

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian Strategi Pengembangan Tata Kelola Ruang Atas Artspace & Gathering Surakarta meliputi pengelolaan dalam mengembangkan karakter perusahaan serta formulasi strategi Ruang Atas Artspace & Gathering pada periode 2015-2020. Bertujuan mengidentifikasi strategi yang digunakan selama ini dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Di samping untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta memformulasikan pengembangan strategi yang digunakan Ruang Atas Artspace & Gathering. Ruang Atas Artspace & Gathering, merupakan salah satu ruang seni alternatif yang diinisiasi oleh seniman di Surakarta. Didirikan oleh salah satu seniman muda (seni rupa) Surakarta yaitu Wahyu Eko Praseto. Ruang Atas Artspace & Gathering berdiri pada tahun 2015 dan masih beroperasi hingga sekarang. Dalam kurun waktu 5 tahun (2015-2020), tercatat sebanyak 160 kegiatan seni telah diselenggarakan oleh Ruang Atas Artspace & Gathering. Kegiatan seni yang dibuat oleh Ruang Atas Artspace & Gathering meliputi; pameran (tunggal atau kelompok), diskusi seni, workshop hingga screening film.

Metode penelitian yang digunakan meliputi empat tahap. Tahap pertama menentukan lingkup penelitian yang terdiri dari objek penelitian dan subjek penelitian. Langkah kedua, melakukan teknik pengumpulan data primer (observasi, wawancara dan Kuisisioner) dan data sekunder (kajian literatur dan kajian dokumen). Langkah ketiga menentukan variabel yang mencakup faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Langkah keempat atau

terakhir, melakukan analisis data dengan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT.

Dari hasil analisis matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), Kekuatan yang menonjol pada Ruang Atas Artspace & Gathering adalah mampu membangun jaringan atau relasi yang baru. Ruang Atas Artspace & Gathering bergerak secara independen, perlu melakukan sebuah kerjasama dengan pelaku seni (mempunyai ideologi yang kurang lebih sama) untuk terus membangun jaringan atau relasi seni yang baru. Hal tersebut menjadi penting sebagai sebuah awalan untuk melakukan pergerakan melalui penciptaan ruang.

Sedangkan kelemahan yang menonjol pada Ruang Atas Artspace & Gathering adalah pengembangan kuratorial dan penulisan yang masih kurang. Sejak awal kemunculan Ruang Atas Artspace & Gathering mempunyai kebijakan secara umum terpusat pada komitmen mempromosikan dan menemukan karya-karya seniman muda atau mahasiswa seni rupa. Upaya pengembangan dalam hal kewacanaan (penulisan dan kuratorial) suatu kegiatan seni yakni dengan berfokus pada proses kreatif (termasuk perihal konsep, idiom, teknik, maupun media) yang diartikulasikan, digunakan, dan dipilih oleh para seniman. Hal tersebut bertujuan agar dapat menyampaikan makna, mendidik, menghibur, menginspirasi, dan memberikan tantangan yang mungkin lebih luas menuju hal-hal yang belum pernah terfikirkan dan dialami kebanyakan orang pada umumnya.

Berdasarkan hasil analisis matriks *External Factor Evaluation* (EFE), ditemukan indikasi peluang yang menonjol yakni mendapat banyak ajakan untuk berkolaborasi. Memanfaatkan kekuatan yang dimiliki (perihal jejaring dan relasi

yang dimiliki) memberikan peluang bagi Ruang Atas Artspace & Gathering dalam melakukan suatu kerjasama atau kolaborasi terkait kegiatan seni. Peluang tersebut muncul akibat yang ditimbulkan dari kemampuan yang dimiliki Ruang Atas Artspace & Gathering dalam membangun citra, meluaskan jaringan, dan menguatkan program seni yang dihadirkan.

Indikasi ancaman yang menojol pada Ruang Atas Artspace & Gathering yakni terkait kegiatan seni yang berkurang akibat dampak dari Covid-19. Berkaitan dengan pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia pada tahun 2020, berdampak pada berkurangnya intensitas penyelenggaraan kegiatan seni. Mengakali permasalahan tersebut, dengan memanfaatkan media sosial, Ruang Atas Artspace & Gathering menciptakan beberapa kegiatan seni secara virtual (dalam jaringan). Beberapa kegiatan seni seperti pameran seni dan diskusi seni diadakan secara virtual melalui instagram resmi Ruang Artspace & Gathering yakni @ruang.atas.

Upaya dalam mengoptimalkan strategi pengelolaan yang dapat membantu Ruang Atas Artspace & Gathering yakni menggunakan analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) berdasarkan variabel yang mencakup faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Hasil analisis matriks tersebut digunakan sebagai acuan dilakukannya formulasi strategi agar menghasilkan implikasi manajerial yang sesuai untuk pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gathering.

B. Implikasi Manajerial

Impikasi manajerial strategi dilakukan bagi pengelola (manajer) dalam mencapai objektif yang ingin diraih terkait pengelolaan Ruang Atas Artspace & Gathering pada masa atau periode tertentu (jangka panjang, menengah, dan pendek). 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 (*ekspansion*). 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 yaitu 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 yaitu 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 Ekspansi 2. 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> .

C. Keterbatasan Penelitian dan Saran

1. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terkait data jumlah pengunjung kegiatan pada tiap kegiatan seni (tahun 2015-2020) yang diadakan oleh Ruang Atas Artspace & Gathering. Keterbatasan tersebut dikarenakan data yang ada dilapangan tidak tersedia secara lengkap bahkan beberapa dokumen yang hilang akibat perpindahan lokasi (ruang fisik) yang dilakukan oleh Ruang Atas Artspace & Gathering. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuisioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh narasumber tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.

2. Saran

Hasil yang didapatkan dari penelitian terhadap Ruang Atas Artspace & Gathering menunjukkan karakter manajemen berdasarkan hasil analisis matriks IE (Internal-Eksternal) dan Kuadran SWOT, telah memunculkan

rekomendasi strategi-strategi yang bisa digunakan untuk mendukung pencapaian visi dan misi Ruang Atas Artspace & Gathering. Penelitian ini memiliki kelemahan yakni dalam menyusun strategi manajemen tidak semuanya mengandung empat pilar manajemen strategis yaitu *marketing* (pemasaran), *finance* (keuangan), *human resource* (SDM) dan *operation* (produksi/operasi). Disarankan dalam membangun manajemen yang kuat, dengan menyusun variabel *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang terdiri dari analisis empat pilar manajemen strategis tersebut. Guna memaksimalkan dalam membangun dan menyusun strategi manajemen untuk ke depannya.

Saran bagi penelitian selanjutnya yaitu membahas tentang peran pemimpin (sosok atau figur pemilik ruang seni) dalam manajemen Ruang Atas Artspace & Gathering ditinjau dari teori *project management leadership* yang dikemukakan oleh Rory Burke dan Steve Barron. Berdasarkan hasil dan temuan penelitian ini, peran pemilik galeri juga sangat menentukan bagi keberlangsungan organisasi didalamnya dengan melakukan banyak perubahan dan pengembangan program kegiatan, sehingga bisa terus eksis dalam memamerkan karya seniman lokal dan mancanegara. Ini yang menjadi menarik untuk diteliti jika dilihat dari kaca mata manajemen mengenai peran pemilik galeri. Pembahasan lain mengenai pemasaran (*marketing mix 4P; product, price, place, promotion*) pada Ruang Atas Artspace & Gathering belum tersentuh secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggiansyah. (2018). "Analisis Persepsi dan Harapan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Galeri Sangkring Art Space". *Jurnal Tata Kelola Seni*, Volume 4 No.1, Juni 2018: 21-34.
- Bujono, Bambang. 2017. *Melampaui Citra dan Igatan: Bunga Rampai Tulisan Seni Rupa 1968-2017*, Cetakan 1. Jakarta: Yayasan Jakarta Biennale.
- 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.
- Dani, Iwan Setiadi. (2019). "Perkembangan Studi Tata Kelola Seni dan Risetnya di Aras Global dan Lokal". *Jurnal Tata Kelola Seni*, Volume 5 No.2, Desember 2019: 87-102.
- David, Fred R. & Forest R. David. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Sixteenth Edition. England: Pearson Education.
- Gumay, Hafez. dkk. (2015). *Keberlangsungan Lembaga Seni di 8 Kota*. Jakarta: Koalisi Seni Indonesia.
- Gürşen, Aylin Ecem. (2020) "Art marketing as an emerging area in an emerging market". *Arts and the Market*, Volume 10 No.1, Maret 2020: 34-52.
- Han, Soomin, & Eungoo Kang. (2020). "The Marketing Strategy to Stimulate Customer's Interest in Art-Gallery Business Plan". *Journal of Distribution Science*, Volume 18 No.8, Agustus 2020: 47-54.
- Indarto, Kuss & B.S. Santoso. (2015). *Melacak Jejak Rupa*. Yogyakarta: UPTD Taman Siswa.
- Ngabito, Olivia Febrianty. (2020). "Pengelolaan Galeri Seni Langgeng Art Space dan Cemeti Art House di Yogyakarta". *Jurnal Tata Kelola Seni* Vol 6, No.1, Juni 2020: 43-52.

- Pangesti, Meita Anggi. (2019). "Manajemen Strategi Pada Pengelolaan Kersan Art Studio". *Jurnal Seni Rupa & Desain*, Volume 22 No.1, April 2019: 25-37.
- 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.
- Sucitra, I Gede Arya. (2015). "Wacana Postmodern Dalam Seni Rupa Kontemporer Indonesia". *Journal of Contemporary Indonesia Art*, Volume 1 No.1, April 2015: 30-40.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Susanto, Mikke. (2016). *Menimbang Ruang, Menata Rupa* (Edisi Revisi). Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Thibodeau, Bruce D, & Charles-Clemens Rüling. (2015). "Nonprofit Organizations, Community, and Shared Urgency: Lessons from the Arts and Culture Sector". *The Journal Of Arts Management, Law, and Society*, Volume 45 No.3, September 2015: 156-177.
- 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.
- Wijayanto, Heri. (2016). "Seniman sebagai Pemilik Galeri Studi Komparasi antara Tiga Manajemen Galeri Swasta di Yogyakarta". *Jurnal Tata Kelola Seni (TKS)*, Volume 2 No.2, Desember 2016: 97-111.
- Wisetrotomo, Suwarno. (2020). *Kurator Hulu Hilir Ekosistem Seni*. Yogyakarta: Nyala.

Artikel Media Cetak

Ricky P.D¹, Mariyana. (2016). “*Akhiri Bullying Via Seni*”. Solopos, Kamis 26 Mei 2016 (halaman 7). Solo.

_____², Mariyana. (2016). “*Kreasi Ruang Seni Untuk Diskusi*”. Solopos, Kamis 26 Mei 2016 (halaman 7). Solo.

_____³, Mariyana. (2016). “*Mural di Kampung Tanggap Bencana*”. Solopos, Kamis 26 Mei 2016 (halaman 7). Solo.

Yuniati, Ika. (2017). “*Eksplorasi Diri dalam Ruang Mini*”. Solopos, Sabtu 12 Agustus 2017 (halaman 8). Solo.

_____¹. (2018). “*Ruang Alternatif untuk Seni Rupa*”. Solopos, Kamis 18 Januari 2018 (halaman 8). Solo.

_____². (2018). “*Alternatif Media Dalam Ruang Rupa*”. Solopos, Sabtu 3 Maret 2018 (halaman 8). Solo.

Artikel Online

Afrianto, Damar Tri. (2020). “*Seni Bergerak di Ruang Virtual*” dalam Solopos.com, didapat dari: <https://m.solopos.com/seni-bergerak-di-ruang-virtual-1082757>, (diakses pada 25 Juli 2021, Pukul 15.09 WIB)

Isna¹. (2017). “*Kitchen – Litho, Gunakan Barang Dapur Sebagai Medium Seni Grafis*” dalam Poskita.co, didapat dari: <https://poskita.co/2017/10/16/kitchen-litho-gunakan-barang-dapur-sebagai-medium-seni-grafis/>, (diakses pada 25 Juli 2021, Pukul 16.18 WIB).

_____². (2017). “*Ruang Atas Space And Gathering Terapkan Manajemen Ndi Sing Selo*” dalam Poskita.co, didapat dari: <https://poskita.co/2017/08/24/ruang-atas-space-and-gathering-terapkan-manajemen-ndi-sing-selo/>, (diakses pada 4 Februari 2021, Pukul 14.36 WIB).

<https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/destination-category/ruang-kreatif/page/3/>, (Pukul 4 Februari 2021, Pukul 15.33).

<https://www.instagram.com/ruang.atas/>, (diakses pada 5 Februari 2021, Pukul 15.22).

Daftar Narasumber Penelitian

1. Narasumber 1

Nama : Wahyu Eko Prasetyo
Hari, Tanggal : Sabtu, 20 Maret 2021
Waktu : 16.00 – 17.00 WIB
Lokasi Wawancara : Restorans Best Western Premier Solo Baru
Lantai 3, Jl. Ir. Soekarno, Dusun II, Madegondo,
Kec. Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah
– 57552.
Durasi Wawancara : 22 menit 53 detik

2. Narasumber 2

Nama : Acin Hery
Hari, Tanggal : Sabtu, 20 Maret 2021
Waktu : 14.00 – 15.00 WIB
Lokasi Wawancara : Anak Panah Kopi Bizz Solo, Jl. Ronggowarsito
No.57, Keprabon, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta,
Jawa Tengah – 57131
Durasi Wawancara : 14 menit 52 detik

3. Narasumber 3

Nama : Arzena Ersidyandhi
Hari, Tanggal : Sabtu, 13 Maret 2021
Waktu : 14.00 – 15.00 WIB
Lokasi Wawancara : Anak Panah Kopi Bizz Solo, Jl. Ronggowarsito
No.57, Keprabon, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta,
Jawa Tengah – 57131
Durasi Wawancara : 20 menit 11 detik

4. Narasumber 4

Nama : Yoyok Wardoyo
Hari, Tanggal : Sabtu, 13 Maret 2021
Waktu : 16.00 – 17.00 WIB
Lokasi Wawancara : Anak Panah Kopi Bizz Solo, Jl. Ronggowarsito
No.57, Keprabon, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta,
Jawa Tengah – 57131
Durasi Wawancara : 22 menit 04 detik

5. Narasumber 5

Nama : Jumbuh Karo
Hari, Tanggal : Minggu, 14 Maret 2021
Waktu : 14.00 wib
Lokasi Wawancara : Anak Panah Kopi Bizz Solo, Jl. Ronggowarsito
No.57, Keprabon, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta,
Jawa Tengah – 57131
Durasi Wawancara : 18 menit 14 detik

6. Narasumber 6

Nama : Chairol Imam
Hari, Tanggal : Minggu, 14 Maret 2021
Waktu : 16.30 – 17.30 WIB
Lokasi Wawancara : Anak Panah Kopi Bizz Solo, Jl. Ronggowarsito
No.57, Keprabon, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta,
Jawa Tengah – 57131
Durasi Wawancara : 12 menit 40 detik

7. Narasumber 7

Nama : Sigit Purnomo Adi
Hari, Tanggal : Sabtu, 20 Maret 2021
Waktu : 18.30 – 19.30 WIB
Lokasi Wawancara : Rumah Narasumber – Jl. Kebakan Rt.02, Rw.06,
Sapen, Mojolaban, Sukoharjo, Jawa Tengah
57554.
Durasi Wawancara : 19 menit 02 detik

8. Narasumber 8

Nama : Halim HD
Hari, Tanggal : Selasa, 27 April 2021
Waktu : 15.00 – 17.00 WIB
Lokasi Wawancara : Rumah Narasumber – Desa Plesungan,
Rt.03/Rw.02, Plesungan, Gondangrejo,
Karanganyar, Jawa Tengah – 57773
Durasi Wawancara : 1 Jam 47 menit 48 detik