

**SINERGI KORPORASI DAN KOMUNITAS SENI
DI LIPPO PLAZA JOGJA**



PENGAJIAN

Oleh:

Gilary Fin Gemilar

NIM: 2010235026

**PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA**

2025

**SINERGI KORPORASI DAN KOMUNITAS SENI
DI LIPPO PLAZA JOGJA**



PENGKAJIAN

Oleh:

Gilary Fin Gemilar

NIM: 2010235026

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana dalam Bidang
Tata Kelola Seni
2025

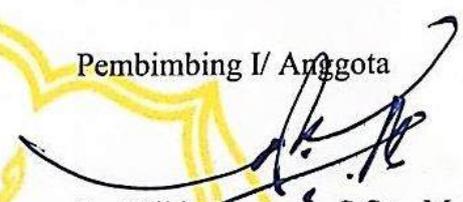
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi Pengkajian/~~Penciptaan~~/~~Perancangan~~* Seni berjudul:

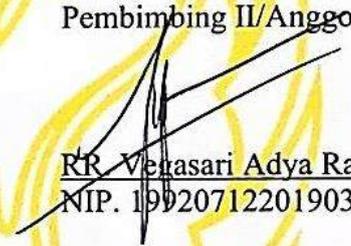
SINERGI KORPORASI DAN KOMUNITAS SENI DI LIPPO PLAZA JOGJA

diajukan oleh Gilary Fin Gemilar, NIM 2010235026, Program Studi S-1 Tata Kelola Seni, Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah di pertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 10 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota


Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A.
NIP. 19731022 200312 1001

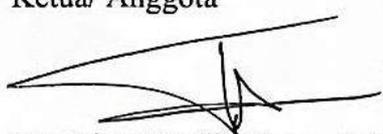
Pembimbing II/ Anggota

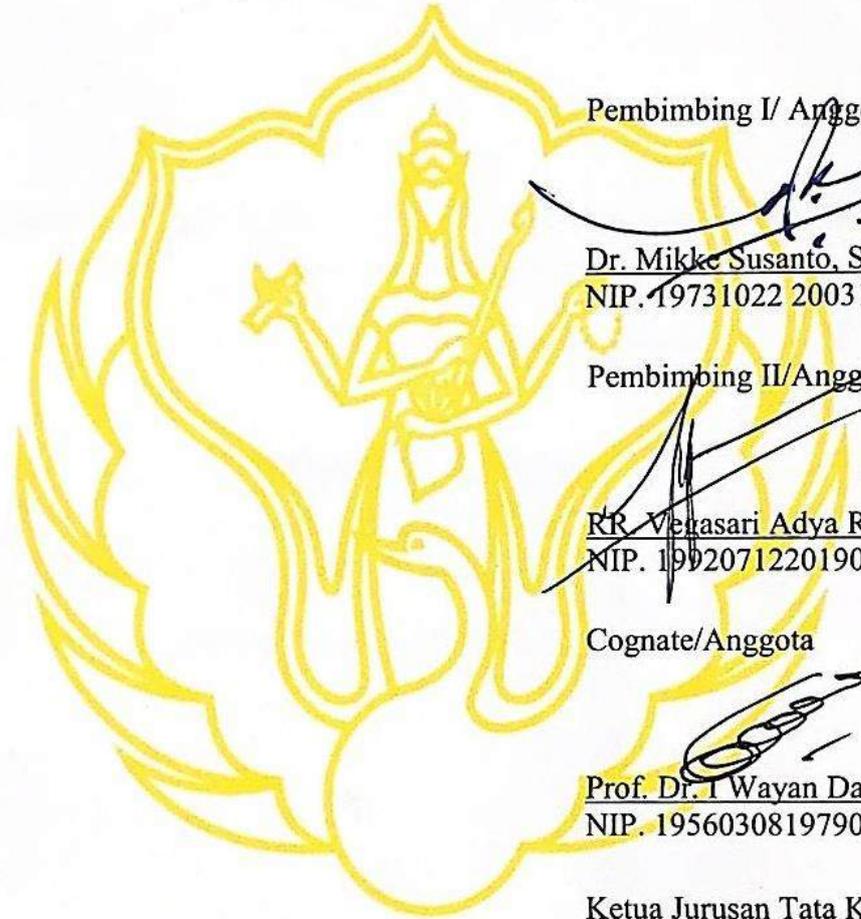

RR. Vemasari Adya Ratna, S.Ant., M.A.
NIP. 199207122019032020

Cognate/ Anggota


Prof. Dr. I Wayan Dana, S.S.T., M.Hum.
NIP. 195603081979031001

Ketua Jurusan Tata Kelola Seni
Program Studi Tata Kelola Seni
Ketua/ Anggota


Dr. Trisna Pradita Putra, S.Sos., M.M.
NIP. 19861005201541001


Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T.
NIP. 19701019 199903 001

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gilary Fin Gemilar

NIM : 2010235026

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir skripsi (Pengkajian/ Peneilaian/ Perencanaan*) yang saya buat ini benar-benar asli karya sendiri, bukan duplikat atau dibuat oleh orang lain. Karya skripsi ini saya buat berdasarkan kajian langsung di lapangan sebagai referensi pendukung juga menggunakan buku-buku yang berkaitan. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Hormat Saya,

Yogyakarta, 23 Juli2025



GILARY FIN GEMILAR



“You can’t be good at everything, but that doesn’t mean you
can’t do anything.”

- Wonwoo Jeon

“It wasn’t easy, but it wasn’t too bad. TEARS”

(Seventeen - Cheers to youth)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan penyertaan-Nya sehingga Tugas Akhir Pengkajian ini dapat diselesaikan dengan baik. Karya ini merupakan bagian dari rangkaian proses akademik yang harus dilalui oleh mahasiswa Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Strata 1 (S-1).

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, dukungan, bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak sangat berarti. Dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, ucapan terima kasih yang tulus disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dan terlibat dalam penyelesaian karya ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada:

1. Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Trisna Pradita, S.Sos., M.M., selaku Ketua Jurusan/ Ketua Prodi S-1 Tata Kelola Seni FSRD Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Dian Ajeng Kirana, M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Tata Kelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A., selaku Dosen Pembimbing I serta Dosen Wali.
6. Rr. Vegasari Adya Ratna, S.Ant., M.A., selaku Dosen Pembimbing II.
7. Prof. Dr. I Wayan Dana, S.S.T., M.Hum., selaku Dosen Penguji Ahli.
8. Segenap dosen dan staf Jurusan Tata Kelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta,
9. Ibu Truli selaku kepala Marketing Komunikasi Lippo Plaza Jogja dan narasumber penelitian.
10. Kak Abdi selaku ketua Komunitas Jogja K-POPers Meida dan Ibu Ria selaku pemilik Sanggar Biola Quinta dan narasumber perwakilan komunitas.
11. Segenap komunitas pengisi acara di Lippo Plaza Jogja.

12. Kedua orang tua tercinta, Bapak Agus Prasetya dan Ibu Sri Yuliati yang menerima keluh kesah, menjadi sumber kekuatan, mensupport secara mental dan material juga mendoakan kelancaran proses Tugas Akhir.
13. Kakak adikku, Mbak Gilang, Mas Ibnu, Mbak Gintang dan Gendhis, serta keponakan gemasku Maryam yang sudah memberikan dukungan.
14. Sahabat - sahabatku Dewi Indrileani, Gracia Mayshela, Diana Melissa, Angel Aditya, Aura Arista, Listi Andini atas dukungan dan doa untuk kelancaran proses penulisan tugas akhir.
15. Tim Robotic Education Centre yang telah mendukung dan memberikan fasilitas untuk menyelesaikan skripsi.
16. Teman-teman “TALENI” angkatan 2020 Tata Kelola Seni Dinda Shinta, Reyhan, Ita Setyo dan lainnya yang saling mendukung satu sama lain.
17. Serta seluruh kerabat lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Tugas Akhir ini disadari masih jauh dari sempurna dan mengandung berbagai kekurangan. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menginspirasi pihak lain untuk menghasilkan tulisan yang lebih baik di masa depan.

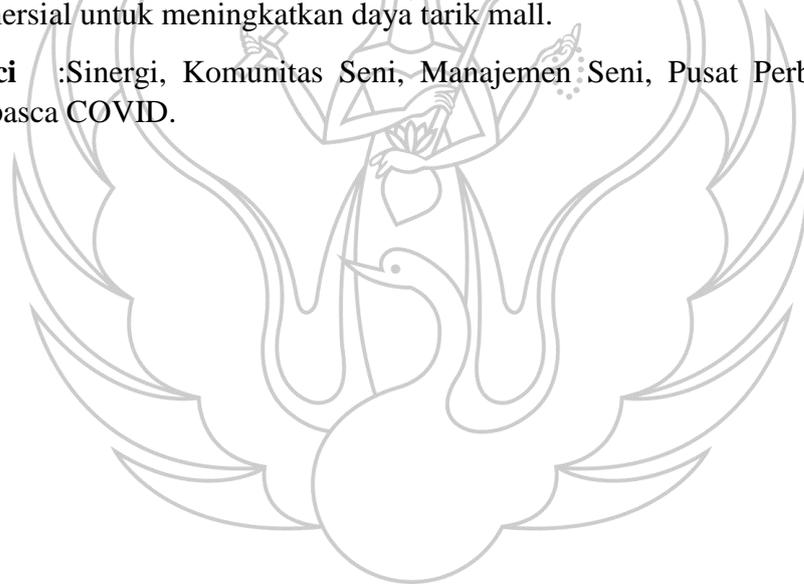
Yogyakarta, 21 Mei 2025

Penulis

ABSTRAK

Pusat perbelanjaan kini tidak hanya sebagai tempat berbelanja, tetapi juga menjadi ruang sosial & budaya. Lippo Plaza Jogja menjadi salah satu pusat perbelanjaan yang aktif dalam kegiatan seni sejak pasca Covid-19. Kolaborasi dengan komunitas seni lokal menjadi strategi pemulihan performa pasca pandemi. Divisi Marketing Communication (*Marcom*) Lippo Plaza Jogja memegang peranan penting dalam penyelenggaraan acara seni dan memelihara sinergi dengan komunitas seni. Lippo Plaza Jogja menerapkan fungsi manajemen secara sistematis meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian dalam menyelenggarakan kegiatan seni. Penelitian membahas mengenai bagaimana proses sinergi dapat terbentuk antara Lippo Plaza Jogja dengan komunitas seni. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa sinergi dapat dibangun melalui penerapan fungsi manajemen sehingga kolaborasi jangka panjang dan saling menguntungkan dapat tercipta. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman strategi manajemen seni dalam ruang komersial untuk meningkatkan daya tarik mall.

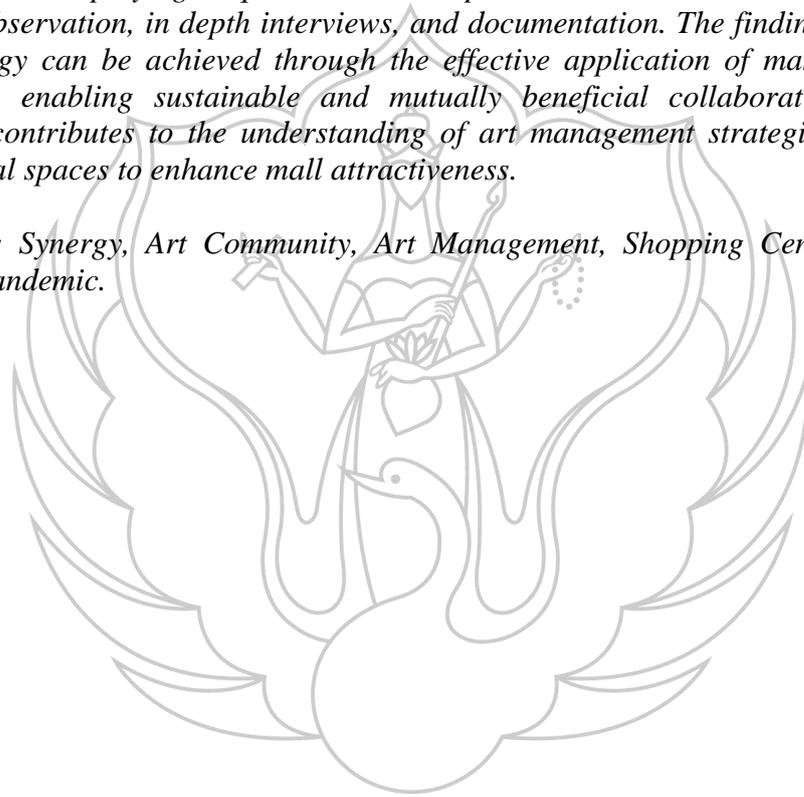
Kata kunci :Sinergi, Komunitas Seni, Manajemen Seni, Pusat Perbelanjaan, Pandemi-pasca COVID.



ABSTRACT

Shopping centers today function not only as commercial venues but also as social and cultural spaces. Lippo Plaza Jogja has actively engaged in art-related activities since the post COVID-19 period. Collaboration with local art communities has served as a strategic approach to recovering post pandemic performance. The Marketing Communication (Marcom) Division plays a key role in organizing art events and fostering synergy with local art communities. Lippo Plaza Jogja systematically applies management functions—planning, organizing, actuating, and controlling—in the implementation of these activities. This study examines how synergy is built between Lippo Plaza Jogja and local art communities. Employing a qualitative descriptive method, data were collected through observation, in depth interviews, and documentation. The findings reveal that synergy can be achieved through the effective application of management principles, enabling sustainable and mutually beneficial collaboration. This research contributes to the understanding of art management strategies within commercial spaces to enhance mall attractiveness.

Keywords: *Synergy, Art Community, Art Management, Shopping Center, Post COVID Pandemic.*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Bagi Mahasiswa	5
2. Bagi Lippo Plaza Jogja.....	5
3. Bagi Masyarakat.....	6
E. Metode Penelitian.....	6
1. Metode Pendekatan	6
2. Metode Pengumpulan Data	7
3. Instrumen Pengumpulan Data	9
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI.....	11
A. TINJAUAN PUSTAKA	11
B. LANDASAN TEORI.....	14
1. Manajemen <i>Event</i>	14
2. Manajemen Kolaborasi.....	21

3. Sinergi	23
4. Komunitas Seni	24
BAB III	26
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	26
A. Penyajian Data	26
1. Lippo Plaza Jogja	26
2. Strategi <i>Event</i> Pasca Covid 19.....	30
3. Jogja K-poper Media	51
4. Sanggar Biola Quinta	58
B. Analisis Data	62
1. Perencanaan (<i>Planning</i>).....	62
2. Pengorganisasian (<i>Organizing</i>).....	68
3. Pelaksanaan (<i>Actuating</i>).....	70
4. Pengendalian (<i>Controlling</i>).....	71
5. Sinergitas Lippo Plaza Jogja dan Komunitas Seni	73
BAB IV	76
PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	84
BIODATA MAHASISWA	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Gedung Lippo Plaza Jogja	26
Gambar 3. 2 Logo Lippo Plaza Jogja	28
Gambar 3. 3 Peta Lokasi Lippo Plaza Jogja	30
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi Lippo Plaza Jogja.....	32
Gambar 3. 5 Atrium Lippo Plaza Jogja	47
Gambar 3. 6 Ruangan Lantai 1	47
Gambar 3. 7 Ruang Tampil Lantai 1 Lippo Plaza Jogja.....	48
Gambar 3. 8 <i>Event</i> JOKER Di Lippo Plaza Jogja	52
Gambar 3. 9 <i>Event</i> JOKER Di Lippo Plaza Jogja	54
Gambar 3. 10 <i>Event</i> Sanggar Quinta Di Lippo Plaza Jogja.....	59
Gambar 3. 11 <i>Event</i> Sanggar Biola Quinta Di Lippo Plaza Jogja.....	60
Gambar 3. 12 Poster Acara Bulan Desember Lippo Plaza Jogja.....	64
Gambar 3. 13 Poster Jadwal Acara Lippo Plaza Jogja	65
Gambar 3. 14 Jadwal Acara Lippo Plaza Jogja Bulan November.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 <i>Event</i> Lippo Plaza Jogja Tahun 2021-2024.....	44
--	----



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3. 1 Persentase jumlah acara di Lippo Plaza Jogja, 2025 44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	84
Lampiran 2 Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing 1	85
Lampiran 3 Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing 2.....	88
Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan Kepala Marketing Komunikasi Lippo Plaza Jogja	89
Lampiran 5 Dokumentasi wawancara dengan narasumber pihak Lippo Plaza Jogja	108
Lampiran 6 Transkrip Wawancara dengan Ketua Komunitas Jogja Kpopers Media (JOKER Media)	109
Lampiran 7 Dokumentasi wawancara dengan narasumber dari pihak JOKER Media.....	116
Lampiran 8 Transkrip Wawancara dengan Ria, Pendiri Sanggar Biola Quinta	117
Lampiran 9 Dokumentasi wawancara dengan narasumber dari pihak Sanggar Biola Quinta	121
Lampiran 10 Contoh MOU pengisi acara di Lippo Plaza Jogja.....	122

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menikmati seni di era sekarang menjadi lebih mudah karena tidak lagi dengan cara yang tradisional atau di tempat yang konvensional. Seni dapat dinikmati oleh siapa saja bahkan mereka yang merasa tidak memahami seni. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyak pertunjukan seni musik, seni tari, dan seni peran yang diselenggarakan di berbagai jenis lokasi di Yogyakarta. Begitu juga dengan hasil karya seni rupa yang tidak hanya dipamerkan di galeri seni, tetapi juga di tempat umum, seperti hotel, kafe, dan juga pusat perbelanjaan. Karya seni didekatkan dengan keseharian manusia agar dapat memenuhi fungsinya, seperti yang dijelaskan oleh Robby Hidayat (2009:18) bahwa seni memiliki fungsi sebagai pemenuhan kebutuhan fisik, emosional, dan kebutuhan akan nilai estetis dari objek atau materi.

Minat masyarakat terhadap seni di Yogyakarta terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan semakin banyaknya galeri, pameran, dan festival seni yang digelar. Yogyakarta yang dikenal sebagai pusat kebudayaan dan seni di Indonesia, menawarkan berbagai bentuk seni, mulai dari seni tradisional hingga kontemporer yang menarik minat tidak hanya penduduk lokal tetapi juga wisatawan domestik dan mancanegara. Dukungan komunitas seniman yang kuat, kolaborasi dengan pemerintah dan sektor swasta, serta media sosial yang memudahkan akses terhadap informasi seni, semakin memperkuat pertumbuhan ini. Selain itu, seni di Yogyakarta tidak hanya dilihat sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan refleksi sosial yang membuatnya semakin relevan di tengah dinamika masyarakat modern (jogjaprovo.go.id. diakses pada 24 Agustus 2024 pukul 19.52 WIB)

Melihat perkembangan cara menikmati seni ini, beberapa pusat perbelanjaan menjadi salah satu lokasi favorit untuk memamerkan karya seni,

baik berupa pertunjukan maupun seni rupa. Hal ini dapat dilihat dan dirasakan oleh masyarakat bahwa pusat perbelanjaan atau mall sekarang ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk berbelanja, tetapi juga sebagai pusat aktivitas sosial dan budaya yang penting dalam komunitas lokal. Dengan adanya kegiatan seni yang diselenggarakan di mall, maka “keuntungan” akan dapat dirasakan oleh berbagai pihak seperti penyelenggara acara, seniman, dan juga pihak mall. Karya seni dapat lebih dekat dengan komunitas lokal dan dikenal oleh masyarakat luas, begitu juga dengan mall yang mendapat tambahan daya tarik sebagai destinasi ekonomi dan juga memberikan kontribusi signifikan terhadap citra merek, interaksi dengan masyarakat, dan pengalaman konsumen secara keseluruhan. Peningkatan jumlah kunjungan mall di Yogyakarta terjadi secara signifikan saat pandemi telah mereda. Mall-mall di Yogyakarta menawarkan berbagai fasilitas modern, mulai dari pusat perbelanjaan, bioskop hingga ruang hiburan keluarga yang menjadi daya tarik. Selain itu, sering diadakan acara-acara seperti pameran, pentas anak dan konser mini. Kegiatan tersebut yang mendorong kenaikan jumlah kunjungan (harianjogja.com. diakses pada 1 September 2024)

Salah satu mall yang aktif menyelenggarakan kegiatan seni adalah Lippo Plaza Jogja. Lippo Plaza Jogja merupakan pusat perbelanjaan di kota Yogyakarta dibuka untuk umum pada tahun 2015. Lippo Plaza Jogja adalah salah satu pusat perbelanjaan yang mengadopsi pendekatan ini dengan mengatur berbagai acara seni seperti pameran lukisan, pertunjukan musik, dan *workshop* kreatif. Lippo Plaza Jogja menjadi salah satu mall di kota Yogyakarta yang memiliki agenda kegiatan seni yang teratur. Kegiatan tersebut meliputi kegiatan seni pertunjukan, pameran, *bazaar* dan *workshop*. Dalam pelaksanaannya, Lippo Plaza Jogja menggandeng beberapa komunitas, seniman, dan instansi pendidikan untuk terlibat langsung pada acara yang mereka selenggarakan. Seluruh kegiatan-kegiatan seni ini dikelola oleh salah satu divisi dari Lippo Plaza Jogja yaitu divisi *marketing communication* (*marcom*) Lippo Plaza Jogja (lippomalls.com. diakses pada

19 Juli 2024).

Lippo Plaza Jogja pada tahun 2020 awal mengalami penurunan performa dikarenakan banyak *tenant* yang mengundurkan diri akibat wabah *Covid19* yang membatasi seluruh aktivitas sosial. Para pemilik usaha tidak ingin mengalami kerugian dan memilih untuk menutup *tenant* sehingga Lippo Plaza Jogja kehilangan banyak *tenant*. Penurunan jumlah *tenant* inilah yang sangat mempengaruhi tingkat aktivitas perbelanjaan di sana, sehingga manajemen beristirahat untuk sementara waktu hingga keadaan membaik. Salah satu divisi yang bertanggungjawab dalam mengembalikan performa Lippo Plaza Jogja adalah divisi *marketing communication (marcom)* (Dalam wawancara dengan Trulli, Kepala Marketing Komunikasi Lippo Plaza Jogja pada 15 Agustus 2024)

Marcom adalah bagian dari tim pemasaran yang memiliki fokus pada penyampaian pesan dan informasi kepada konsumen atau audiens target untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek (Kotler dan Keller, 2016:580). *Marcom* ini mencakup berbagai metode dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dan membangun hubungan dengan pelanggan. *marcom* bertujuan untuk menciptakan kesadaran, menarik perhatian, membangun citra merek, dan mendorong tindakan konsumen (Gitosudarmo,2017:155) . Dalam konteks ini, fungsi *marcom* memegang peran krusial dalam merencanakan, mempromosikan, dan melaksanakan kegiatan seni dengan efektif. Pengembangan seni dalam ruang publik seperti mall tidak hanya memperkaya budaya lokal, tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih menarik dan ramah bagi pengunjung. Acara seni dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kesadaran merek mall, membangun koneksi emosional dengan konsumen, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain membangun hubungan yang baik dengan pengunjung, *marcom* juga bertugas sebagai penghubung antara Lippo Plaza Jogja dengan komunitas seni. Hal ini menjadi penting dalam menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. Hal ini merupakan bentuk strategi dalam menciptakan

manajemen yang efektif, tim *marcom* dapat memperkenalkan acara seni kepada masyarakat sekaligus meningkatkan visibilitas Lippo Plaza Jogja sebagai ruang publik yang mendukung budaya lokal. Kolaborasi tercipta untuk mendukung hubungan jangka panjang antara Lippo Plaza Jogja dengan komunitas seni yang juga memungkinkan komunitas seni untuk menampilkan karya mereka di *platform* yang lebih luas dan menciptakan pengalaman yang kaya bagi pengunjung. Dengan menawarkan pengalaman yang lebih dari sekadar berbelanja, Lippo Plaza Jogja berpotensi untuk menjadi pusat komunitas yang dinamis.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi dan menganalisis Lippo Plaza Jogja dalam pelaksanaan kegiatan seni dan menelaah lebih jauh hubungan kerja sama atau sinergi antara Lippo Plaza Jogja dengan komunitas seni di Yogyakarta. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana sinergi yang terjadi antara Lippo Plaza Jogja dengan komunitas seni sehingga tercipta hubungan jangka panjang di antara keduanya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman praktis dan teoritis mengenai kegiatan seni di pusat perbelanjaan. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi panduan bagi mall lainnya dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk acara seni, serta memberikan masukan bagi manajemen Lippo Plaza Jogja untuk meningkatkan keberhasilan dan dampak positif dari kegiatan seni.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana sinergi antara Korporasi Lippo Plaza Jogja dengan komunitas seni terbangun?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan penelitian mengenai fungsi manajemen dalam pelaksanaan kegiatan seni di Lippo Plaza Jogja adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan dan mendeskripsikan proses pengelolaan kegiatan seni yang dilakukan Lippo Plaza Jogja.
2. Menjelaskan proses kerja sama dan sinergi yang dibangun antara Lippo Plaza Jogja dengan komunitas seni.
3. Memenuhi syarat kelulusan ujian tugas akhir di Program Studi S-1 Tata Kelola Seni Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Mahasiswa

- a. Dapat menjadi masukan atau referensi terkait dalam penyelenggaraan kegiatan seni di dunia industri khususnya pusat perbelanjaan (mall).
- b. Menjadi arsip penelitian mengenai pengelolaan kegiatan seni yang dilakukan di dunia industri pusat perbelanjaan (mall),
- c. Serta dapat menjadi acuan karya tugas akhir pengkajian dalam hal pengelolaan kegiatan seni.

2. Bagi Lippo Plaza Jogja

- a. Meningkatkan persepsi positif dari masyarakat, terutama pengunjung yang memiliki minat terhadap seni dan budaya lokal.
- b. Dapat memanfaatkan hasil penelitian untuk merumuskan strategi kolaborasi jangka panjang dengan berbagai komunitas seni dan organisasi budaya, membuka peluang untuk *event-event* lebih besar di masa depan, serta menciptakan peluang kemitraan dengan sponsor, pemerintah, atau institusi seni lainnya
- c. Dapat menjadi tambahan masukan ke arah yang lebih baik untuk penyelenggaraan kegiatan seni di kemudian hari.

3. Bagi Masyarakat

- a. Dapat memperoleh pemahaman lebih dalam tentang bagaimana kolaborasi antara perusahaan dan komunitas seni dapat meningkatkan aksesibilitas terhadap seni dan budaya.
- b. Dengan adanya *platform* yang mendukung kegiatan seni, para seniman (masyarakat) dapat mendapatkan apresiasi dan pengakuan yang lebih luas.
- c. Memberikan ruang edukasi dan kesadaran sosial kepada masyarakat mengenai pergeleran seni dan sinergi yang terjadi di dalamnya.

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data-data diperoleh dari informan dan studi pustaka. Studi lapangan dilakukan guna mengobservasi langsung keadaan tempat dan acara yang diselenggarakan untuk mendapatkan data yang lebih banyak. Setelah informasi dan data terkumpul kemudian dilakukan olah data atau analisis data yang kemudian dipaparkan secara deskriptif. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Data yang sudah dikumpulkan kemudian dikembangkan menjadi kunci terhadap apa yang telah diteliti (Moleong, 2013:97).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain dilakukan secara holistic dan dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata serta dibahas pada suatu konteks khusus ilmiah dan dengan memanfaatkan metode ilmiah (Moleong, 2013:6).

2. Metode Pengumpulan Data

Data primer yang dikumpulkan melalui penelitian lapangan diperoleh dengan melakukan tiga hal sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah salah satu proses yang cukup kompleks. Proses ini tersusun dari proses biologis dan psikologi. Dua diantara yang terpenting adalah proses – proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2013:13). Teknik ini bertujuan untuk mengetahui lebih dekat objek yang diteliti. Objek penelitian yang diobservasi meliputi tempat yakni di Lippo Plaza Jogja, pelaku yang mencakup Trulli selaku kepala *marcom* Lippo Plaza Jogja, Abdi selaku PIC dari Komunitas Jogja Kpopers Media, Ria selaku pemilik Sanggar Biola Quinta dan kegiatan yang diselenggara di Lippo Plaza Jogja.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap acara-acara yang diselenggarakan oleh Lippo Plaza Jogja. Pengamatan dimulai sejak bulan Februari 2024 dengan mencermati pelaksanaan acara yang berlangsung di pusat perbelanjaan tersebut. Selanjutnya, observasi dilanjutkan dengan menghadiri secara langsung berbagai kegiatan yang diinisiasi oleh komunitas Joker Media pada bulan Februari, Agustus, Desember 2024 dan Februari 2025. Selain itu, peneliti juga mengamati pertunjukan yang diselenggarakan oleh Sanggar Biola pada bulan Desember 2024 dan Maret 2025. Kegiatan observasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai bentuk, dinamika, dan pola interaksi antara korporasi dan komunitas seni dalam pelaksanaan acara seni pertunjukan di lingkungan pusat perbelanjaan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah seorang yaitu sebagai pewawancara yang meminta informasi atau ungkapan kepada

orang yang diteliti berada di sekitar pendapat dan keyakinan (Fadhallah, 2020:2). Wawancara terhadap informan sebagai sumber data dan informasi yang dilakukan dengan tujuan penggalian informasi tentang fokus penelitian (Syalim dan Syahrudin, 2012:120). Teknik wawancara ini dilakukan guna menunjang teknik lain dalam pengumpulan data dan dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber, informan, maupun responden bergantung dengan kapasitas pertanyaan yang akan diajukan. Dari pihak Lippo Plaza Jogja, wawancara dilakukan dengan manajer *marketing communication (marcom)* Lippo Plaza Jogja (Trulli), PIC kegiatan Jogja Kpopers Media (Abdi), dan pemilik Sanggar Biola Quinta (Ria).

Wawancara langsung dengan pihak Lippo Plaza Jogja dilaksanakan sebanyak dua kali dalam rangka mendukung proses pengumpulan data penelitian. Wawancara pertama dilakukan pada bulan November 2023 dalam bentuk komunikasi awal yang bersifat informal, dengan tujuan membangun relasi serta memperoleh izin pelaksanaan penelitian. Wawancara kedua dilaksanakan pada bulan Agustus 2024 dan bersifat lebih mendalam, difokuskan untuk memperoleh informasi substantif yang berkaitan dengan objek penelitian. Selanjutnya, wawancara dengan perwakilan komunitas Sanggar Biola Quinta dilakukan satu kali pada bulan Desember 2024, yang kemudian dilanjutkan dengan komunikasi melalui pesan WhatsApp guna melengkapi data yang diperlukan. Adapun wawancara dengan komunitas Joker (Jogja Kpopers Media) dilakukan pada bulan Desember 2024 untuk memperoleh perspektif komunitas terhadap pelaksanaan acara seni pertunjukan yang diselenggarakan di Lippo Plaza Jogja.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan karena merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong serta dokumen bersifat alamiah sesuai dengan konteks tersebut (Fitrah, 2017:74). Data yang terkumpul digunakan untuk melengkapi data lain yang telah diperoleh dari hasil wawancara

dan observasi. Analisis dokumen ini diharapkan dapat menjadi data yang benar – benar valid.

Dokumentasi yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi beberapa jenis data pendukung yang relevan. Pertama, lembar Memorandum of Understanding (MoU) antara peneliti dan pihak Lippo Plaza Jogja yang menjadi bukti formal izin pelaksanaan penelitian. Kedua, struktur organisasi Lippo Plaza Jogja yang memberikan gambaran mengenai sistem tata kelola internal dan pihak-pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan kegiatan seni. Ketiga, poster-poster kegiatan yang diselenggarakan oleh Lippo Plaza Jogja sebagai bentuk dokumentasi visual atas agenda-agenda seni yang berlangsung. Keempat, foto-foto dokumentasi proses wawancara dengan pihak Lippo Plaza Jogja yang menunjukkan keterlibatan langsung peneliti dalam proses pengumpulan data lapangan.

3. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat penggunaan beberapa instrumen untuk membantu proses pengumpulan data. Instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini akan membantu dalam mencatat data yang akan dianalisis. Beberapa instrumen yang digunakan pada penelitian ini mencakup buku tulis, pena, handphone, dan laptop.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan terbagi menjadi empat bab agar dapat tersusun dengan sistematis dan memudahkan pembahasan masalah-masalah yang diteliti. Adapun sistematika yang disusun sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pendahuluan membahas mengenai latar belakang pemilihan judul “Sinergi Korporasi dan Komunitas Seni Di Lippo Plaza Jogja”, latar belakang permasalahan, rumusan

masalah, tujuan dan manfaat, lingkup pembahasan, metodologi pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka dan landasan teori menjadi dasar penelitian. Tinjauan yang digunakan merupakan penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Teori yang digunakan antara lain, manajemen *event*, manajemen kolaborasi, sinergi, komunitas seni.

BAB III PENYAJIAN DATA & ANALISIS DATA

Bab ini menyajikan data mengenai hubungan kolaborasi antara Lippo Plaza Jogja dan Komunitas seni. Mencakup profile Lippo Plaza Jogja, Jogja Kpopers Media, Sanggar Biola Quinta. Data-data mengenai pelaksanaan fungsi manajemen pada proses sinergi Lippo Plaza Jogja dan komunitas seni. Serta menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan.

BAB IV PENUTUP

Penutup membahas mengenai kesimpulan penelitian dan saran atas jawaban permasalahan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.