

**PENGELOLAAN M BLOC SPACE SEBAGAI RUANG KREATIF SENI
DI JAKARTA**

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Menyelesaikan Jenjang Pendidikan
S-2 Program Magister Tata Kelola Seni



Diajukan oleh :

SHERLYTA SEFTIANDY

2020188420

PROGRAM PASCASARJANA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2022

INTISARI

Dalam mewujudkan suatu ruang kreatif seni yang bermutu tentunya dibutuhkan suatu manajemen yang baik. Manajemen yang baik itu tentunya mengacu pada fungsi-fungsi manajemen itu sendiri, dimana fungsi-fungsi yang dimaksudkan tidak lain adalah *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (POAC). Salah satu faktor untuk bisa mencapai tujuan adalah memerhatikan sisi organisasi. Dalam hal ini ruang kreatif M Bloc Space mengupayakan agar sumber daya manusia itu bekerja sesuai dengan peran pekerjaannya dan mampu bekerja secara lebih optimal dalam upaya pengelolaan yang baik demi tercapainya tujuan organisasi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai pengelolaan ruang kreatif seni dari tinjauan teori fungsi manajemen yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, *controlling*, serta melihat dari sisi fungsi ruang kreatif seni dan dampak ruang kreatif seni yang selama ini dijalankan oleh M Bloc Space.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif di dengan subjek 3 orang informan. Menggunakan teknik pengumpulan data yaitu, observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan cara non-statis/tidak menggunakan angka, dan penulis membuat gambaran kompleks, laporan terinci dari pandangan responden secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang kreatif M Bloc Space menerapkan teori fungsi manajemen sebagai bentuk pengelolaan. Dari keempat elemen teori fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan hanya 2 yang difokuskan M Bloc Space saat ini yaitu pengorganisasian dan pengawasan sebagai salah satu peninjau kerja organisasi pada ruang kreatif tersebut.

Kata Kunci : *Pengelolaan, Ruang Kreatif Seni, Manajemen Organisasi, Fungsi Manajemen*

ABSTRACT

Creating a quality creative space of art absolutely needs good management. This good management certainly refers to its functions itself, and the functions intended are planning, organizing, actuating, and controlling (POAC). One of the factors to achieve goals is to pay attention to the organizational side. In this case, the creative space M Bloc Space makes an effort so as to human resources can work as their job roles and they are able to work optimally in good management effort in order to achieve organizational goals. This research conducted to find out more about the management of creative space of art from the theory review of the management functions, which are planning, organizing, actuating, controlling, and also to see from another side of the functions and the impacts on the creative space of art that has been run for all this time by M Bloc Space.

The method used in this research is descriptive-qualitative research method with 3 informants as subjects. Data collection techniques used are observation, documentation, and depth interview with non-static method/not using numbers, the researcher subsequently makes a complex interpretation, and detailed reports from the perspectives of the respondents descriptively.

The result of the research shows that the creative space M Bloc Space has implemented the theory of management functions as a form of management. There are only two of four elements of the theory of managements functions that M Block Space is currently focusing on, which are organizing and controlling as one of the reviewers of organizational performance in the creative space.

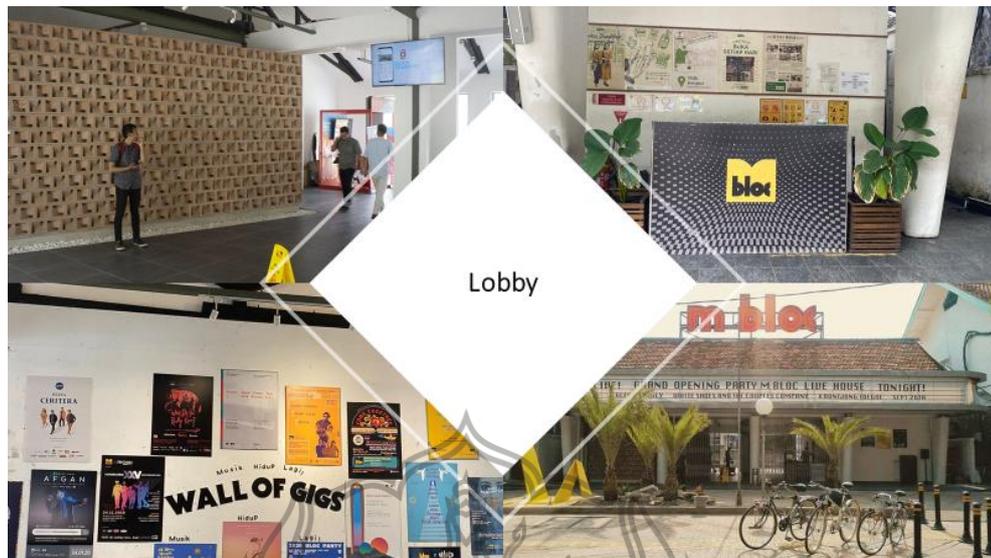
Keywords: *Management, Creative Space of Art, Organizational Management, Management Functions.*

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Minimnya ruang kreatif seni di daerah kota seharusnya menjadi perhatian lebih oleh pemerintah setempat. Bukan sekedar digunakan untuk tempat rehat atau duduk saja oleh masyarakat tapi ruang kreatif seni juga berperan sebagai jantung kota. Minimnya optimalisasi ruang kreatif salah satunya disebabkan oleh proporsi wilayah yang sengaja dialokasikan untuk ruang publik dan juga kurangnya dukungan dari pihak pemerintah maupun swasta untuk bisa mendukung dalam menciptakan ruang kreatif seni juga menjadi kendala dalam upaya perwujudannya. Sulit apabila hanya mengandalkan pemerintah tanpa adanya melibatkan lembaga swasta. Perkembangan dari tahun ke tahun mengenai perkotaan di Indonesia, khususnya di metropolitan atau jangkauan Jabodetabek secara fisik ditandai dengan pertumbuhan yang pesat. Fenomena ini sering disebut juga dengan *urban sprawl* di mana identik dengan adanya kawasan baru sebagai wadah untuk kegiatan komersial. Seperti salah satu kawasan metropolitan yang kita kenal ialah kawasan Blok M. Blok M merupakan salah satu kawasan yang terkenal dan ramai di Jakarta Selatan, bahkan salah satu ikon tempat muda-mudi berkumpul. Sejak era 1980-an Blok M disebut dengan tempat berkumpulnya anak-anak muda metropolitan atau ABG. Memang pada masa itu Blok M punya pusat perbelanjaan atau mal yang saling berdekatan seperti Pasar Melawai, Pasaraya, dan Blok M Mal. Hal ini disampaikan juga oleh Zaenuddin HM (2018) lewat bukunya yang berjudul “Asal Usul Djakarta Tempo Doeloe”. Dalam bukunya ia menyatakan bahwa Blok M menggambarkan potret sosial remaja Ibu Kota di era 1980-1990 dan kawasan blok M ini dipercaya akan menumbuhkan kawasan yang berkelanjutan.



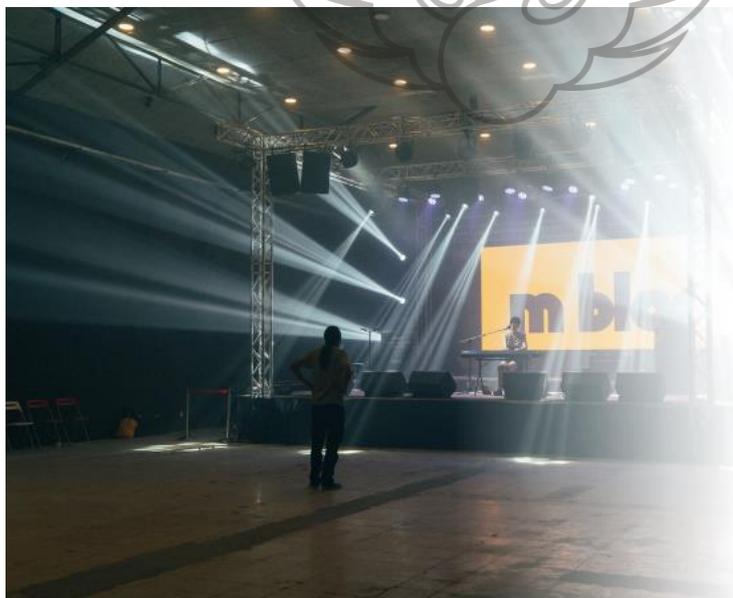
Gambar 1.1

M Bloc Space tampak depan

Pada tahun 2019 ruang kreatif seni M-Bloc Space hadir dan tengah viral di kota Jakarta. Dewasa ini, industri kreatif di Ibu Kota bertumbuh beriringan dengan pelaku kreatif yang terus melahirkan berbagai karya serta kolaborasi di dalam berbagai komunitas. Didukung dengan kondisi tersebut, maka diperlukanlah ruang yang penting untuk mempertahankan keberlanjutan komunitas-komunitas tersebut. Berbagai foto di lokasi M Blok Space ini cukup memenuhi linimasa. Karena sejak *opening* ruang kreatif ini banyak menarik perhatian masyarakat. Dengan bangunan bergaya *vintage* ala 1950-an masih tertata rapi di pinggir jalan Blok M. Pada masa itu rumah-rumah tersebut merupakan rumah dinas Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI). Pasalnya sejak 1971, kompleks itu merupakan tempat percetakan uang yang juga tempat tinggal karyawan.

Tahun 1991 PERURI membangun kawasan baru di Karawang, Jawa Barat. Setelah selesai pembangunan semua aktivitas berpindah ke sana. Tahun 2005 bangunan di kawasan Blok M pun mulai kosong dan dibiarkan dengan jangka waktu yang panjang. Perihal aset negara yang mangkrak ternyata negara punya Lembaga Manajemen Aset Negara (LMAN) yang salah satu tugasnya merupakan mengelola dan mengoptimalkan aset negara yang dikategorikan mangkrak. Menurut Direktur Utama LMAN, pengelolaan aset mangkrak ini bisa memberi

pemasukan sekiranya Rp 65 miliar sampai dengan Rp 249 miliar dalam kurun waktu 1 tahun sejak lembaga ini dibangun pada tahun 2016. LMAN juga menargetkan pemasukan tiap tahun bisa meningkat hingga Rp 100 miliar. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN) menyatakan kurang lebih ada 1.000 aset yang dikategorikan terbengkalai dan sudah lama kosong. Saat ini aset tersebut sudah direnovasi dan dipasarkan. Untuk itu, LMAN berharap kepada seluruh pengelola Badan Milik Negara (BMN) dalam hal memanfaatkan aset milik Negara agar menjadi tempat yang bermanfaat dan tidak terbengkalai. Pihak PERURI menyetujui untuk kerjasama dengan pihak M Bloc karena menurut mereka ini menjadi salah satu hal yang menarik karena adanya unsur kreatif dalam memperdayakan potensi generasi milenial. Sejauh ini ada 16 rumah dinas yang disulap menjadi menjadi deretan café bermerek lokal. Sementara 12 buah rumah sisanya yang merupakan gudang dibangun sebagai tempat pertunjukan musik yang dinamakan *Live House*. Ruang pentas musik itu memiliki luas 450 meter persegi.



M Bloc Live House

Gambar 1.2

Ruang pentas live music M Bloc Live House

M Bloc Space berdiri ditangan beberapa *public figure* ternama seperti Glenn Fredly (Musisi dan Penyanyi), Handoko Hendroyono (*Founder* Filosofi Kopi), Jacob Gatot Sura (Arsitek), Lance Mengong (*Film Director*), Mario Sugianto

(*Founder Digicrow*), dan Wendi Putranto (*Seringai Band*). Pentingnya publik figur dalam sebuah kesuksesan sebuah *brand* juga dianggap penting dalam memperluas bisnis ruang publik di M Bloc Space. Handoko sempat bercerita awal gagasan hadirnya M Bloc Space. Sebelum mendapatkan tempat rumah bekas PERURI, sempat terbesit ide untuk membangun ruang kreatif ini di Solo tepatnya di Lokananta yang dulu merupakan perusahaan rekaman pertama di Indonesia. Tapi, ketika dapat kesempatan kerjasama dengan PERURI, Handoko memanfaatkan kesempatan tersebut dan menuangkan sebagian ide itu dalam konsep M Bloc Space.

Sejak awal opening kawasan ini menjadi daya tarik bagi kalangan muda. Tidak hanya itu, konsep dari M Bloc Space sangat inklusif. Terdapat 6 keunikan dari M Bloc Space antara lain; 1) Terdapat berbagai kafe dan restoran dengan makanan khas daerah seperti Kedai Katong yang merupakan spesialis makanan Indonesia Timur, atau Padang to Go yang menyediakan makanan khas Padang. 2) Panggung pertunjukan musik di M Bloc *Live House*. *Outdoor venue* hasil kolaborasi ide dari Glenn Fredly dan Tompi ini memiliki kegiatan rutin dalam pementasan band atau kelompok vokal dalam setiap harinya. Disediakan juga *spot mural* bagi seniman-seniman yang mau berkunjung, 3) Memiliki perpustakaan musik dan buku yang menjual berbagai CD dari berbagai label. 4) Pusat *local brand*. Banyak *tenant* yang menjual pakaian, perlengkapan dengan merek lokal. 5) *Cashless*. Semua penyewa di M Bloc Space menggunakan sistem pembayaran *e-money*, kartu debit atau kredit. 6) Tidak menyediakan tempat parkir. Dari sekian banyak keunikan yang paling menarik dari konsep ruang publik ini adalah tidak menyediakan lahan parkir. Handoko menuturkan, hal ini diperlukan guna mengedukasi dan memaksa masyarakat untuk memanfaatkan fasilitas publik yaitu naik transportasi umum merupakan upaya dalam mengurangi polusi udara. Selain itu cara ini dipercaya dapat meningkatkan kembali budaya berjalan kaki. Meski tidak ada lahan parkir, tetapi antusiasme pengunjung tetap tinggi sejak awal dibuka sampai saat ini. M Bloc Space berada di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dengan MRT, dekat halte TransJakarta koridor 13, dan Terminal Bus Blok M.

Saat ini M Bloc sudah memiliki 17 *tenant* serta rata-rata 6.000 orang

pengunjung per hari. Direktur Keuangan Perum PERURI menyatakan bahwa pada saat *weekend* pengunjung M Bloc Space bisa sampai 11.000 orang. Menurut hasil wawancara dengan salah satu *founder* yaitu Handoko menyatakan bahwa sejak dibuka, selama tiga bulan omzet dari M Bloc mencapai sekitar Rp 18 miliar.

Handoko juga menyampaikan bahwa tingginya antusiasme pengunjung Ruang Kreatif M Bloc Space membuat pihak PT Ruang Riang Milenial dengan PERURI untuk segera melakukan pengembangan area tahap kedua dalam waktu dekat. Area M Bloc akan diperbesar menjadi 8.000 meter persegi dari 6500 meter persegi sebelumnya. Area tersebut berupa M Bloc *Market*, *Museum Gallery* dan *Community Hall*. Tujuannya untuk optimalisasi peningkatan kinerja UMKM di Indonesia. Dalam kerja sama PERURI dan M Bloc ini, sistem bagi hasil yang mereka gunakan adalah *sharing revenue* sebesar 7,5%.



Gambar 1.3
M Bloc Market



Gambar 1.4
Creative Hall & Gallery

Pada penelitian ini, penulis memilih M Bloc Space sebagai objek penelitian. Karena M Bloc Space diciptakan untuk dapat membantu *local brand* dan juga para musisi serta pelaku seni memiliki ruang yang baik dan nyaman dalam menyalurkan sisi kreatifnya. Menurut Handoko Hendroyono salah satu founder Bloc Space, Jakarta sebagai ibu kota memiliki beragam potensi kreatif yang unik dan memukau di berbagai bidang. Namun, yang menjadi permasalahannya adalah nyaris tidak adanya ruang yang memadai untuk menampilkan karya-karya terbaik anak bangsa ke hadapan publik. Selain itu, Handoko juga memiliki obsesi bahwa *brand* lokal juga harus punya etalase yang baik. Karena biasanya ketika kita melihat di mall banyak brand lokal yang etalase mereka hanya dipamerkan di pojok toko. Ia melanjutkan, di M Bloc Space para musisi akan memiliki ruangnya tersendiri. Bahkan, musisi itu akan dibuat nyaman tampil di M Bloc meski tempatnya tak terlalu besar. Harapannya semakin banyak ruang kreatif seni,

semakin besar kesempatan pelaku dan penikmat seni untuk mengembangkan ruang kreatif seni (Detik, 26 Oktober 2019).

M Bloc Space dengan memfasilitasi seniman, dan para pekerja kreatif untuk mempertunjukan hasil karyanya ke publik lebih mudah karena proses kuratorial yang tidak ketat. Sehingga banyak sekali *load* kegiatan seni yang diselenggarakan M Bloc Space dan membuat hal itu kurang terkontrol dengan baik. Faktor utama adalah kurangnya sumber daya manusia di M Bloc Space saat ini. Kedua, ragam kegiatan yang diselenggarakan M Bloc Space membuat para pengunjung tidak bisa melihat jadwal kegiatan M Bloc Space secara rutin. Misalnya, setiap hari minggu khusus untuk pertunjukan musik, hari rabu khusus untuk acara workshop seni. Tidak ada jadwal rutin yang di unggah pihak M Bloc Space baik secara *offline* maupun *online*. Salah satu kontra yang terjadi di M Bloc Space adalah tidak tersedianya lahan parkir. Di mana lahan parkir memang sengaja tidak disediakan karena konsep dari M Bloc Space membuat pengunjung bisa mengaktifkan kembali budaya berjalan kaki dan menggunakan transportasi umum untuk mengurangi polusi. Tetapi hal ini menjadi kendala dan penilaian negatif bagi sebagian pengunjung.

Perlunya praktik pengelolaan ruang kreatif seni sangat diperlukan bagi M Bloc Space saat ini. Tata kelola memastikan bahwa setiap bagian saling terkait dan berfungsi secara sistemik (Wisetroto, 2020: 118). Kegiatan seni pada umumnya akan berkaitan dengan cakupan yang luas, seperti penyiapan sarana dan prasarana, administrasi, dokumentasi, sampai dengan tahap pelaksanaan. Tata kelola ditujukan untuk menata peristiwa agar mencapai hasil yang ideal seperti

yang diharapkan. Oleh karena itu, manajemen dibutuhkan dari sisi kepemimpinan, penyusunan staf, perencanaan, dan pengawasan. Dari hasil wawancara penulis dengan salah satu *founder*, saat ini manajemen yang diterapkan oleh M Bloc Space menurut Handoko Hendroyono adalah sistem manajemen demokratis. Dimana semua pihak internal bisa berpendapat dan didengar aspirasinya untuk membuat ruang kreatif M Bloc Space lebih berkembang oleh pihak manajemen yaitu PT Ruang Riang Milenial yang nantinya hasil tersebut akan diputuskan kembali melalui manajemen yaitu salah satu yang paling berperan dalam pengambilan keputusan adalah Handoko Hendroyono selaku founder dari M Bloc Space.

Dalam mewujudkan suatu ruang kreatif seni yang bermutu tentunya dibutuhkan suatu manajemen yang baik. Manajemen yang baik itu tentunya mengacu pada fungsi-fungsi manajemen itu sendiri, dimana fungsi-fungsi yang dimaksudkan tidak lain adalah *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (POAC). Manajemen harus diterapkan dalam upaya pengelolaan ruang kreatif seni karena dengan menerapkan aspek manajemen seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), serta pengawasan (*controlling*), maka kegiatan di dalam ruang kreatif tersebut dapat berjalan secara terencana, berkesinambungan dan mencapai tujuan yang telah diciptakan. Salah satu faktor untuk bisa mencapai tujuan adalah memerhatikan sisi organisasi. Untuk mencapai pengelolaan yang maksimal organisasi harus didesain kembali dan meninjau pengelolaan manajemen kinerja serta pendayagunaan sumber daya manusia. Dalam hal ini berarti mengupayakan agar sumber daya manusia itu bekerja sesuai dengan peran pekerjaannya dan mampu bekerja secara lebih

optimal dalam upaya pengelolaan yang baik demi tercapainya tujuan organisasi.

Berdasarkan wawancara penulis pada saat observasi awal di M Bloc Space, penerapan fungsi-fungsi manajemen di M Bloc Space belum sepenuhnya diterapkan. Terutama melihat dari misi M Bloc salah satunya adalah memaksimalkan sumber daya dan menjadikan ruang kreatif yang berkelanjutan dengan adanya program-program yang rutin diselenggarakan saat ini masih belum bisa dimaksimalkan. Dalam hal memaksimalkan sumber daya dari sisi organisasi saat ini di M Bloc Space masih ada yang mengerjakan peran yang rangkap. Artinya, satu orang bisa mengerjakan 2 peranan yang harusnya dikerjakan oleh satu orang saja supaya maksimal. Menyikapi hal tersebut tentu pihak manajemen M Bloc Space menyadari bahwa hal ini tidak bisa dibiarkan secara terus menerus. Dengan kondisi tersebut seharusnya M Bloc Space sebagai ruang kreatif seni menerapkan fungsi-fungsi manajemen mulai dari sisi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga sampai kepada tahapan pengawasan.

Pemilihan objek dalam penelitian ini berdasarkan dari pengamatan peneliti terhadap pengelolaan ruang seni M Bloc Space sejak tahun 2020 hingga 2021. M Bloc Space memiliki kegiatan seni yang berkala meski panggung pertunjukannya tidak besar. Namun, kegiatan yang diselenggarakan M Bloc Space mampu melahirkan atmosfer yang cair dan menghibur. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengelolaan yang akan dirumuskan serta diterapkan M Bloc Space kedepannya. Tanpa adanya suatu manajemen yang baik, praktik pengelolaan suatu ruang kreatif seni akan kesulitan untuk membuat ini menjadi *sustainable*.

1.2 Rumusan Masalah

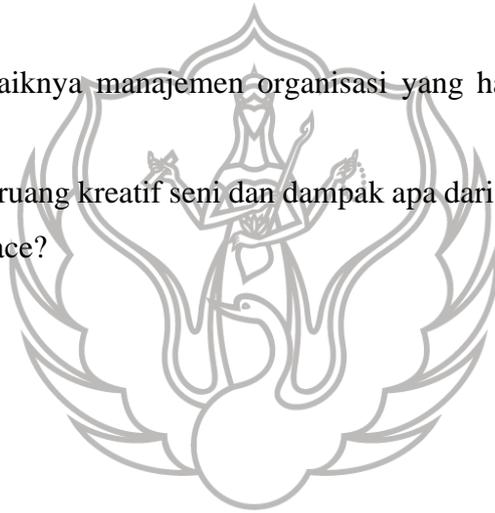
Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, peneliti merumuskan bahwa permasalahannya adalah M Bloc Space sebagai ruang kreatif seni belum menerapkan manajemen organisasi yang tepat sehingga mengakibatkan kinerja yang tidak optimal. Oleh karena itu, peneliti berfokus meninjau permasalahan tersebut dengan tahapan dari fungsi-fungsi manajemen yang di dalamnya terdapat tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan

serta pengendalian untuk merumuskan pengelolaan di ruang kreatif seni M Bloc Space.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari pokok masalah yang telah dirumuskan maka munculah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen organisasi M Bloc Space yang dijalankan sampai dengan saat ini?
2. Bagaimana sebaiknya manajemen organisasi yang harus diterapkan oleh M Bloc Space?
3. Apa saja fungsi ruang kreatif seni dan dampak apa dari hasil pengelolaan ruang kreatif M Bloc Space?



BAB II

Landasan Teori dan Tinjauan Pustaka

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Definisi Manajemen

Manajemen menurut Indartono (2016: h 2) adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, dan pengawasan anggota-anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menurut Rohman (2017: h 10) manajemen yakni suatu upaya pemberian bimbingan dan pengarahan melalui perencanaan, koordinasi, pengintegrasian, pembagian tugas secara profesional dan proporsional, pengorganisasian, pengendalian, dan pemanfaatan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama. Dalam pengertian tersebut, manajemen dapat dipandang sebagai suatu seni, dimana terdapat cara sebagai upaya membimbing dan mengarahkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan.

Secara etimologis kata manajemen berasal dari bahasa Perancis Kuno *management*, yang berarti seni melaksanakan dan mengatur. Sedangkan secara terminologis para pakar mendefinisikan manajemen secara beragam. Menurut Hasibuan (2018:2), bahwa:

“Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Sedangkan menurut Firmansyah dan Syamsudin (2016:2), bahwa:

“Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan serta mengawasi aktivitas-aktivitas sesuatu organisasi dalam rangka upaya mencapai suatu koordinasi sumber-sumber daya manusia dan sumber daya alam dalam hal mencapai sasaran secara efektif serta efisien”

Pengertian dari Firmansyah dan Syamsudin ini yang akan dijadikan rumusan manajemen oleh penulis.

2.1.2 Fungsi Manajemen

Menurut James A.F Stoner yang dikutip oleh Riinawati (2010:22) ada banyak versi mengenai fungsi manajemen, secara umum adalah suatu proses yang terdiri dari rangkaian 1) perencanaan (*planning*), 2) pengorganisasian (*organizing*), 3) pelaksanaan (*actuating*), 4) pengawasan atau evaluasi (*controlling*).

2.1.3 Jenis Ruang Kreatif

Menurut British Council (2015:4), ruang kreatif adalah tempat, baik fisik maupun virtual, yang menyatukan orang-orang kreatif. Menyediakan ruang dan dukungan untuk pengembangan bisnis, keterlibatan masyarakat dalam industri kreatif.

Ruang Seni dapat juga dikenal dengan sebutan *collectives, cooperatives, labs, incubators* yang bersifat dinamis. Ada beberapa jenis ruang kreatif antara lain :

1. *Studio* : Menyediakan ruang kecil berupa *Coworking space*
2. *Network* : Ruang kreatif yang anggotanya tersebar di berbagai sektor
3. *Online Platform* : Hubungannya melalui media online
4. *Center* : Ruang kreatif dengan skala besar dan dengan fasilitas penunjang seperti kafe bar, cinema, ruang pameran, toko
5. *Cluster* : Ruang kreatif yang pengelompokannya berdasarkan area tempat tinggal yang sama.
6. *Alternative* : Ruang kreatif yang berfokus pada kegiatan tertentu. Biasanya dengan komunitas baru.

2.1.4 Fungsi Ruang Kreatif Seni

Menurut British Council (2015) atau Ruang Kreatif memiliki fungsi untuk:

1. Memberikan fasilitas dan pelayanan dalam kegiatan pertemuan, diskusi, meeting sebuah organisasi sampai dengan pelatihan dengan periode jangka pendek atau jangka panjang.
2. Memberikan ruang kolaborasi antar komunitas.

3. Sebagai pengumpul jaringan antara fasilitator, komunitas dan lembaga kreatif atau non-kreatif.
4. Sebagai media komunikasi untuk memperluas *networking*.
5. Memberikan apresiasi pada pelaku dan penikmat ruang seni untuk selalu berkarya dan memberikan inovasi.

2.1.5 Dampak Ruang Kreatif Seni

Dalam beberapa penelitian baru-baru ini *British Council* mendefinisikan Ruang kreatif sebagai tempat, baik fisik maupun virtual, yang menyatukan orang-orang kreatif. Ini merupakan suatu terobosan baru dimana penyelenggara baik pemerintah dan non pemerintah menyediakan ruang dan dukungan untuk jaringan, pengembangan bisnis dan keterlibatan masyarakat dalam sektor kreatif, budaya dan teknologi. Pentingnya memahami ruang kreatif seni sebagai ruang untuk kerja, partisipasi, dan konsumsi (Wood S and Dovey K, 2016, hlm. 7)

Gill, R., Pratt, A. C., & Virani, T. E. (2019: 75-77) menyatakan bahwa hadirnya ruang kreatif seni akan memberikan beberapa dampak sebagai berikut:

1. Dampak Psikologi

Dalam Ruang Kreatif membuat seseorang yang tergabung, yang memiliki kepentingan di sana memungkinkan mereka untuk memiliki sifat kerja yang kreatif sehingga mereka bisa berbaur dengan anggota atau pemeran seni lainnya. Dari situlah hadir sosialisasi yang berkelanjutan.

2. Dampak Ekonomi

Seperti Wood S and Dovey K (2016 : 5) menunjukkan bahwa ruang kreatif dapat menghasilkan berbagai dampak termasuk usaha rintisan, pekerjaan, produk dan layanan baru, investasi masa depan (publik dan komersial), pengembangan bakat, retensi bakat regional, pendidikan keterlibatan informal, pelatihan , regenerasi perkotaan, penelitian dan pengembangan, jaringan baru. Model organisasi yang inovatif membuat peningkatan kualitas hidup dan keberlanjutan. Ruang kreatif menawarkan keuntungan ekonomi, karena dapat mempertemukan peluang kerja dan bisnis bagi orang lain.

3. Dampak Sosial

Ruang kreatif memberikan manfaat sosial yang jelas bagi beberapa pekerja kreatif. Hal yang paling signifikan menawarkan manfaat kolaborasi dan sosialitas. Bagi para pekerja muda ini, kesempatan untuk bertemu teman dan terhubung dengan orang-orang melalui pekerjaan dan setelah bekerja adalah daya tarik utama dari pusat kreatif. Pengembangan jaringan baru sangat penting untuk hal ini, karena ruang kreatif memberikan peluang untuk berjejaring, membuat dan menanamkan hubungan dan mengembangkan peluang.



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab III ini, akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian proposal tesis pengelolaan ruang kreatif seni M Bloc Space. Hal-hal yang akan dibahas pada bab ini meliputi: Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Variabel Penelitian

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan dengan metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan pengaruh sosial yang tidak dapat diukur dan dijabarkan melalui pendekatan kuantitatif. Oleh karena itu, peneliti memilih menggunakan metode tersebut untuk mengumpulkan, dan menganalisis data hasil dari penelitian tersebut. Menurut Sugiyono (2016:9) metode deskriptif kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti merupakan sebagai instrument kunci. Penelitian deskriptif kualitatif juga bertujuan untuk menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci dari pokok permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif biasanya hasil penulisannya berupa pernyataan yang sesuai dengan keadaan atau fakta sebenarnya.

3.1.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:19) Objek Penelitian adalah sasaran untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu yang data tersebut haruslah valid dan reliable tentang suatu hal yang diteliti. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling. Sugiyono (2015: 300) menjelaskan teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, seperti orang yang dianggap representatif untuk diminta keterangan tentang apa yang diharapkan. Teknik snowball sampling digunakan untuk memberbanyak jumlah subjek apabila diperlukan informasi yang lebih mendalam. Objek penelitian adalah obyek yang dijadikan penelitian atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Sedangkan yang menjadi objek penelitian yaitu bagaimana pengelolaan dari ruang kreatif tersebut dilihat dari sudut pandang fungsi manajemen.

3.1.3 Subjek Penelitian

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah beberapa *founder* dari M Bloc Space dengan total subjek keseluruhan 3 orang yaitu Handoko Hendroyono, Lance Mengong, dan Wendi Putranto Tujuan diperlukannya informan adalah untuk menggali informasi yang menjadi dasar dan rancangan teori yang dibangun. Penelitian kualitatif tidak dipersoalkan jumlah informan, tetapi bisa menyesuaikan dari tepat tidaknya pemilihan informan kunci dan dari keragaman fenomena sosial yang diteliti. Adapun beberapa pertimbangan tertentu seperti misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai orang yang punya keterlibatan dalam objek penelitian sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek yang diteliti.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.

3.2.1 Observasi

Menurut Sugiyono (2015: 204) observasi merupakan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Apabila dilihat pada proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi partisipan dan non-partisipan. Jenis observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi partisipan. Dalam melakukan observasi, peneliti ikut serta dalam mengikuti beberapa aktivitas dan kegiatan di M Bloc Space pada tahun lalu.

3.2.2 Wawancara

Arikunto (2016:199) menjelaskan bahwa wawancara adalah proses tanya jawab yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Pertanyaan akan berkembang seiring proses wawancara itu berlangsung. Oleh karena itu peneliti memilih dengan teknik wawancara dalam proses pengumpulan data. Peneliti mendapatkan informasi langsung dengan teknik wawancara dari beberapa founder di M Bloc Space.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Wilayah Penelitian

4.1.1 Sejarah M Bloc Space

Banyak daerah di Indonesia sedang sibuk membangun “*creative hub*” (pusat kreatif), perkotaan pun seakan sibuk membangun ruang ini sebagai jawaban atas inisiatif Nawacita Presiden Joko Widodo untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai pilar ekonomi Indonesia. Pemerintah daerah pun merespons dengan membangun fasilitas creative hub seperti di Jakarta.

Sejak pertama kali berdiri pada 26 Desember 2019, M Bloc Space langsung didaulat menjadi “tempat nongkrong” populer di kalangan anak muda. Berlokasi di Kompleks Peruri, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, M Bloc Space dijadikan ruang kreatif bagi komunitas lokal. Awalnya M Bloc Space merupakan bangunan bergaya vintage yang telah berdiri sejak 1950-an. Uniknya, bangunan tersebut merupakan rumah dinas Perusahaan Umum Percetakan Uang RI Perum PRURI yang sudah lama terbengkalai. Menurut Handoko Hendroyono bangunan ini telah diubah menjadi ruang kreatif. Sesuai dengan konsepnya yang menjadi “wadah”, ternyata M Bloc Space berperan dalam upaya mengembangkan industri kreatif Indonesia. Salah satunya dengan menyediakan area M Bloc Market. Keberadaan M Bloc Market diharapkan dapat menjadi sarana bagi berbagai macam produk lokal buatan Indonesia. Tak terkecuali, untuk mendukung kebangkitan para pelaku ekonomi kreatif (ekraf) tanah air. Yang pasti tanpa kolaborasi yang jelas dan keterlibatan ekosistem creative hub untuk menciptakan kegiatan ekonomi yang berdampak bagi sekelilingnya, creative hub hanyalah sebuah gedung kosong. Tanpa kreativitas yang mampu menghidupi gerak insannya, creative hub hanyalah akan jadi sebuah jargon pencitraan. Justru hal terpenting yang perlu dibangun dalam ekonomi kreatif adalah manusia nya dari merekalah kreativitas lahir dan akan menciptakan nilai ekonomi, bukan sekadar gedung bagus semata.

4.2 Hasil Temuan Penelitian

4.2.1 Penerapan Teori Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan M Bloc Space

a. Perencanaan

Perencanaan menunjukkan bahwa para manajer memikirkan tujuan dan kegiatan sebelum melaksanakannya. Fungsi perencanaan ini memiliki hubungan yang sangat erat dengan pengambilan keputusan. Oleh karena itu pengambilan keputusan merupakan aspek yang penting dalam sebuah perencanaan. Data dari hasil penelitian ini didapatkan melalui

wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Januari sampai Juni 2022. Dimana seluruh informan yang melakukan wawancara mendalam adalah pihak manajerial dari M Bloc Space yang meliputi CEO dan juga Co-Founder. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pimpinan M Bloc Space tentang penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam pengelolaan ruang kreatif seni M Bloc Space, maka peneliti mendeskripsikan hasil wawancara sebagai berikut:

Berdasarkan wawancara mendalam yang peneliti lakukan terhadap informan, peneliti menanyakan bagaimana tahapan perencanaan yang sejauh ini dilakukan M Bloc Space? Informan pun menjawab sebagai berikut:

“Sebelum proses perencanaan berlangsung pasti kami dari tim manajemen akan meeting dengan pihak PERURI. Walaupun 99% keputusan akan diambil oleh pihak M Bloc kita juga selalu melibatkan PERURI dalam tahapan perencanaan kedepan. Seperti pengembangan M Bloc yang sekarang sudah bertambah M Bloc Market dan juga *Creative Hall*. Proses yang kami lakukan untuk menarik banyak pengunjung yang datang adalah program. Jadi, kami menganalisis proposal atau tawaran yang datang terlebih dahulu. Semua proses itu disaring oleh Wendi. Kita punya Jadwal berkala seperti kapan kita ada *live music*, kapan kita ada *workshop*, seminar, atau pameran UMKM. Semua sudah ada slot dan jadwalnya hanya saja kita perlu matchingkan antara Jadwal, apa yang sedang happening untuk bisa kita masukan ke slot mingguan sehingga sejauh ini pengunjung masih tetap antusias dan ramai meskipun masih dalam situasi covid-19. Kita sangat berjuang keras untuk bisa memulihkan UMKM atau *local brand* yang mendapatkan impact besar saat pandemi ini”.

Dalam tahap perencanaan ada beberapa proses yang harus dilakukan pihak manajemen. Handoko Hendroyono selaku pemimpin memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan ruang kreatif yang dipimpinnya. Perencanaan merupakan salah satu hal terpenting dalam proses pengelolaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam perencanaan pihak manajemen yaitu Handoko Hendroyono, Wendi Putranto dan Lance Mengong memberikan arahan untuk menyiapkan program-program yang akan berlangsung di M Bloc Space. Hal ini juga dibenarkan oleh Co-Founder M Bloc space dalam hasil wawancara yang menyatakan bahwa:

“Peran program director sangat penting sekali mereka akan bekerjasama langsung dengan tim sales marketing serta tim *brand activation* untuk mengembangkan segala aktivitas dan plan mingguan. Program mana yang akan di eksekusi dan mana yang akan di tunda dalam sementara waktu. Seperti salah satu contohnya adalah sudah 6 bulan terakhir kita tidak ada live music di M Bloc Live House. Kita terpaksa menghentikan dulu kegiatan itu di hall besar karena kami mematuhi peraturan dan himbauan dari satgas covid untuk tidak membuat kerumunan. Oleh karena itu kita banyak mengalihkan kegiatan kita di M Bloc Market untuk wisata belanja produk lokal. Kita harus membuat strategi lain agar pemasukan tetap masuk disaat salah satu *function* tidak bisa beroperasi”.

Menurut hasil analisis peneliti, penerapan fungsi manajemen pada tahapan perencanaan masih belum maksimal dikarenakan belum adanya tenaga pelaksana yang melihat dari sisi keuangan atau modal jika program tersebut ditetapkan atau dilaksanakan. Sedangkan sesuai dengan teori Stoner bahwa dalam membuat perencanaan perlu unsur-unsur yang diperhatikan diantaranya adalah: (1) Kemampuan, (2) Kondisi lingkungan, (3) Kompetensi, (4) Kerja sama, dan (5) Program. Program-program tersebut di atas merupakan program-program berlanjut dan berulang setiap tahunnya. Jika ada perencanaan kegiatan baru, maka pihak manajerial M Bloc melakukan tahapan tersebut secara berkala mulai dari melihat sisi kemampuan seperti modal, keuangan, kondisi lingkungan, serta kerja sama hingga ada keyakinan dan kepastian bahwa program tersebut layak untuk dijalankan.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fajar, 2020. Bahwa pada tahapan perencanaan harus memiliki program-program yang sudah disiapkan baik dalam jangka waktu pendek dan jangka waktu panjang. Kesiapan program yang telah ditetapkan juga perlu adanya kerja sama dan melihat dari kondisi di sekitar. Dalam penelitian tersebut menjabarkan program yang telah di persiapkan dengan periode harian, mingguan, bulanan, bahkan tahunan.

b. Pengorganisasian (Organization)

Wawancara kembali dilakukan terhadap ketua yayasan untuk menggali informasi mengenai penerapan fungsi manajemen dari sudut pengorganisasian dalam pengelolaan ruang kreatif seni M Bloc Space dengan menanyakan, bagaimana proses pelaksanaan pengorganisasian yang dilakukan M Bloc Space saat ini? Dan bagaimana yang idealnya harus dilakukan atau diperbaiki? Apakah akan mempengaruhi manajemen organisasi di M Bloc Space? Informan pun menjawab sebagai berikut:

“Untuk tahapan organisasi di M Bloc sendiri ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan seperti membagi pekerjaan, koordinasi pekerjaan hingga tahap perlukah dilakukan reorganisasi. Jadi, setiap divisi memiliki tanggung jawab pekerjaan yang berbeda-beda. Untuk yang berkaitan dengan *project, creative*, program acara akan *direct report* kepada Wendi sebagai program *director* sekaligus co-founder M Bloc. Salah satu yang berkaitan dengan produk, tenant, F&B, *production* akan melaporkan langsung kepada Lance yang juga *co-founder* M Bloc. Lalu untuk divisi yang terkait dengan operational, building akan melapor langsung kepada salah satu co-founder kita yang memang seorang arsitek M Bloc juga jadi mengenai sisi Gedung akan berkaitan dengan Jacob. Yang berkaitan dengan E-commerce akan melaporkan langsung kepada Mario sedangkan saya sendiri sebagai CEO dari PT Ruang Riang Milenial akan memimpin dan juga memonitoring semua proses yang dijalankan di M Bloc. Dalam proses seleksi tahap awal adalah kita memposting lowongan pekerjaan hanya via website M Bloc dan juga melalui sosial media M Bloc saja. Setelah itu HRD akan mereview

CV kandidat dan akan melakukan *interview* langsung ataupun *online* tergantung situasi dan kondisinya. Ketika tahap *interview* dari sisi HRD sudah oke akan berlanjut ke *interview user* dan juga biasanya saya ikut serta dalam proses rekrutmen tersebut. Untuk kandidat sendiri sebagian besar yang *apply* memang anak muda, sudah melek teknologi, penikmat seni jadi kami akan sangat mudah mengarahkannya dan berkolaborasinya. Karena mereka punya ide-ide yang segar dan bisa membantu kami. Kalau pembagian pekerjaannya tergantung dari divisinya ya seperti yang di awal sudah dijelaskan jika divisinya lebih ke program, *event* akan melaporkan langsung ke Wendi dan juga seterusnya”.

Hal yang sama juga dikemukakan oleh Wendi Putranto dan juga Lance Mengong sebagai *co-founder* dan juga sejalan dengan penelitian terdahulu Elvira, 2019 bahwa tahap pengorganisasian merupakan fungsi yang sangat penting dalam proses pengelolaan. Dimulai dari tahapan seleksi anggota, karyawan atau staf hingga tahapan pembagian pekerjaan. Organisasi yang baik dicirikan dengan setiap anggota atau staf tidak mengerjakan pekerjaan yang sama dengan staf lain dan tidak juga mengerjakan *role* pekerjaan yang diluar tanggung jawabnya.

Menurut hasil analisis peneliti, penerapan fungsi manajemen pada tahapan pengorganisasian di ruang kreatif M Bloc Space sudah cukup maksimal dikarenakan hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Stoner bahwa proses pengorganisasian terdiri dari pembagian kerja, kombinasi pekerjaan, koordinasi pekerjaan serta monitoring dan reorganisasi agar sebuah perusahaan atau organisasi berjalan efisien dan efektif.

c. Pelaksanaan

Wawancara kembali dilakukan peneliti terhadap CEO dan Co-Founder untuk menggali informasi mengenai penerapan fungsi pelaksanaan dalam pengelolaan ruang kreatif M Bloc Space dengan menanyakan, bagaimana prinsip pelaksanaan yang dilakukan M Bloc Space sejauh ini dan apa harapan kedepannya dari sisi pelaksanaan? Informan pun menjawab sebagai berikut:

“Dalam proses pengarahan, sisi kepemimpinan, komunikasi yang kita terapkan di M Bloc lebih mengarah kepada partisipatif ya. Mengapa saya bilang begitu? Karena dalam gaya kepemimpinan partisipatif, ide dapat mengalir dari bawah (anggota) karena posisi kontrol atas pemecahan suatu masalah dan pembuatan keputusan dipegang secara bergantian. Pemimpin memberikan ruang gerak bagi para bawahan untuk dapat berpartisipasi dalam pembuatan suatu keputusan serta adanya suasana persahabatan dan hubungan saling percaya antar pimpinan dan anggota. Salah satu hal yang paling penting adalah komunikasinya. Jika komunikasinya *clear* dari bawah sampai atas ini akan membuat semua *planning* sukses dan juga ide serta keputusan tidak selalu datang dari atas atau dari *top management*”.

Hal ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan Stoner bahwa pelaksanaan

menyangkut tindakan-tindakan yang menyebabkan suatu organisasi bisa berjalan ke arah sasaran perencanaan manajerial. Prinsip pelaksanaan yang dilakukan seperti (1) Efisiensi, yaitu pemanfaatan sumber daya dan fasilitas yang ada secara optimal guna mencapai hasil yang maksimal, (2) Komunikasi yang lancar dan manusiawi (tenggang rasa) perlu dipertahankan dalam hubungan yang sehat antar kelompok maupun antar pelaku organisasi, (3) Kompensasi atau penghargaan baik yang berupa uang atau gratifikasi lainnya dari pimpinan.

Namun, berdasarkan hasil analisis penulis mengenai tahapan pelaksanaan yang dijalankan M Bloc Space saat ini belum sepenuhnya maksimal dikarenakan sejauh ini ruang kreatif M Bloc Space dalam sisi pelaksanaan hanya mengedepankan prinsip komunikasi tanpa melihat sisi efisiensi dan juga kompensasi.

d. Pengawasan

Berdasarkan wawancara mendalam yang peneliti lakukan terhadap informan tentang penerapan fungsi pengawasan dalam pengelolaan ruang kreatif M Bloc Space dengan menanyakan bagaimana cara penerapan fungsi pengawasan yang dilakukan M Bloc Space saat ini? Informan pun menjawab sebagai berikut:

“Diantara beberapa fungsi manajemen, fungsi perencanaan (*planning*) dan pengendalian (*controlling*) memiliki peran yang sangat penting. Pengawasan pada dasarnya merupakan pelayanan untuk membantu para staf dan juga tim manajemen agar menjadi semakin cakap/terampil dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tuntutan perkembangan jaman. Saya selalu punya semangat 5C. *Content, Curation, Collaboration, Commerce* dan *Celebrate*. Ketika kita sudah menemukan konsep 5C ini sebagai sebuah ekosistem kita akan lebih mudah menemukan standar apa yang menjadi needs dari pengunjung. Dengan konten yang konsisten, Kurasi yang kuat, Kolaborasi yang meluas akan menghasilkan suatu perayaan yang diakhiri dengan penjualan. Jadi, kami menerapkan konsep 5C dalam menjamu pengunjung. Sedangkan untuk mengukur kesuksesan sebuah program atau acara di M Bloc kami menerapkan 2 konsep yaitu Orientasi Hasil dan *Discovery*. Orientasi hasil maksudnya adalah *brand* ataupun personal mendapatkan reputasinya sendiri bukan hanya sekedar populer atau bukan jadi ajang kontes popularitas. Hasil yang baik akan terlihat jelas di akhir. Maka dari itu saya selalu bilang mending bisa *attract* hanya ke 10 orang daripada menjadi sekedar populer bagi banyak orang dan itu hanya sesaat. Lalu konsep *discovery* yaitu brand itu sangat membutuhkan semangat *discovery*. Artinya *brand* itu harus hidup. Untuk menghidupkannya perlu proses yang panjang dan tidak instan. Yang terpenting dengan kesuksesan program atau acara yang dilakukan jangan pernah merasa *brand* anda *leader*. Itulah berbagai tahapan proses evaluasi yang dilakukan di M Bloc. Yang pasti juga akan ditinjau dengan kegiatan sebelumnya sebagai salah satu tolak ukur apabila kegiatannya sejenis”.

Berdasarkan hasil analisis penulis dan juga hasil observasi dalam tahap pengawasan di ruang kreatif M Bloc Space sejauh ini sudah sangat baik karena pihak manajemen memerhatikan tahapan demi tahapan. Meskipun hanya 3 tahapan yang menjadi poin utama

dalam upaya pengawasan tetapi untuk melewati poin tersebut butuh upaya dan kerja sama yang besar dari masing-masing divisi. Hal ini terbukti dari hasil pengawasan yang dilakukan M Bloc Space saat mengadakan tour dengan tim UMKM Sarinah di M Bloc Space beberapa waktu lalu dan penulis ikut serta dalam melakukan observasi kegiatan tersebut.

4.2.2 Fungsi Ruang Kreatif M Bloc Space

Berdasarkan wawancara mendalam yang peneliti lakukan terhadap informan tentang jenis ruang kreatif dan juga fungsi dari ruang kreatif M Bloc Space dengan menanyakan Apa saja fungsi ruang kreatif M Bloc Space dan juga M Bloc Space masuk ke jenis ruang kreatif yang seperti apa? Informan pun menjawab sebagai berikut:

“M Bloc merupakan *creative hub* tempat meleburnya atau wadah industry kreatif dan budaya. Musisi, seniman, pekerja kreatif akan terkoneksi dan juga dapat berkolaborasi disana. Konsep dari *creative hub* sendiri yaitu ruang dengan skala besar dan dengan fasilitas penunjang seperti kafe, hall, ruang pameran, toko. Sementara M Bloc beberapa fungsi Utama seerti memberikan layanan atau fasilitas dalam jangka panjang dengan program-program yang kami sediakan. Memfasilitasi pekerja dan penikmat seni unuk kolaborasi dan membangun jaringan di antara komunitas. Lalu sebagai pusat pengembangan, industri kreatif dan non-kreatif. Dan pastinya membuat *networking* yang lebih luas dan terakhir adalah menciptakan inovasi baru untuk era saat ini. Kalo ditanya masuknya ke jenis yang seperti apa? Jika kita berbicara mengenai *creative hub* berarti menjadi pusat ruang kreatif atau menjadi *center*. *Center* itu berarti pusat atau mencangkup dengan jumlah yang besar. Oleh karena itu M Bloc Space bisa digolongkan *creative hub*”.

Sejalan dengan teori dari British Council bahwa ruang kreatif adalah tempat, baik fisik maupun virtual, yang menyatukan orang-orang kreatif dengan beberapa jenis ruang kreatif antara lain

1. *Studio* : Menyediakan ruang kecil berupa *Coworking space*
2. *Network* : Ruang kreatif yang anggotanya tersebar di berbagai sektor
3. *Online Platform* : Hubungannya melalui media online
4. *Center* : Ruang kreatif dengan skala besar dan dengan fasilitas penunjang seperti kafe bar, cinema, ruang pameran, toko
5. *Cluster* : Ruang kreatif yang pengelompokannya berdasarkan area tempat tinggal yang sama.
6. *Alternative* : Ruang kreatif yang berfokus pada kegiatan tertentu. Biasanya dengan komunitas baru.

Sementara masih dengan teori dari British Council bahwa *Creative hub* atau Ruang Kreatif memiliki fungsi untuk memberikan fasilitas dan pelayanan dalam kegiatan pertemuan, diskusi, *meeting* sebuah organisasi sampai dengan pelatihan dengan periode jangka pendek atau jangka Panjang. Memberikan ruang kolaborasi antar komunitas, sebagai pengumpul

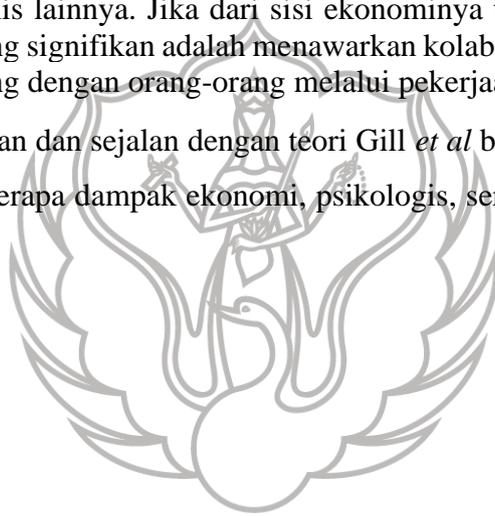
jaringan antara fasilitator, komunitas dan lembaga kreatif atau non-kreatif, sebagai media komunikasi untuk memperluas *networking*, memberikan apresiasi pada pelaku dan penikmat ruang seni untuk selalu berkarya dan memberikan inovasi.

4.2.3 Dampak Ruang Kreatif M Bloc Space

Berdasarkan wawancara mendalam yang peneliti lakukan terhadap informan mengenai dampak apa saja yang terjadi dari ruang kreatif M Bloc Space? Informan pun menjawab sebagai berikut:

“Dampak dari sisi psikologis akan membuat seseorang memiliki rasa kreatif sehingga timbulah sosialisasi yang berkelanjutan. Secara ekonomi sudah jelas dengan hadirnya ruang kreatif ini akan menghasilkan banyak produk dan juga lapangan pekerjaan sehingga menimbulkan peluang bisnis lainnya. Jika dari sisi ekonominya terpenuhi akan berpengaruh erat ke sisi sosial yang paling signifikan adalah menawarkan kolaborasi dan sosialitas. Menjadi kesempatan untuk terhubung dengan orang-orang melalui pekerjaan dan jaringan”.

Hal ini juga dibenarkan dan sejalan dengan teori Gill *et al* bahwa hadirnya ruang kreatif seni akan memberikan beberapa dampak ekonomi, psikologis, serta dampak sosial bagi yang terlibat di dalamnya.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen Organisasi pada Ruang Kreatif M Bloc Space menerapkan teori fungsi manajemen dalam proses pengelolaannya. Teori Fungsi manajemen yang diterapkan berupa Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, dan Pengawasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahap perencanaan dari fungsi manajemen yang dijalankan oleh M Bloc Space belum maksimal. Karena proses yang dilakukan hanya berfokus pada bagian program saja. Sementara untuk proses pengorganisasian di ruang kreatif M Bloc Space sudah cukup maksimal dikarenakan hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Stoner bahwa proses pengorganisasian terdiri dari pembagian kerja, kombinasi pekerjaan, koordinasi pekerjaan serta monitoring dan reorganisasi agar sebuah perusahaan atau organisasi berjalan efisien dan efektif. Pada tahapan pelaksanaan ruang kreatif M Bloc Space belum sepenuhnya maksimal dikarenakan sejauh ini ruang kreatif M Bloc Space dalam sisi pelaksanaan hanya mengedepankan prinsip komunikasi tanpa melihat sisi efisiensi dan juga kompensasi. Tetapi pada tahapan pengawasan M Bloc Space sudah sangat baik karena pihak manajemen memerhatikan tahapan demi tahapan seperti: 1. Disesuaikan berdasarkan kebutuhan organisasi, 2. Mampu menjamin adanya tindakan perbaikan, 3. Luwes, 4. Memperhatikan tata organisasi kapan pengawasan dilakukan, 5. Sisi ekonomi baik dari biaya maupun waktu, 6. Perlu adanya perencanaan dan pola organisasi yang jelas, 7. Harus berdasarkan fakta; melainkan untuk menemukan hal-hal yang tidak benar, 8. Pengawasan harus bersifat membimbing agar para pelaksana dapat meningkatkan kemampuan dan tugas yang dibebankan kepadanya. Sehingga kinerja organisasi berjalan cukup baik walaupun saat ini hanya berfokus kepada tahapan Pengorganisasian dan Pengawasan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Masih ada variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel lain untuk bisa memperlihatkan hasil

pengelolaannya dari sudut pandang lain. Dan pergunakan metode kuantitatif untuk melihat data dan angka yang pasti.



DAFTAR PUSTAKA

- Adyatami, F. I. (2020). Manajemen Produksi Batik Tanah Liek Citra di Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(2).
- Agnes, T. (2021). Jadi Ruang Kreatif, M Bloc Space Tambah Venue di Gedung Jogja National Museum. Retrieved May 25, 2022, from hot.detik.com website: <https://hot.detik.com/art/d-5715766/jadi-ruang-kreatif-m-bloc-space-tambah-venue-di-gedung-jogja-national-museum>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- British Council. (2015). *Annual Report and Accounts 2015*. Retrieved from <http://www.nextplc.co.uk/~media/Files/N/Next-PLC-V2/documents/reports-and-presentations/2014/next-annual-report-2015-final-web.pdf>
- Dovey, K., & Wood, S. (2015). Publik/private urban interfaces: Type, adaptation, assemblage. *International Research on Placemaking and Urban Sustainability*, 8.
- Effendi, R. (2015). *Accounting Principles Prinsip – Prinsip Akusntansi Berbasis Sak Etap*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Elvira. (2019). Manajemen Grup Sendratari Pada Program Studi Pendidikan Sندرراسيك Universitas Palangkaraya Seni. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 5(2).
- Fajar, R. (2020). Manajemen Organisasi Seni Pertunjukan Sanggar Baladewa Surabaya. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Citra Bakti*, 8(1).
- Feriyanto, A., & Triana, E. S. (2015). *Pengantar Manajemen*. Kebumen: Media Tera.
- Firdaus. (2021). Implementasi Fungsi Manajemen Seni Pertunjukan Pada Komunitas Seni Hitam Putih Padangpanjang. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan Missio*, 13(2).
- Firmansyah, H., & Syamsudin, A. (2016). *Organisasi dan Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Ombak.
- Gill, R., Virani, T. E., & Pratt, A. C. (2019). Creative Hubs In Question: Place, space and work in the creative economy. *Palgrave Macmillan*.
- Hasibuan, M. S. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indartono, S. (2016). *Pengantar Manajemen: Character Inside. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta. ISBN*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Moleong, L. J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. In *Solid State Ionics*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oktala, D. (2017). Pengelolaan Display Karya di Ruang Publik Dalam Pameran Jogja Street Sculpture Project 2017. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 5(3).
- Riinawati. (2010). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi*. Bantul: Pustaka Baru Press.
- Riinawati. (2019). *Pengantar teori manajemen komunikasi dan organisasi*. Yogyakarta: Pustaka baru.

- Rohman, A. (2013). *Dasar dasar manajemen*. Malang: Cita Intrans Selaras.
- Siswanto, B. (2017). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutiyono. (2018). Manajemen Seni Pertunjukan Kraton Yogyakarta Sebagai Penanggulangan Krisis Pariwisata Budaya. *Jurnal Bahasa Dan Seni*, 2(38).
- Wijayanto, H. (2016). Seniman sebagai Pemilik Galeri Studi Komparasi antara Tiga Manajemen Galeri Swasta di Yogyakarta. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 2(2).
- Wisetrotomo, S. (2018). Meniti Ombak Di Era Milenial (Problem Di Sekitar Fungsi Seni, dan Kritik Kebudayaan). *Pidato Ilmiah*. Yogyakarta.
- Yusuf, E. (2018). Manajemen Seni Pertunjukan Pada Grup Orkes Senggol Tromol. *Jurnal Seni Musik*, 3(1).
- Zaenuddin, H. M. (2018). *Asal-usul djakarta tempo doeloe : mengenal permulaan nama tempat melalui kesaksian unik di masa lalu*. Jakarta: Buku Pintar Indonesia.

