat sebagai *soft power* Indonesia di SMP Negeri 2 Kota Bandung dilakukan dengan menggunakan cara yang beragam dan menggunakan berbagai bentuk media komunikasi. Penggunaan media komunikasi yang beragam tersebut serta penentuan penggunaan media atau bentuk medianya pun disesuaikan dengan kelompok sasaran, dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi kelompok tersebut.

Bentuk kegiatan yang dilakukan dalam sosialisasi tersebut antara lain yaitu penyuluhan atau ceramah terkait *soft power* dan Pencak Silat serta peragaan gerak Pencak Silat sebagai tambahan. Bentuk kegiatan tersebut ditujukan untuk membangun kesadaran atau *awareness* siswa dan siswi SMP Negeri 2 Kota Bandung akan pentingnya manfaat Pencak Silat jika dijadikan sebagai *soft power* Indonesia. Hal ini merupakan hasil atas pertimbangan dari diperlukannya dukungan masyarakat Indonesia khususnya remaja sebagai generasi muda untuk mendukung eksistensi Pencak Silat di Negara asalnya sendiri yaitu di Indonesia.

Menurut salah satu guru mata pelajaran Pendidikan Jasmani dan Kesehatan atau Penjaskes di SMP Negeri 2 Kota Bandung¹, sekolah mereka mendukung penuh terkait Pencak Silat jika dijadikan sebagai *soft power* Indonesia karena menurutnya hal tersebut akan menjadi salah satu manfaat yang besar bagi kemajuan bangsa Indonesia dan eksistensinya. Sekolah mereka pun sangat mendukung kegiatan olah raga Pencak Silat, terbukti dengan diraihnya juara satu atau medali emas Olimpiade Olah Raga Siswa Nasional (O2SN)² tingkat Sekolah Menengah Pertama, kategori Tunggal Pencak Silat. Atas raihan prestasi tersebut, menjadikan SMP Negeri 2 Bandung memberikan atensi yang lebih besar bagi pihak sekolah, dan berharap

¹ Berdasarkan penyampaian sambutan saat pelaksanaan acara, 3 Mei 2018

² Olimpiade olah raga yang diadakan khusus untuk siswa SD, SMP, dan SMA

dapat menjadi contoh bagi sekolah lainnya untuk mendukung penuh kegiatan siswa-siswinya termasuk dalam Pencak Silat, karena bukan hanya kompetisi dan olah raga namun juga untuk melestarikan budaya bangsa.

Pada sosialisasi yang diadakan pada 3 Mei 2018 lalu, informasi terkait prestasi dalam Pencak Silat pun ditayangkan dalam bentuk video yang berisi infografis prestasi dan keuntungan dalam Pencak Silat yang bisa didapatkan oleh kelompok sasaran sebagai siswa dan warga Negara Indonesia. Hal tersebut menjadi salah satu strategi media yang dilakukan, karena dengan adanya dukungan audio visual akan lebih menarik atensi dari kelompok sasaran yang merupakan siswa Sekolah menengah Pertama. Video atau informasi melalui audio visual disusun dan dibentuk semenarik mungkin dari segi audio maupun visualnya. Jenis informasi yang disampaikan melalui video pada sosialisasi tersebut bukan hanya video mengenai informasi yang berisi prestasi dan manfaat Pencak Silat.

Media komunikasi berbentuk audio visual atau video lainnya yang disampaikan yaitu video mengenai sejarah Pencak Silat di Indonesia dan dunia internasional dari masa ke masa, serta keunikan Pencak Silat yang bukan hanya dapat dipelajari oleh manusia tetapi juga oleh hewan. Video unik untuk meraih atensi dari kelompok sasaran tersebut yaitu video yang berisikan Pencak Silat hewan Domba atau yang kerap dikenal sebagai Adu Domba khas Garut yang di dalamnya banyak mengandung gerakan-gerakan khas Pencak Silat tradisional. Hal tersebut pun berhasil meraih atensi dari kelompok sasaran terbukti dari banyaknya pertanyaan yang muncul atas rasa penasaran dan ketertarikan mereka terhadap informasi yang mereka terima.

Kegiatan komunikasi lain yang dilakukan dalam sosialisasi tersebut adalah melalui komunikasi visual yang merupakan bagian dari konten penyuluhan berbentuk ceramah yang menggunakan *slide* dan berbagai infografis untuk memudahkan penyampaian informasi bagi kelompok sasaran.

Tabel 2.
Jenis Pesan, Bentuk Kegiatan, dan Pendekatan/Media Komunikasi dalam Sosialisasi

Jenis Pesan	Bentuk Kegiatan	Media Komunikasi
Penjelasan mengenai <i>soft power</i>	Penyuluhan	Infografis, Komunikasi verbal
Berbagai jenis, bentuk, dan keunikan Pencak Silat	Pelatihan dan Penyuluhan	Infografis, Media audio visual, Komunikasi Kelompok, Peragaan gerak
Manfaat Pencak Silat	Penyuluhan	Infografis, media audio visual, komunikasi verbal
Prestasi Pencak Silat	Penyuluhan	Infografis, media audio visual
Kesempatan Pencak Silat sebagai <i>soft power</i>	Penyuluhan	Infografis, media audio visual, komunikasi verbal, komunikasi kelompok

Berdasarkan berbagai jenis media yang digunakan pada sosialisasi Pencak Silat sebagai *soft power* Indonesia, dapat dijelaskan bahwa media komunikasi atau pendekatan yang digunakan dalam sosialisasi benar-benar dipertimbangkan oleh tim/kelompok PKM Universitas Padjadjaran, untuk disesuaikan dengan kelompok sasaran yaitu siswa SMP Negeri 2 Kota Bandung. Strategi media yang digunakan ini menjadi bahan utama penyampaian pesan agar informasi tersampaikan dengan baik dan mudah dipahami, sehingga kegiatan sosialisasi akan menjadi lebih efektif dan memperoleh hasil yang lebih optimal.

5. Simpulan

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi Pencak Silat sebagai *soft power* Indonesia dengan penyusunan strategi komunikasinya didasarkan pada hasil analisis data situasi yang berupa karakteristik kelompok sasaran, informasi yang dibutuhkan, tujuan yang ingin dicapai, peluang yang tersedia, serta kondisi dan historis Pencak Silat di Indonesia. Beberapa hal tersebut menjadi pertimbangan untuk penyusunan strategi komunikasi yang terdiri dari strategi komunikator, strategi pesan dan khalayak, serta strategi media.

Dalam sosialisasi ini, komunikator yang terlibat adalah kelompok PKM Universitas Padjadjaran yang dibentuk dan bekerja sesuai dengan perannya masing-masing yang didasarkan pada bidang ilmu yang dimiliki dan dipelajari, begitu pula informasi yang disampaikan guna mencapai keefektifan penyampaian informasi. Informasi yang akan disampaikan disusun dan dibentuk dengan cara yang menarik yaitu melalui penyampaian materi dengan menggunakan media komunikasi yang beraga, serta bahasa yang mudah dipahami oleh siswa SMP Negeri 2 Kota Bandung. Selain penyampaian informasi berupa penyuluhan, informasi juga disampaikan dalam bentuk audio visual sebagai strategi media dalam sosialisasi Pencak Silat sebagai *soft power* Indonesia di SMP Negeri 2 Kota Bandung.

Hal yang dapat disarankan untuk sosialisasi sejenis lainnya adalah dengan menggunakan atau menambahkan komunikator yang dapat memberikan *influence* yang lebih tinggi terhadap kelompok sasaran, seperti atlet nasional Pencak Silat serta pihak-pihak lainnya yang dapat menjadikan Pencak Silat yang digunakan sebagai *soft power* menjadi lebih menarik dalam pandangan kelompok sasaran. Penggunaan komunikator tersebut adalah untuk mencapai keefektifan informasi dan tingkat kesadaran kelompok sasaran sebagai hasil yang diharapkan dari sosialisasi tersebut lebih tinggi.

Daftar Pustaka

- Arifin, A. (1994). Strategi Komunikasi. Bandung: CV Amrico.
- Djoemali, M. (1959). Pentjak Silat diteropong dari sudut Kebangsaan Indonesia. Yogyakarta: Seksi Pentjak/Silat Bagkes Djakb. Kem. P.P. dan K.
- Draeger, D. F. (2001). The Weapons and Fighting Arts of Indonesia.
- Effendy, O. U. (1999). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Farrer, D. (2014). Introduction: Cross-Cultural Articulations of War Magic and Warrior Religion. In: Social Analysis (Berghahn Journals), 58.
- Grave, D. (2014). Javanese Kanuragan Ritual Initiation. A Means to Socialize by Acquiring Invulnerability, Authority, and Spiritual Improvement. In: Social Analysis (Berghahn Journals), 47-66.
- Heryanto, A. (2014). Identity and Pleasure. The Politics of Indonesian Screen Culture. Singapore: NUS Press.
- Maryono, O. (1999). Pencak Silat in the Indonesian Archipelago . RAPID Journal.
- Notosoejitno. (1997). Khazanah Pencak Silat. Jakarta: Sagung Seto.
- Nye, J. (2004). Soft Power – The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs.
- Razha, R. (1990). Martial Arts and the Malay Superman', in Wazir Jahan Karim (Ed.), Emotions of Culture: A Malay Perspective. New York: Oxford University Press.
- Wilson, I. D. (2002). The Politics of Inner Power: The Practice of Pencak Silat in West Java. School of Asian Studies Murdoch University Western Australia.
- Wilson, L. (2015). Martial Arts and the Body Politic in Indonesia. Leiden: Brill.