

**STRATEGI PENGEMBANGAN TATA KELOLA
RUANG ATAS ARTSPACE & GATHERING SURAKARTA**



**PUBLIKASI ILMIAH
TATA KELOLA SENI**

**Faisal Akbar
1920173420**

**PROGRAM TATA KELOLA SENI
PASCASARJANA INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2021**

STRATEGI PENGEMBANGAN TATA KELOLA RUANG ATAS ARTSPACE & GATHERING SURAKARTA

Faisal Akbar

Program Studi Magister Tata Kelola Seni
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta
alienartland502@gmail.com

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis formulasi strategi manajemen ruang seni alternatif pada Ruang Atas Artspace & Gathering. Inisiator sekaligus pengelola Ruang Atas Artspace & Gathering adalah Wahyu Eko Prasetyo, seorang seniman muda alumni Seni Rupa Murni, Institut Seni Indonesia Surakarta. Berlokasi di Kampung Gulon, Rt.02/Rw.21, Kelurahan Jebres, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Didirikan pada tahun 2015 dan masih aktif mengadakan kegiatan seni hingga saat ini. Dalam kurun waktu 2015-2020, Ruang Atas Artspace & Gathering sudah mengadakan 160 kegiatan seni yang melibatkan mahasiswa seni, seniman muda, komunitas serta berkolaborasi dengan organisasi atau lembaga seni. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan data primer (observasi, wawancara dan kuisioner) dan data sekunder (kajian literatur dan dokumen). Data tersebut dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*). Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui posisi Ruang Atas Artspace & Gathering berdasarkan dua faktor yaitu, faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) dalam mengidentifikasi strategi yang sesuai serta upaya mendukung keberlanjutan Ruang Atas Artspace & Gathering. Temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa tata kelola Ruang Atas Artspace & Gathering berdasarkan hasil matriks IE (Internal-Eksternal) menunjukkan *Growth and Build* (Tumbuh dan Kembangkan) karena berada pada posisi I. Berdasarkan hasil Kuadran analisis SWOT Ruang Atas Artspace & Gathering berada pada kuadran I yaitu *Expansion*. Formulasi strategi yang dapat digunakan oleh Ruang Atas Artspace & Gathering adalah Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), yakni memanfaatkan kekuatan dan peluang organisasi.

Kata Kunci: Ruang Atas Artspace & Gathering, formulasi strategi, analisis SWOT

Abstract

The research was conducted to analyze the management strategy formulation of an alternative art space at the Ruang Atas Artspace & Gathering. The initiator and manager of the Ruang Atas Artspace & Gathering is Wahyu Eko Prasetyo, a young artist who graduated from Fine Art of Indonesian Institute of the Arts Surakarta. Located in Kampung Gulon, Rt.02/Rw.21, Surakarta City, Central Java. Founded in 2015 and is still actively conducting art activities to this day. In the 2015-2020 period, Ruang Atas Artspace & Gathering has held 160 art activities involving art students, young artists, communities and collaborating with arts organizations or institutions. The research method used is descriptive qualitative. Research data collection was carried out using primary data (observations, interviews and questionnaires) and secondary data (literature and

document studies). The data were analyzed using the SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats) analysis technique. SWOT analysis is used to determine the position of the Space Atas Artspace & Gathering based on two factors, namely, internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) in identifying appropriate strategies as well as efforts to support the sustainability of Ruang Atas Artspace & Gathering. The findings in this study indicate that the governance of Ruang Atas Artspace & Gathering based on the results of the IE (Internal-External) matrix shows Growth and Build because it is in position I. Based on the results of the SWOT analysis quadrant Ruang Atas Artspace & Gathering is in quadrant I, namely Expansion. The strategy formulation that can be used by Ruang Atas Artspace & Gathering is the SO (strategy Strengths-Opportunities), which is to take advantage of the organization's strengths and opportunities.

Keywords: Ruang Atas Artspace & Gathering, strategy formulation, SWOT analysis

PENDAHULUAN

Kegiatan seni rupa yang ada di Surakarta semakin berkembang, diikuti dengan fenomena meningkatnya ruang seni alternatif sebagai bentuk perkembangan infrastruktur seni rupa di Surakarta. Koordinator Galeri Mas Don Art, Irul Hidayat, mengatakan lima tahun terakhir ruang pameran alternatif di Surakarta sebenarnya cukup banyak, seperti Kepatihan Artspace, Ruang Atas Artspace & Gathering, Ruang Seni Daya Joeang dan Rumah Seni Lokananta (Solopos, 18 Januari 2018). Eksistensi ruang seni alternatif sangat penting dalam mendukung karya-karya perupa yang belum pernah ada atau jarang ditampilkan oleh galeri konvensional (mainstream). Hal tersebut dikarenakan ruang seni alternatif mampu menciptakan pasarnya sendiri (penikmat seni dan wacana yang baru). Salah satu ruang seni alternatif yang mencakup peran tersebut adalah Ruang Atas Artspace & Gathering. Pada penelitian ini, penulis memilih Ruang Atas Artspace & Gathering sebagai objek studi kasus. Ruang Atas Artspace & Gathering adalah ruang seni alternatif yang didirikan pada tahun 2015 oleh Wahyu Eko Prasetyo, seorang perupa alumni Seni Rupa Murni, ISI Surakarta. Ruang pameran yang dimiliki Ruang Atas Artspace & Gathering saat ini cukup terbatas, hanya berukuran 4x5 meter. Ruang Atas Artspace & Gathering menyediakan fasilitas utama penunjang kegiatan kreatif seperti *coworking space*, ruang diskusi, perlengkapan seminar dan *workshop* (pariwisatasolo.surakarta.go.id).

Ruang Atas Artspace & Gathering memfasilitasi dengan menciptakan ruang mediasi bagi mahasiswa, seniman-seniman muda, dan para pekerja kreatif lainnya untuk bereksperimen dan menyampaikan karyanya ke publik secara lebih mudah dengan tidak mempunyai sistem kuratorial yang ketat. Karya yang dipamerkan adalah karya seni yang memiliki karakter mulai dari konvensional (seni lukis dan seni cetak grafis), non konvensional secara teknis (percampuran berbagai teknik), maupun karya yang berpretensi untuk melakukan terobosan teknik hingga yang menggulirkan konsep semata (Susanto, 2016: hlm.7). Ruang Atas Artspace & Gathering memberikan ruang untuk seni grafis, komik, seni instalasi, kriya, sablon, stiker, gambar mural, grafiti, *happening art* dan *performance art* untuk bisa berkembang dan mendapat apresiasi oleh masyarakat.

Pembangunan Ruang Atas Artspace & Gathering memang sejatinya dilandasi oleh semangat kolektif seniman yang bersinergi satu sama lain dengan sesama komunitasnya. Ruang Atas Artspace & Gathering telah melebarkan sayap menjadi studio transit, *art shop*, ruang *residency*, dan perpustakaan kecil. Peminat Ruang Atas Artspace & Gathering adalah anak muda atau perupa muda yang ada di Surakarta. Hal tersebut berdasarkan dari kebutuhan dan kesulitan perupa muda yang ada di Surakarta untuk membuat brand dan mendistribusikan karya.

Praktik pengelolaan ruang seni alternatif sangat beragam tergantung kebijakan dan strategi manajemen dari tiap-tiap ruang seni alternatif. Wisetrotomo (2020: hlm.5) menjelaskan bahwa “*Seni tidak lagi terbatas pada persoalan penciptaan, ide-ide, bentuk dan fungsi seni, tetapi terkait dengan presentasi di ruang publik, mediasi, sosialisasi dan produk pengetahuan. Kesemuanya itu memerlukan tata kelola yang baik dan benar*”. Persoalan tata kelola dalam konteks pengembangan strategi untuk mencari kemungkinan ide-ide, konsep dan pendekatan yang berbeda dalam peningkatan kualitas dan penyajian program (berkaitan dengan komodifikasi ruang), merupakan masalah mendasar Ruang Atas Artspace & Gathering, yang hingga kini belum menemukan bentuk yang pas dan khas (mencakup bidang penyiapan sarana dan prasarana berkarya bagi seniman, administrasi, keuangan, dokumentasi, hingga presentasi dan pemasaran karya).

Penting melihat dengan seksama praktik tata kelola (struktur organisasi, pendanaan penyelenggaraan kegiatan seni, membangun jejaring) untuk menciptakan sebuah karakteristik manajemen dengan tetap mengedepankan profesionalitas, efektivitas, dan efisiensi. Hasil dari kajian ini dapat menjadi referensi, serta bahan pertimbangan dalam strategi yang akan dirumuskan, bahwasannya penting untuk memperhatikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Ruang Atas Artspace & Gathering. Di samping itu, harus mempertimbangkan peluang dan ancaman yang dihadapi dalam pengelolaannya. Melalui formulasi strategi tersebut, kegiatan Ruang Atas Artspace & Gathering dapat dikelola secara profesional, baik dalam hal manajemen maupun konsep keseniannya guna meningkatkan kualitas dan produktifitas.

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Strategi

Manajemen strategi (*strategic management*) menurut David dan David (2017: hlm.33), didefinisikan sebagai seni dan ilmu yang mengacu pada formulasi, implementasi dan evaluasi keputusan organisasi (berorientasi pada visi) agar memungkinkan organisasi dapat berinteraksi secara efektif (mengoptimalkan pencapaian misi). Tujuan yang ingin dicapai organisasi dalam menjalankan manajemen strategi adalah mampu menciptakan peluang baru dan berbeda dari waktu ke waktu. Organisasi harus mampu mengidentifikasi dengan tepat dalam menghadapi tantangan (eksternal dan internal) untuk memaksimalkan serta memperhatikan efisiensi organisasi, dengan demikian pencapaian dalam pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gathering mampu memperhatikan efektivitas organisasi. Proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap (David dan David, 2017: hlm.33-34), yakni :

1. Formulasi strategi, terkait pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman (eksternal), menentukan kekuatan dan kelemahan (internal), penetapan tujuan jangka panjang, perumusan alternatif strategi, serta memilih strategi yang akan dilaksanakan.
2. Implementasi strategi, terkait dalam menetapkan tujuan tahunan dan struktur organisasi secara efektif, pembuatan kebijakan, mengembangkan serta memberdayakan sumber daya yang dapat mendukung strategi.
3. Evaluasi strategi, sebagai alat untuk mendapat informasi bila strategi tidak dapat berjalan seperti yang direncanakan. Terdapat tiga hal yang harus dilakukan dalam evaluasi strategi yakni, meninjau kembali faktor lingkungan eksternal dan internal sebagai dasar strategi, mengukur kinerja organisasi dan melakukan tindakan korektif.

B. Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang serta pendayagunaan berdasarkan peluang dan ancaman (eksternal) dilihat dari kekuatan dan kelemahan (internal) organisasi agar mampu menyesuaikan keadaan untuk mencapai sebuah tujuan (David dan David, 2017: hlm.119). Perencanaan strategi dalam penelitian ini difokuskan dengan menggunakan strategi utama (*grand strategies*) yang dikemukakan menurut Fred R. David (David dan David, 2017: hlm.124-133) yang dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu Strategi Integrasi (*Integration Strategies*), Strategi Intensif (*Intensive Strategies*), Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategies*) dan Strategi Bertahan (*Defensive Strategies*). Perencanaan strategi memberikan temuan yang dapat meningkatkan program dan kualitas serta mendapatkan strategi (formulasi strategi) yang sebaiknya digunakan dalam pengembangan strategi pada Ruang Atas Artspace & Gathering di Surakarta.

C. Analisis SWOT

SWOT merupakan akronim dari kata *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Menurut Rangkuti (2017: hlm.3-4), analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis sebuah pengambilan keputusan (pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan) dengan mengidentifikasi berbagai faktor (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Dalam penelitian ini, analisis SWOT digunakan untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat dalam upaya pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gatehring.

D. Analisis Faktor Internal

Analisis faktor lingkungan internal digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*), dinilai berdasarkan tiga unsur pokok yaitu, sumber daya (*input*), strategi sekarang (proses), dan kinerja (*output*). Faktor kekuatan dan kelemahan internal berkaitan dengan aktivitas organisasi yang dapat dikontrol (manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi manajemen organisasi) untuk menjalankan strategi yang mendayagunakan kekuatan internal dan menghilangkan kelemahan internal.

E. Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor lingkungan eksternal menekankan pada identifikasi dan evaluasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) di luar organisasi (ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi, tren kompetisi) yang dapat menguntungkan atau membahayakan organisasi nantinya. Sebuah organisasi perlu memformulasikan strategi untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal dan menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal terkait dalam pembuatan keputusan, tipe produk yang dikembangkan, karakteristik dari strategi segmentasi pasar dan *positioning*, tipe jasa yang ditawarkan, serta pilihan bisnis yang ingin diakuisisi atau dijual.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian mengenai pengelolaan dan strategi Ruang Atas Artspace & Gathering dalam mengembangkan karakteristik manajemen selama kurun waktu 2015-2020 menggunakan metode penelitian kualitatif dalam kategori deskriptif. Menurut Sugiyono (2009, dalam Wahana, 2019: hlm.48), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data yang bersifat induktif, dan lebih menekankan makna dari pada generalisasi yang menghasilkan data deskriptif (data tertulis atau lisan). Analisis deskriptif pada penelitian ini menggunakan pendekatan sejarah dan fenomenologi. Pendekatan sejarah berfungsi untuk merekonstruksi kronologi peristiwa yang terjadi di masa lalu terkait perkembangan pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gathering. Pendekatan fenomenologi bertujuan untuk mengungkapkan subjektivitas dari beberapa pihak terkait ruang seni alternatif di Surakarta (dalam hal ini wacana pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gathering) dengan mendekati narasumber ahli.

B. Ruang Lingkup Penelitian

1. Lokasi Penelitian, dilaksanakan di Ruang Atas Artspace & Gathering yang berlokasi di Kampung Gulon, Rt.02/Rw21, Kelurahan Jebres, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah.
2. Objek Penelitian, dalam penelitian ini adalah pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gathering yang berada di Surakarta.
3. Subjek Penelitian, yang dipilih merupakan *key person* untuk mendapatkan bidang data berupa pandangan berdasarkan pandangan yang dialami dalam pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gathering maka diperoleh subjek penelitian yang dikategorisasikan sebagai berikut:
 - a. Subjek Internal, Wahyu Eko Prasetyo (pemilik Ruang Atas Artspace & Gathering), Acin Hery (pengelola Ruang Atas Artspace & Gathering), Arzena Ersidyandhi dan Yoyok Wardoyo (praktisi yang pernah terlibat dalam kegiatan Ruang Atas Artspace & Gathering)
 - b. Subjek Eksternal, Choirul Imam, Jumbuh Karo dan Sigit Purnomo Adi (pengunjung Ruang Atas Artspace & Gathering).

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan; Data Primer (Observasi, Wawancara dan Kuisisioner); dan Data Sekunder (Kajian Literatur dan Dokumen).

D. Alat Pengumpulan Data

Dikumpulkan menggunakan; Pertanyaan Wawancara (berisi pertanyaan umum, pertanyaan spesifik dan pertanyaan eksperimentif); Alat Perekam Suara (berfungsi untuk diolah menjadi transkrip sehingga diperoleh kutipan, sebagai bukti relevan untuk penentuan temuan penelitian); dan Catatan Lapangan (digunakan untuk merekam secara tertulis apa saja yang terjadi pada proses wawancara).

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) untuk menghasilkan strategi utama (*grand strategies*) pengembangan Ruang Atas Artspace & Gathering dan analisis SWOT dengan menggunakan diagram dan Matriks SWOT sehingga menghasilkan formulasi strategi pengembangan Ruang Atas Artspace & Gathering. Proses perumusan strategi terdiri dari tiga tahap yaitu: (1) Tahap Masukan, (2) Tahap Pencocokan, dan (3) Tahap Keputusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahap Masukan

1. Pemberian Bobot

Bobot menunjukkan tingkat kepentingan relatif suatu faktor terhadap keberhasilan usaha dalam suatu perusahaan atau organisasi. Bobot tiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai tiap faktor terhadap total nilai faktor. Bobot yang diberikan berada pada kisaran 0,000 (tidak penting) hingga 1,000 (paling penting). Faktor-faktor yang memiliki pengaruh besar pada organisasi diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot yang diberikan harus sama dengan 1,000. Melalui kuisisioner yang dibagikan kepada stakeholder, maka diperoleh data analisis internal (kekuatan dan Kelemahan) yang disajikan dalam matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan Analisis eksternal (peluang dan ancaman) secara ringkas disajikan dalam matriks *External Factor Evaluation* (EFE). Berikut ini rangkuman pemberian bobot faktor internal pada Ruang Atas Artspace & Gathering. Terdapat 7 orang narasumber kunci (4 pihak internal dan 3 pihak eksternal) yang berpartisipasi dalam data ini.

Tabel 1. Penilaian Bobot Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Faktor Internal	Wahyu	Acin	Arzena	Yoyok	Jumbuh	Choirul	Sigit	Rata-Rata
A	0.107	0.125	0.122	0.112	0.106	0.127	0.087	0.112
B	0.124	0.092	0.122	0.129	0.117	0.133	0.099	0.117
C	0.124	0.099	0.122	0.124	0.117	0.127	0.093	0.115
D	0.124	0.105	0.122	0.101	0.117	0.105	0.099	0.110
E	0.124	0.099	0.122	0.124	0.117	0.116	0.093	0.114
F	0.124	0.105	0.122	0.124	0.117	0.110	0.105	0.115
G	0.085	0.079	0.067	0.073	0.080	0.066	0.105	0.079
H	0.051	0.086	0.067	0.067	0.080	0.061	0.099	0.073
I	0.051	0.072	0.067	0.073	0.069	0.061	0.099	0.070
J	0.085	0.138	0.067	0.073	0.080	0.094	0.122	0.094
Total								1.000

Keterangan Indikator :

- A = Mampu membangun jaringan atau relasi yang baru.
 B = Produktif menyelenggarakan kegiatan seni yang beragam.
 C = Fleksibel memamerkan berbagai *genre* karya seni.
 D = Mempermudah akses secara administrasi dan kurasi.
 E = Menciptakan wadah berkesenian bagi seniman muda dan mahasiswa seni rupa di Surakarta.
 F = Membuat kegiatan seni yang bisa diadakan dimana saja (portabel).
 G = Penggunaan ruang pameran yang terlalu sempit dan bukan bangunan milik pribadi.
 H = Pengelolaan yang tidak terstruktur menjadi kelemahan dari Ruang Atas.
 I = Pengadaan teknis pameran (lampu tembak) yang masih terbatas.
 J = Pengembangan kuratorial dan penulisan yang masih kurang.

Pada Tabel 1, menunjukkan bahwa faktor internal pengelolaan Ruang Atas Artspace and Gathering (dilihat dari rata-rata) yang memiliki bobot tertinggi sebesar 0.117 adalah “Produktif menyelenggarakan kegiatan seni yang beragam” dan bobot yang terendah sebesar 0.070 adalah “Pengadaan teknis pameran (lampu tembak) yang masih terbatas”.

Tabel 2. Penilaian bobot faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Faktor Eksternal	Wahyu	Acin	Arzena	Yoyok	Jumbuh	Choirul	Sigit	Rata-Rata
A	0.186	0.183	0.163	0.141	0.179	0.200	0.140	0.170
B	0.186	0.171	0.188	0.205	0.179	0.200	0.163	0.185
C	0.070	0.110	0.113	0.103	0.179	0.082	0.163	0.117
D	0.186	0.207	0.175	0.154	0.179	0.165	0.163	0.176
E	0.140	0.110	0.138	0.154	0.095	0.141	0.128	0.129
F	0.140	0.110	0.113	0.128	0.095	0.118	0.116	0.117
G	0.093	0.110	0.113	0.115	0.095	0.094	0.128	0.107
Total								1.000

Keterangan Indikator :

A	= Mendapat banyak ajakan untuk berkolaborasi.
B	= Memanfaatkan media sosial untuk mengadakan kegiatan seni.
C	= Semakin sedikit Ruang seni lain yang bertahan di Surakarta.
D	= Berkesempatan menjadi <i>market place</i> bagi karya seniman muda dan mahasiswa seni rupa di Surakarta.
E	= Terkait pembiayaan (bujet) sebuah ruang seni kolektif.
F	= Terkait kesibukan lain dari tiap anggota atau personil.
G	= Terkait Kegiatan seni yang berkurang akibat dampak covid-19.

Pada Tabel 2, menunjukkan bahwa faktor eksternal pengelolaan Ruang Atas Artspace and Gathering (dilihat dari rata-rata) yang memiliki bobot tertinggi sebesar 0.185 adalah “Memanfaatkan media sosial untuk mengadakan kegiatan seni” dan bobot yang terendah sebesar 0.107 adalah “Terkait Kegiatan seni yang berkurang akibat dampak covid-19”.

2. Pemberian Peringkat

Peringkat menggambarkan seberapa efektif strategi organisasi atau perusahaan saat ini dalam merespons faktor strategis yang ada. Penilaian peringkat untuk lingkungan diberikan dalam skala dengan pembagian sebagai berikut:

Tabel 3. Pemberian peringkat untuk faktor internal dan eksternal

Lingkungan Internal	
<p>Kekuatan (+) <i>rating</i> 4 = sangat kuat <i>rating</i> 3 = kuat <i>rating</i> 2 = lemah <i>rating</i> 1 = sangat lemah</p>	<p>Kelemahan (-) <i>rating</i> 4 = sangat lemah <i>rating</i> 3 = lemah <i>rating</i> 2 = kuat <i>rating</i> 1 = sangat kuat</p>
Lingkungan Eksternal	
<p>Peluang (+) <i>rating</i> 4 = respons sangat superior <i>rating</i> 3 = respons di atas rata-rata <i>rating</i> 2 = respons rata-rata <i>rating</i> 1 = respons di bawah rata-rata</p>	<p>Ancaman (-) <i>rating</i> 4 = respons di bawah rata-rata <i>rating</i> 3 = respons rata-rata <i>rating</i> 2 = respons di atas rata-rata <i>rating</i> 1 = respons sangat superior</p>

Sumber: dikutip dari Rangkuti, SWOT Balanced Scorecard (2017: hlm.49)

a. Kekuatan (*Strengths*)

Tabel 4. Pemberian Peringkat terhadap Kekuatan (*Strengths*)

No	Kekuatan	Wahyu	Acin	Arzena	Yoyok	Jumbuh	Choirul	Sigit	Rata-Rata
A	Mampu membangun jaringan atau relasi yang baru.	4	4	4	4	4	3	4	3,857
B	Produktif menyelenggarakan kegiatan seni yang beragam.	3	3	4	4	4	4	3	3,571
C	Fleksibel memamerkan berbagai <i>genre</i> karya seni.	4	3	4	3	4	3	3	3,429
D	Mempermudah akses secara administrasi dan kurasi.	4	4	3	3	4	4	3	3,571
E	Menciptakan wadah berkesenian bagi seniman muda dan mahasiswa seni rupa di Surakarta.	3	3	4	3	4	4	3	3,429
F	Membuat kegiatan seni yang bisa diadakan dimana saja (portabel).	4	3	3	3	4	3	3	3,286

Berdasarkan Tabel 4, peringkat terhadap kekuatan Ruang Atas Artspace & Gathering yang terendah adalah “Membuat kegiatan seni yang bisa diadakan dimana saja (portabel)” dan yang tertinggi adalah “Mampu membangun jaringan atau relasi yang baru”.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Tabel 5. Pemberian Peringkat terhadap Kelemahan (*Weaknesses*)

No	Kelemahan	Wahyu	Acin	Arzena	Yoyok	Jumbuh	Choirul	Sigit	Rata-Rata
G	Penggunaan ruang pameran yang terlalu sempit dan bukan bangunan milik pribadi.	3	3	2	3	3	4	3	3,000

H	Pengelolaan yang tidak terstruktur menjadi kelemahan dari Ruang Atas.	3	3	3	2	3	3	3	2,857
I	Pengadaan teknis pameran (lampu tembak) yang masih terbatas.	3	3	3	2	3	4	3	3,000
J	Pengembangan kuratorial dan penulisan yang masih kurang.	2	3	1	2	1	3	1	1,857

Berdasarkan Tabel 5, peringkat terhadap kelemahan Ruang Atas Artspace & Gathering yang terendah adalah “Pengembangan kuratorial dan penulisan yang masih kurang”. Sementara itu yang tertinggi adalah “Penggunaan ruang pameran yang terlalu sempit dan bukan bangunan milik pribadi” dan “Pengadaan teknis pameran (lampu tembak) yang masih terbatas” memiliki peringkat yang sama atau setara.

c. Peluang (*Opportunities*)

Tabel 6. Pemberian Peringkat terhadap Peluang (*Opportunities*)

No	Peluang	Wahyu	Acin	Arzena	Yoyok	Jumbuh	Choirul	Sigit	Rata-Rata
A	Mendapat banyak ajakan untuk berkolaborasi.	4	3	3	3	4	3	3	3,286
B	Memfaatkan media sosial untuk mengadakan kegiatan seni.	3	3	2	3	3	3	4	3,000
C	Semakin sedikit Ruang seni lain yang bertahan di Surakarta.	3	3	4	3	3	3	2	3,000
D	Berkesempatan menjadi <i>market place</i> bagi karya seniman muda dan mahasiswa seni rupa di Surakarta.	3	3	1	3	3	2	3	2,571

Berdasarkan Tabel 6, peringkat terhadap peluang Ruang Atas Artspace & Gathering yang terendah adalah “Berkesempatan menjadi *market place* bagi karya seniman muda dan mahasiswa seni rupa di Surakarta”. Sementara itu peringkat tertinggi adalah “Mendapat banyak ajakan untuk berkolaborasi”.

d. Ancaman (*Threats*)

Tabel 7. Pemberian Peringkat terhadap Ancaman (*Threats*)

No	Ancaman	Wahyu	Acin	Arzena	Yoyok	Jumbuh	Choirul	Sigit	Rata-Rata
E	Terkait pembiayaan (bujet) sebuah ruang seni kolektif.	3	3	4	3	3	3	3	3,143
F	Terkait kesibukan lain dari tiap anggota atau personil.	2	3	3	3	4	3	3	3,000
G	Terkait Kegiatan seni yang berkurang akibat dampak covid-19.	3	3	3	3	4	3	3	3,143

Berdasarkan Tabel 7, peringkat terhadap peluang Ruang Atas Artspace & Gathering yang terendah adalah “Terkait kesibukan lain dari tiap anggota atau personil.”. Sementara itu yang tertinggi adalah “Terkait pembiayaan (bujet) sebuah ruang seni kolektif.” dan “Terkait Kegiatan seni yang berkurang akibat dampak covid-19.” memiliki peringkat sama atau setara.

3. Hasil Matriks IFE dan EFE

a. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Tabel 8. Hasil Analisis Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
A	Mampu membangun jaringan atau relasi yang baru.	0.112	3.857	0.432
B	Produktif menyelenggarakan kegiatan seni yang beragam.	0.117	3.571	0.418
C	Fleksibel memamerkan berbagai <i>genre</i> karya seni.	0.115	3.429	0.394
D	Mempermudah akses secara administrasi dan kurasi.	0.110	3.571	0.393
E	Menciptakan wadah berkesenian bagi seniman muda dan mahasiswa seni rupa di Surakarta.	0.114	3.429	0.391
F	Membuat kegiatan seni yang bisa diadakan dimana saja (portabel).	0.115	3.286	0.378
Total Nilai Kekuatan				2.406

Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
G	Penggunaan ruang pameran yang terlalu sempit dan bukan bangunan milik pribadi.	0.079	3.000	0.237
H	Pengelolaan yang tidak terstruktur menjadi kelemahan dari Ruang Atas.	0.073	2.857	0.209
I	Pengadaan teknis pameran (lampu tembak) yang masih terbatas.	0.070	3.000	0.210
J	Pengembangan kuratorial dan penulisan yang masih kurang.	0.094	1.857	0.175
Total Nilai Kelemahan				0.830
Total Kekuatan dan Kelemahan		1.000	-	3.236

Berdasarkan Tabel 8, memberikan hasil analisis matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) yaitu bobot skor tertinggi sebesar 0.432 adalah “Mampu membangun jaringan atau relasi yang baru”. Sedangkan yang terendah adalah sebesar 0.175 adalah “Pengembangan kuratorial dan penulisan yang masih kurang”.

b. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Tabel 9. Hasil Analisis Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
A	Mendapat banyak ajakan untuk berkolaborasi.	0.170	3.286	0.559
B	Memfaatkan media sosial untuk mengadakan kegiatan seni.	0.185	3.000	0.555
C	Semakin sedikit Ruang seni lain yang bertahan di Surakarta.	0.117	3.000	0.351
D	Berkesempatan menjadi <i>market place</i> bagi karya seniman muda dan mahasiswa seni rupa di Surakarta.	0.176	2.571	0.452
Total Nilai Peluang				1.917

Ancaman (Threats)				
E	Terkait pembiayaan (bujet) sebuah ruang seni kolektif.	0.129	3.143	0.405
F	Terkait kesibukan lain dari tiap anggota atau personil.	0.117	3.000	0.351
G	Terkait Kegiatan seni yang berkurang akibat dampak covid-19.	0.107	3.143	0.336
Total Nilai Ancaman				1.093
Total Peluang dan Ancaman		1.000	-	3.010

Hasil analisis matriks *External Factor Evaluation* (EFE) pada Tabel 9, bobot skor tertinggi sebesar 0.559 dimiliki oleh indikator “Semakin banyak ajakan berkolaborasi untuk terlibat dalam kegiatan seni (berperan dalam membuat tulisan, membangun gagasan, mendisplay karya, mengemas acara, membuat poster kegiatan seni)”. Sedangkan bobot skor terendah sebesar 0.336 adalah “Terkait Kegiatan seni yang berkurang akibat dampak covid-19”.

B. Tahap Pencocokan

1. Analisis Matriks IE (*Internal-Eksternal*)

Tahap ini merupakan tahap pencocokan dengan menggunakan tabel pembobotan dan peringkat pada matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) ke dalam matriks IE (*Internal-Eksternal*). Total nilai tertimbang pada matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) akan berada pada kisaran 1,0 (terendah) hingga 4,0 (tertinggi), dengan nilai rata-rata 2,5. matriks IE (*Internal-Eksternal*) mempunyai sembilan sel strategi yang dapat dikelompokkan menjadi tiga sel utama, yaitu :

- Growth and Build* (Tumbuh dan Kembangkan), berada pada sel I, II, dan IV. Strategi yang cocok adalah Intensif (Penetrasi Pasar, Pengembangan Pasar dan Pengembangan Produk) atau Integrasi (Integrasi ke Depan, Integrasi ke Belakang dan Integrasi Horizontal).
- Hold and Maintain* (Jaga dan Pertahankan), berada pada sel III, V dan VI. Strategi yang cocok adalah Penetrasi Pasar dan Pengembangan Produk.
- Harvest or Divest* (Panen atau Divestasi), berada pada sel VII, VIII dan IX. Strategi yang cocok adalah Strategi Divestasi, Diversifikasi Konglomerat dan Likuidasi.

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil IFE (*Internal Factor Evaluation*) sebesar 3.236 dan EFE (*External Factor Evaluation*) sebesar 3.010. Angka tersebut selanjutnya dapat menggambarkan posisi Ruang Atas Artspace & Gathering melalui matriks IE (*Internal-Eksternal*).

Tabel 10. Matriks IE (*Internal – Eksternal*) Ruang Atas Artspace & Gathering

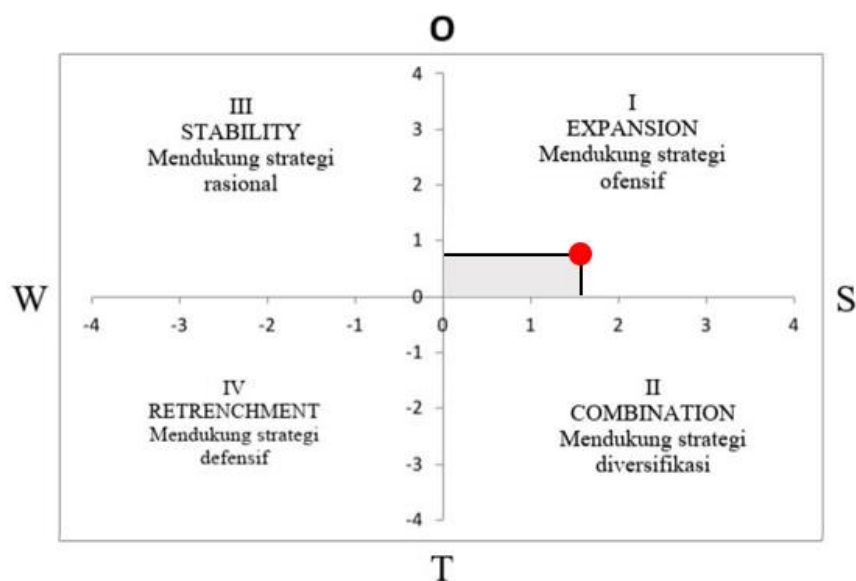
		Total Skor IFE			
		4,0	3,0	2,0	1,0
Total Skor EFE	4,0	I	II	III	
	3,0	IV	V	VI	
	2,0	VII	VIII	IX	
	1,0				

Posisi Ruang Atas Artspace & Gathering melalui matriks IE (*Internal-Eksternal*) menunjukkan *Growth and Build* (Tumbuh dan Kembangkan) karena berada pada posisi I. Berdasarkan tabel matriks IE (*Internal-Eksternal*) mengacu pada perencanaan strategi yang dikemukakan oleh Fred R. David (David dan David, 2017: hlm.124-133), strategi pengelolaan yang cocok pada posisi I adalah Strategi Intensif (Penetrasi Pasar, Pengembangan Pasar dan Pengembangan Produk) atau Strategi Integrasi (Integrasi ke Depan, Integrasi ke Belakang dan Integrasi Horizontal).

2. Kuadran Analisis SWOT

Untuk kuadran analisis SWOT pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gathering berdasarkan berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai Faktor Internal} &= \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} \\
 &= 2.406 - 0.830 \\
 &= 1.576 \\
 \text{Nilai Faktor Eksternal} &= \text{Peluang} - \text{Ancaman} \\
 &= 1.917 - 1.093 \\
 &= 0.824
 \end{aligned}$$



Gambar 1. Kuadran Analisis SWOT Ruang Atas Artspace & Gathering Surakarta

Berdasarkan kuadran Analisis SWOT Ruang Atas Artspace & Gathering menunjukkan posisinya berada pada kuadran I yaitu Ekspansi (*Expansion*), yang mendukung Strategi Ofensif atau Intensif. Mengacu pada perencanaan strategi yang dikemukakan oleh Fred R. David (David dan David, 2017: hlm.124-133), dalam strategi ini memerlukan upaya intensif dalam meningkatkan posisi kompetitif dari produk yang dihasilkan oleh Ruang Atas Artspace & Gathering. Strategi ofensif atau intensif dapat dilakukan melalui Penetrasi Pasar (*Market Penetration*), Pengembangan Pasar (*Market Development*), dan Pengembangan Produk (*Product Development*). Ruang Atas Artspace & Gathering berada pada posisi strategis yg sangat baik. Memiliki konsentrasi pada pasar/produk yang ada sekarang. Sehingga bisa memanfaatkan peluang dan kekuatan secara agresif.

C. Tahap Keputusan

1. Alternatif Strategi berdasarkan Matriks SWOT

Berdasarkan hasil matriks SWOT, memberikan beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gathering, yaitu :

- a. SO (*Strengths-Opportunities*)
 - 1) Mengembangkan dan meningkatkan kualitas kegiatan dan karya seni yang ditampilkan.
 - 2) Mengembangkan Jaringan atau relasi berkesenian dengan berkolaborasi menciptakan kegiatan seni bersama seniman muda dan mahasiswa seni rupa melalui media sosial.
 - 3) Membuat *market place* bagi karya-karya (berbagai *genre*) seniman muda dan mahasiswa seni rupa di Surakarta.
- b. WO (*Weakness-Opportunities*)
 - 1) Mengadakan kolaborasi dalam pengembangan gagasan terkait kuratorial dan penulisan.
 - 2) Menciptakan kegiatan seni *virtual* (pameran, *workshop*, diskusi seni,dll).
 - 3) Membuat startup *digital* seperti aplikasi atau akun resmi pada sosial media sebagai *market place digital* yang lebih terstruktur.
- c. ST (*Strengths-Threats*)
 - 1) Memberikan kesempatan magang untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola sebuah ruang seni.
 - 2) Mengakomodasi para seniman muda dan karya-karya ekperimental dengan proses kuratorial (seleksi) serta sistem sewa secara lebih mudah.
 - 3) Menyelenggarakan berbagai bentuk karya dan kegiatan seni yang baru (karya seni yang semakin beragam, lokasi yang bisa dimana saja bahkan melalui *virtual*).

d. WT (*Weakness-Threats*)

- 1) Meningkatkan pengelolaan dalam tata letak karya sedemikian rupa, tentunya dengan memperhatikan sisi artistiknya.
- 2) Mempunyai program rutin guna menjaga konsistensi dalam menghadirkan semangat dan konsep yang beragam.
- 3) Meningkatkan kreatifitas (konsep dan gagasan ide), pemahaman yang kuat akan ruang, serta menyiapkan energi untuk bekerja tanpa lelah.

2. Tahap Keputusan berdasarkan Matriks IE (*Internal-Eksternal*)

Posisi Ruang Atas Artspace & Gathering melalui Matriks IE berdasarkan pada perencanaan strategi yang dikemukakan oleh Fred R. David (David dan David, 2017: hlm.124-133), menunjukkan *Growth and Build* (Tumbuh dan Kembangkan) karena berada pada posisi I. Strategi yang cocok adalah Intensif (Penetrasi Pasar, Pengembangan Pasar, dan Pengembangan Produk) atau Integrasi (Integrasi ke Depan, Integrasi ke Belakang dan Integrasi Horizontal).

a. Intensif

- 1) Penetrasi Pasar, membuat dan mempromosikan kegiatan seni yang mendukung seniman muda atau mahasiswa seni rupa khususnya yang ada di Surakarta. Ruang Atas Artspace & Gathering mengajak siapa saja untuk bisa berpameran dan berbagi gagasan mengenai berbagai keilmuan dalam bidang seni (khususnya seni rupa).
- 2) Pengembangan Pasar, menambah dan memperluas jaringan kerjasama dengan komunitas pendukungnya (seniman yang menjaga konsistensi karyanya, pengunjung pembukaan pameran yang tidak pernah bosan dan yang terpenting adalah terus adanya pasokan seniman muda).
- 3) Pengembangan Produk, daya tarik utama Ruang Atas Artspace & Gathering sesungguhnya pada sajiannya yang tidak mainstream, yakni mengganti sistem seleksi, pameran dan penjualan karya (*merchandise*) bagi karya perupa muda atau mahasiswa seni rupa, berbaur dengan masyarakat (khususnya anak muda) Surakarta, serta berkolaborasi menggarap proyek multidisiplin dan antardisiplin.

b. Integrasi

Strategi yang digunakan adalah integrasi ke belakang yaitu menciptakan kesadaran bentuk dan karakter dari fungsi seni yang tidak seragam, membangun jejaring untuk meraih massa dan komunitas yang lebih luas, serta mengadvokasi pentingnya seni bagi masyarakat luas dan lembaga (baik swasta maupun pemerintah). Berdasarkan alternatif strategi matrik SWOT memang strategi ini tidak dihasilkan, tetapi untuk saat sekarang inilah strategi yang diterapkan oleh Ruang Atas & Gathering. Maka strategi masih sangat relevan untuk diterapkan dalam Ruang Atas Artspace & Gathering.

3. Tahap Keputusan berdasarkan Kuadran Analisis SWOT

Kuadran Analisis SWOT Ruang Atas Artspace & Gathering berdasarkan pada perencanaan strategi yang dikemukakan oleh Fred R. David (David dan David, 2017: hlm.124-133), menunjukkan posisinya berada pada kuadran I, *expansion* (mendukung strategi agresif), sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa pemanfaatan kekuatan dan peluang. Posisi tersebut mengarah pada strategi SO (*Strengths-Opportunities*), yaitu:

- a. Mengembangkan dan meningkatkan kualitas kegiatan dan karya seni yang ditampilkan.
- b. Mengembangkan Jaringan atau relasi berkesenian dengan berkolaborasi menciptakan kegiatan seni bersama seniman muda dan mahasiswa seni rupa melalui media sosial.

KESIMPULAN

Setelah didapatkan tujuan yang ingin dicapai maka selanjutnya merumuskan alternatif strategi-strategi untuk Ruang Atas Artspace & Gathering. Hasil analisis matriks IE (Internal-Eksternal), menunjukkan *Growth and Build* (Tumbuh dan Kembangkan) karena berada pada posisi I. Strategi yang cocok adalah Intensif (Penetrasi Pasar dan Pengembangan Produk). Sedangkan menurut hasil kuadran SWOT berada pada kuadran I, yaitu Ekspansi (*Ekspansion*), yang mendukung strategi ofensif. Berdasarkan hasil matriks IE dan kuadran SWOT, strategi generik yang akan digunakan adalah Ekspansi (*Expansion*). Untuk variasi strategi yang akan digunakan adalah ofensif (variasi strategi kuadran SWOT) serta penetrasi pasar dan pengembangan produk (variasi strategi dari matriks IE). Variasi strategi ofensif dilakukan dengan cara perluasan jangkauan dan jaringan yang mendukung upaya praktik seni yang dikembangkan oleh seniman-seniman muda yang menjadi consent Ruang Atas Artspace & Gathering, dalam upaya mengundang publik seni yang baru. Untuk memperluas jangkauan dapat dilakukan dengan menggunakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk sebagai berikut :

Penetrasi Pasar	: Membuat dan mempromosikan kegiatan seni yang mendukung seniman muda atau mahasiswa seni rupa khususnya yang ada di Surakarta. Dilakukan dalam upaya sosialisasi yang lebih gencar dan mencakup pasar yang lebih luas.
Pengembangan Produk	: Pengembangan produk/karya bagi kalangan yang lebih luas. Daya tarik utama Ruang Atas Artspace & Gathering sesungguhnya pada sajiannya yang tidak mainstream, yakni mengganti sistem seleksi, pameran dan penjualan karya (merchandise) bagi karya perupa muda atau mahasiswa seni rupa, berbaur dengan masyarakat (khususnya anak muda) Surakarta, serta berkolaborasi menggarap proyek multidisiplin dan antardisiplin. Pengembangan karya di sini bisa lebih fleksibel dengan lebih membuka diri terhadap masuknya seni populer untuk dikombinasikan dengan seni tradisi, tanpa menghilangkan nilai-nilai yang ada di dalamnya.

Hasil tahap keputusan Strategi Pengembangan Tata Kelola Ruang Atas Artspace & Gathering Surakarta memperlihatkan bahwa strategi ofensif yang dipakai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi Pasar, menekankan pada penguatan promosi dan publikasi dengan cara memanfaatkan jaringan kerjasama dengan pihak-pihak yang bersangkutan dan dengan pemanfaatan teknologi komunikasi/informasi. Sedangkan Pengembangan Produk, menekankan pada upaya kreatif dalam melakukan inovasi dengan upaya penguatan program-program yang memberikan wawasan pengetahuan dan skill atau keahlian/ketrampilan seniman muda atau mahasiswa seni dapat tercapai secara optimal.

Untuk 3 sampai 5 tahun mendatang jika strategi yang dihasilkan berdasarkan analisis SWOT diterapkan dan berjalan dengan baik dengan demikian strategi generik yang akan datang adalah fokus konsumen, untuk mewujudkan ruang berbagi secara inklusif antar sesama penikmat seni. Tidak hanya berfungsi untuk sarana apresiasi seni, Ruang Atas Artspace & Gathering digunakan sebagai ruang publik yang bersifat terbuka untuk masyarakat luas untuk menjaga hubungan atau relasi seni dapat berjalan dengan baik dan lancar. Variasi Strategi yang diterapkan untuk 3 sampai 5 tahun mendatang berdasarkan dari strategi generik fokus konsumen, adalah Pengembangan Pasar dan Pengembangan Produk.

Pengembangan Pasar, meningkatkan pangsa pasar dengan membuat suatu wadah berbagi yang ramah, memberikan tempat bagi mahasiswa seni, seniman muda dan para pekerja kreatif lainnya untuk berkesperimen dan menyampaikan karyanya ke publik secara lebih mudah. Dengan demikian, mampu menjangkau massa dan menciptakan iklim kreatif yang terbuka, ramah dan terjangkau bagi siapa saja. Pengembangan Produk, meningkatkan kualitas produk/jasa dan menjaga stabilitas keberlanjutan produk/jasa itu sendiri. Setelah didapatkan formulasi strategi tersebut maka dapat dirumuskan ke dalam tahapan implementasi strategi sebagai berikut :

Strategi	<ol style="list-style-type: none">1. Strategi Generik Ekspansi2. Variasi Strategi :<ol style="list-style-type: none">a. Penetrasi Pasar, menarik minat penikmat seni melalui bentuk ekspresi seni baru (meramu setiap ide, konsep, gagasan, teknik, media, dan presentasi) yang menjadi <i>consent</i> Ruang Atas Artspace & Gathering (secara gencar) dengan memanfaatkan jaringan media yang ada.b. Pengembangan Produk, mengembangkan kegiatan seni dengan terus berinovasi (pemikiran akan dunia seni, potensi budaya serta hubungan sosial) menjadi produk-produk kreatif untuk menambah daya tarik dan mudah diterima oleh khalayak.
Skill	Untuk menerapkan strategi tersebut maka, diperlukan pengetahuan yang terjadi dalam ruang seni terkait pengetahuan untuk membaca seni (bentuk dan proses penciptaan karya), memiliki pengalaman melakukan praktik seni, memiliki kepekaan atau kemampuan menilai seni (interpretasi karya dan apresiasi karya), memiliki kecakapan sosial (interaksi dengan penikmat karya saat berada di dalam ruang seni), memiliki <i>passion</i> dan memiliki pendidikan tata kelola seni.

Staf	Untuk menjalankan strategi tersebut maka, dibutuhkan SDM yang memahami dengan baik tentang visi dan misi Ruang Atas Artspace & Gathering yakni SDM yang mempunyai ideologi kurang lebih sama dengan Ruang Atas Artspace & Gathering sebagai sebuah awalan untuk melakukan pergerakan melalui penciptaan ruang.
Gaya	Gaya manajemen yang harus dilakukan adalah gaya manajemen <i>the analytical</i> yaitu orientasi pada hasil dan rencana/tujuan bisa tercapai dengan melakukan pendekatan analisis yang masuk akal. Sebagai contoh, kolaborasi seniman dengan akademisi, seniman dengan pemuda karang taruna, seniman dengan peneliti, seniman dengan pedagang, dan lain sebagainya. Hal tersebut menjadi bentuk perluasan ruang yang digunakan untuk memancing ketertarikan masyarakat umum untuk mengenal bentuk karya seni.
Sistem	Untuk sistem yang dilakukan oleh Ruang Atas Artspace & Gathering untuk menjalankan strategi ini masih banyak sekali yang harus diperbaiki terutama untuk penambahan SDM, walaupun dalam kemasan yang sederhana dan menyesuaikan dengan format ruang seni alternatif yang digunakan. Tugas dan fungsi sistem kemudian dikembangkan untuk kebutuhan kegiatan yang bersifat temporer, meliputi merancang pameran, menyusun konsep kurasi, memilih seniman dan karya seninya, merancang kegiatan pendukung (melibatkan publik) dan memproduksi pengetahuan (penulisan).
Struktur	Ruang Atas Artspace & Gathering bergerak independen (secara personal) dan dipegang penuh oleh Wahyu Eko Prasetyo, pemilik (<i>founder</i>) sekaligus menjabat sebagai Manajer Program Ruang Atas Artspace & Gathering. Untuk mencapai strategi ini sebaiknya struktur organisasi Ruang Atas Artspace & Gathering perlu menambahkan divisi pemasaran dan <i>research & development</i> .

KEPUSTAKAAN

- Creswell, John W. 2014. *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches, Fourth Edition* atau *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, Edisi Keempat. Terjemahan Achmad Fawaid dan Rianayanti Kusmini Pancasari. 2019. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David, Fred R. & Forest R. David. 2017. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Sixteenth Edition. England: Pearson Education.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *SWOT Balanced Scorecard: Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko*, Cetakan Kesebelas. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Susanto, Mikke. 2016. *Menimbang Ruang, Menata Rupa*, Edisi Revisi. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Wahana, E. Yura Attika Ara. 2019. *Manajemen Penciptaan Karya Seni Rupa (Studi Kasus Tim Produksi Aditya Novali)*. [Disertasi]. Yogyakarta: Program Studi Magister Tata Kelola Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Wisetrotomo, Suwarno. 2020. *Kurator Hulu Hilir Ekosistem Seni*. Yogyakarta: Nyala.
- Yuniati, Ika. 2018. *Ruang Alternatif untuk Seni Rupa*. Dalam Solopos, Kamis 18 Januari 2018 (halaman 8). Solo.

Informan :

Wahyu Eko Prasetyo (28 tahun). Pemilik Ruang Atas Artspace & Gathering.

Acin Hery (27 tahun). Pengelola Ruang Atas Artspace & Gathering.

Arzena Ersidyandhi (27 tahun). Praktisi (Illustrator dan Desainer Grafis).

Yoyok Wardoyo (26 tahun). Mahasiswa Seni Rupa Murni (Seni Lukis), Institut Seni Indonesia Surakarta.

Choirul Imam (25 tahun). Pengunjung Ruang Atas Artspace & Gathering yang memiliki latar belakang sebagai praktisi, yakni seorang Seniman Visual muda yang berasal dari Surakarta.

Jumbuh Karo (25 tahun). Pengunjung Ruang Atas Artspace & Gathering yang memiliki latar belakang umum (*general*) yakni, seorang Wirausahawan.

Sigit Purnomo Adi (39 tahun). Pengunjung Ruang Atas Artspace & Gathering yang memiliki latar belakang dari ranah akademis yakni, seorang Dosen Seni Grafis pada Prodi Seni Rupa Murni, Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD), Universitas Negeri Sebelas Maret (UNS), Surakarta.

Sumber Internet :

<https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/destination-category/ruang-kreatif/page/3/>

