

Pengelolaan Ruang Publik M Bloc Space Melalui Peran Manajerial dan Peran Figur sebagai *Stakeholder Primer*

Sherlyta Seftiandy

Institut Ilmu Sosial & Ilmu Politik Jakarta,
Jl. Lenteng Agung Raya No.32, RT.11/RW.5, Lenteng Agung,
Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta-12610
E-mail: seftiandysherlyta23@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui lebih dalam terkait pengelolaan ruang publik berdasarkan dari tinjauan peran pemimpin dan peran *Stakeholder Primer* dalam M Bloc Space. Pertanyaan penelitian yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh dari peran manajer dan *stakeholder* dalam proses pengelolaan ruang publik di M Bloc Space. Karena M Bloc tergolong ruang publik baru yang berdiri kurang dari lima tahun. Apakah gambaran dari peran manajer dan *stakeholder* itu semua berpengaruh dalam proses pengelolaan sehingga pihak M Bloc Space yakin bahwa ruang publik ini *longlasting*. Fokus penelitian dengan jenis kualitatif deskriptif di mana pengumpulan data melalui proses wawancara mendalam, sehingga penulis bisa mendapatkan informasi lebih banyak tentang peran manajerial di M Bloc Space. Penelitian ini mengambil lokasi di M Bloc Space yang tepatnya ada di Kawasan Blok M Jakarta Selatan dan mengambil objek semua pemimpin yang bekerja di M Bloc Space.

Kata kunci: *pengelolaan ruang publik, peran manajerial, stakeholder primer*

Public Space Management in M Bloc Space Through Managerial Roles As The Figures And Primary Stakeholder

ABSTRACT

This study aims to determine the management of public space based on a review of the role of leaders and the role of Primary Stakeholders in M Bloc Space. The research question examined in this study is how the influence of the role of managers and stakeholders in the public space management process in M Bloc Space. Because M Bloc is a new public space that hasn't been around for more than 5 years. Does the description of the roles of managers and stakeholders affect the management process so that M Bloc Space believes that this public space is long-lasting? This research is descriptive qualitative research in which the authors collect data through in-depth interviews (in-depth interview) and accompanied by documentation so that it can further dig up information on managerial roles in M Bloc Space. This research takes place in M Bloc Space, which is precisely in the Blok M area of South Jakarta and takes the objects of all the leaders who work at M Bloc Space.

Keywords: *management of public space, managerial role, primary stakeholder*

PENDAHULUAN

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

Seperti tahun 2020 lalu, ruang publik M Bloc Space hadir dan tengah viral dalam mengindahkan Kota Jakarta. Dewasa ini, industri kreatif di ibukota bertumbuh beriringan dengan pelaku kreatif yang terus melahirkan berbagai karya serta kolaborasi di dalam berbagai komunitas. Didukung dengan kondisi tersebut, maka diperlukanlah ruang yang penting untuk memelihara keberlanjutan komunitas-komunitas tersebut. Berbagai foto di lokasi M Bloc Space ini mulai memenuhi *timeline* linimasa. Karena sejak *opening*, ruang kreatif ini banyak menarik perhatian masyarakat. Dengan bangunan bergaya *vintage* ala 1950-an masih tertata rapi di pinggir jalan Blok M.

Pada masa itu rumah-rumah tersebut merupakan Rumah Dinas Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI). Pasalnya sejak 1971, kompleks itu merupakan tempat percetakan uang yang juga tempat tinggal karyawan. Tahun 1991, PERURI membangun kawasan baru di Karawang, Jawa Barat. Setelah selesai pembangunan, semua aktivitas berpindah ke sana. Tahun 2005 bangunan di kawasan Blok M pun mulai kosong dan dibiarkan tertidur dengan jangka waktu yang lama. Perihal aset negara yang mangkrak ternyata negara punya Lembaga Manajemen Aset Negara (LMAN) yang salah satu tugasnya mengelola

dan mengoptimalkan aset negara yang dikategorikan mangkrak. Menurut Direktur Utama LMAN, pengelolaan aset mangkrak ini bisa memberi pemasukan sekitar 65 sampai dengan 249 miliar rupiah dalam kurun waktu satu tahun, sejak lembaga ini dibangun pada tahun 2016. Ditargetkan untuk setiap tahunnya bisa naik sampai dengan 100 miliar rupiah. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN) menyatakan kurang lebih ada 1.000 aset yang dikategorikan mangkrak. Dan saat ini aset tersebut sudah direnovasi dan dipasarkan. Untuk itu, LMAN berharap kepada seluruh pengelola Barang Milik Negara (BMN) dalam hal memanfaatkan aset milik negara agar menjadi tempat yang bermanfaat dan tidak terbengkalai. Pihak PERURI menyetujui untuk bekerja sama dengan pihak M Bloc Space karena menurut mereka ini menjadi salah satu hal yang menarik sebab adanya unsur kreatif dalam memberdayakan potensi generasi milenial. Sekiranya ada 16 rumah dinas yang disulap menjadi deretan kafe bermerek lokal. Sementara 12 rumah sisanya yang merupakan gudang dibangun sebagai tempat pertunjukan musik yang dinamakan *Live House*. Ruang pentas musik itu memiliki luas 450 m².

M Bloc Space berdiri di tangan beberapa *public figure* ternama seperti Glenn Fredly (Musisi dan Penyanyi), Handoko Hendroyono (*Founder* Filosofi Kopi), Jacob Gatot Sura (Arsitek), Lance Mengong (*Film Director*), Mario Sugianto (*Founder* Digicrow), dan Wendi Putranto (Seringai Band). Pentingnya publik figur dalam sebuah kesuksesan sebuah *brand* juga dianggap penting dalam memperluas bisnis ruang publik di M Bloc Space. Handoko sempat bercerita, awal gagasan hadirnya M Bloc Space. Sebelum mendapatkan tempat rumah bekas PERURI, sempat terbesit ide untuk membangun ruang kreatif ini di Solo tepatnya di Lokananta yang dulu merupakan perusahaan rekaman pertama di Indonesia. Tapi, ketika mendapat kesempatan kerja sama dengan PERURI, Handoko memanfaatkan kesempatan tersebut dan menuangkan sebagian ide itu dalam konsep M Bloc Space.

Sejak awal *opening*, kawasan ini menjadi daya tarik kalangan muda. Tidak hanya itu, konsep dari M Bloc Space sangat inklusif. Terdapat enam keunikan dari M Bloc Space antara lain; 1) Berbagai kafe dan restoran dengan makanan khas daerah seperti Kedai Katong yang merupakan spesialis makanan Indonesia Timur, atau *Padang to Go* yang menyediakan makanan khas Padang; 2) Melihat pertunjukan musik di M Bloc Live House. *Outdoor venue* hasil kolaborasi ide dari Glenn Fredly dan Tompi ini memiliki kegiatan rutin dalam pementasan band atau kelompok vokal dalam setiap harinya. Disediakan juga spot mural bagi seniman-seniman yang mau berkunjung; 3) Memiliki perpustakaan musik dan buku yang menjual berbagai CD dari berbagai label; 4) Pusat *local brand* di mana banyak penyewa yang menjual pakaian, perlengkapan dengan merek lokal; 5) *Cashless*, di mana semua *tenant* (penyewa) di M Bloc Space menggunakan sistem pembayaran menggunakan *e-money*, kartu debit atau kredit; 6) Tidak menyediakan tempat

parkir. Dari sekian banyak keunikan yang paling menarik dari konsep ruang publik ini adalah tidak menyediakan lahan parkir.

Dalam proses wawancara, Handoko menuturkan, hal ini diperlukan guna mengedukasi dan memaksa masyarakat untuk memanfaatkan fasilitas publik, serta naik transportasi umum merupakan upaya dalam mengurangi polusi udara. Selain itu, cara ini dipercaya dapat meningkatkan kembali budaya berjalan kaki. Meski tidak ada lahan parkir, tetapi antusiasme pengunjung tetap tinggi sejak awal dibuka sampai saat ini. M Bloc Space berada di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dengan stasiun MRT, halte TransJakarta koridor 13, dan Terminal Bus Blok M. Saat ini M Bloc sudah memiliki 17 *tenant* serta 6.000 orang pengunjung per hari. Direktur Keuangan Perum PERURI menyatakan bahwa pada saat *weekend* pengunjung M Bloc Space bisa sampai 11.000 orang. Sejak dibuka, selama tiga bulan omzet dari M Bloc mencapai sekitar 18 miliar rupiah. Melihat antusiasme dari pengunjung, ruang publik M Bloc Space akan ada pengembangan area tahap kedua dalam waktu dekat. Area M Bloc akan meluas menjadi 8000 meter persegi dari 6500 meter persegi sebelumnya. Area tersebut berupa M Bloc Market, *Museum Gallery*, dan *Community Hall*. Tujuannya sebagai optimalisasi peningkatan UMKM di Indonesia. Dalam kerja sama PERURI dan M Bloc ini, sistem bagi hasil yang mereka gunakan adalah *sharing revenue* sebesar 7,5%.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui lebih dalam terkait pengelolaan ruang publik berdasarkan dari tinjauan peran pemimpin dan peran *Stakeholder Primer* dalam M Bloc Space.

METODE PENELITIAN

a. Lingkup Penelitian

1) Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di M Bloc Space, Jalan Panglima Polim No.37, RW1, Melawai, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta - 12160.

2) Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah peran manajerial dan figur sebagai *stakeholder* kunci dalam pengelolaan ruang publik M Bloc Space.

3) Subjek Penelitian

Narasumber dari M Bloc Space:

- Handoko Hendroyono sebagai *Founder* dari M Bloc Space.

Co-founder dari M Bloc Space yang memiliki semua ide dan *masterplan* di M Bloc, bagaimana proses *payment* di M Bloc, dan ia juga yang memiliki ide bahwa *merchant* yang ada di M Bloc Space harus *local brand* Indonesia. Seorang pakar *marketing* yang sangat mencintai dunia kreatif. Ia juga sangat ambisius dalam

menaikkan *local brand* Indonesia. Selain itu, Handoko Hendroyono adalah seorang *creative storyteller* di OneComm Indonesia dan produser film, yang telah memproduksi banyak film terkenal.

- Wendi Putranto sebagai salah satu *Co-Founder*

Co-Founder sekaligus *Program Director* M Bloc Space. Wendi yang menentukan semua jalannya konsep M Bloc dan *controlling* semua program yang berjalan di M Bloc Space.

Penelitian ini menggambarkan mengenai peran pemimpin serta peran *stakeholder* dalam mengelola M Bloc Space sebagai salah satu ruang publik dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara daring dengan pengajuan 21 pertanyaan berdasarkan Teori Manajerial, Teori Analisis *Stakeholder*, dan Teori Pengelolaan Ruang Publik. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan pedoman wawancara, alat perekam, serta kamera.

b. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara.

1. Observasi dilakukan dengan mendatangi ruang publik dan mengamati kegiatan-kegiatan yang berlangsung selama masa penelitian. Dan pada saat yang bersamaan bertemu dengan beberapa *founder* serta staf untuk memberikan surat izin untuk melakukan proses wawancara pada hari dan tanggal yang sudah ditentukan.

2. Wawancara dilakukan pada waktu yang sudah disepakati antara penulis dengan pihak ruang publik. Dalam wawancara yang dilakukan kepada kedua narasumber, penulis menggunakan wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur (Moleong, 2013). Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang bisa ditetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber, sedangkan wawancara tidak terstruktur digunakan untuk menggali informasi yang sifatnya tidak baku atau informasi yang tunggal.

3. Narasumber yang diwawancarai dianggap sangat memiliki kapabilitas untuk menjelaskan semua konsep pengelolaan dan manajerial di ruang publik tersebut sehingga bisa memberikan data yang valid.

c. Analisis Data

1. Mentranskrip hasil wawancara, dengan mendeskripsikan jawaban yang berupa audio ke dalam format teks sesuai dengan pertanyaan yang diajukan kepada narasumber yang menjadi fokus objek dalam penelitian.

2. Melakukan pengelompokan data, dengan memilah dan memilih hasil jawaban narasumber mana saja yang termasuk dalam bentuk pengelolaan ruang publik dan mana saja yang termasuk ke dalam peran manajerial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel di bawah ini merupakan kategori hasil temuan penelitian pada M Bloc Space.

Tabel 1. Kategori Hasil Temuan Penelitian pada Ruang Publik M Bloc Space

Peran Manajerial			
No.	Variabel	Indikator	Hasil dan Temuan
1.	Peranan Hubungan Antarpribadi (interpersonal role)	1. Peranan sebagai tokoh (<i>figurehead role</i>) 2. Peranan sebagai pemimpin (<i>leader role</i>) 3. Peranan sebagai penghubung (<i>liaison role</i>)	1. Manajer atau pemimpin dalam suatu organisasi harus menjalankan peran seremonialnya sebagai bentuk wakil organisasi yang dipimpin. Misalnya sebagai contoh menjamu tamu penting. Di antara keenam <i>founder</i> ini masih bisa saling mengisi terlebih dalam peran <i>figure head</i> karena di M Bloc hampir semua <i>founder</i> memang sudah terkenal sebelumnya, sehingga ketika ada sesuatu yang harus didampingi, siapa saja bisa melakukan itu. Contohnya ketika M Bloc baru diresmikan, Wisnutama sebagai Menteri Pariwisata berkunjung untuk memonitor M Bloc Space itu seperti apa. Secara di sana mereka mendapat <i>support</i> juga dari menteri pariwisata. 2. Pemimpin/manajer itu harus memiliki tanggung jawab atas semua yang dilakukan karyawannya dalam organisasi yang dipimpin, bahkan untuk <i>leader</i> di M Bloc semua bisa memimpin dengan bentuk kepemimpinan yang demokratis, karena semua orang bebas mengemukakan ide dan pendapatnya. 3. Dalam menjalin hubungan, membina hubungan antara internal dan juga <i>stakeholder</i> semua <i>founder</i> kompak ikut serta. Dan juga pihak

		PERURI yang memberikan dukungan atas relasinya sehingga dapat menggaet banyak lembaga pemerintahan untuk membesarkan M Bloc ini.
2.	<p>Peranan yang berhubungan dengan informasi (<i>informational role</i>)</p> <p>A. Peranan sebagai pemonitor (<i>Monitor role</i>)</p> <p>B. Peranan sebagai pembagi informasi (<i>disseminator role</i>)</p> <p>C. Peranan sebagai juru bicara (<i>spokesman</i>)</p>	<p>1. Mengenai <i>monitoring</i> semua tim punya tanggung jawab masing-masing terhadap pekerjaannya.</p> <p>2. Sebagai satu manajemen harus saling mengisi dan memberi informasi kepada tim. Apapun yang terjadi mulai dari hal yang baik, pencapaian, hingga hal terburuknya.</p> <p>3. Semua <i>founder</i> atau manajemen juga memiliki peran sebagai juru bicara dalam seluruh kegiatan yang diselenggarakan M Bloc.</p>
3.	<p>Peranan pengambilan keputusan (<i>decisional role</i>)</p> <p>a. Peranan sebagai wirausaha (<i>entrepreneur role</i>)</p> <p>b. Peranan sebagai pereda gangguan (<i>disturbance handler role</i>)</p> <p>c. Peranan sebagai pengalokasi sumber daya (<i>resource allocator role</i>)</p> <p>d. Peranan sebagai negosiator (<i>negosiator role</i>)</p>	<p>1. M Bloc selalu berkomunikasi dengan <i>stakeholder</i>, terutama kepada PERURI selaku yang mempunyai kebijakan atas tempat ini. Komunikasi dan diskusi selalu dibuka untuk menggali perkembangan M Bloc ke depannya; potensi apa yang bisa digali dalam ruang kreatif tersebut; dan ketika pengambilan keputusan, semua pihak selalu melibatkan PERURI.</p> <p>2. Di mana pun berada kita akan tetap bertemu dengan salah satu gangguan. Baik yang disengaja maupun yang tidak terduga. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk punya banyak opsi atau rencana. Ketika rencana itu tidak berjalan sesuai dengan ekspektasi, M Bloc masih punya banyak opsi.</p> <p>3. Ada survei yang menyatakan bahwa anak muda masa kini memang suka mencari kerja sesuai <i>passion</i>. Bahkan ada yang mengatakan bahwa dari hobi yang kita senangi bisa mendapatkan uang tanpa harus menjadi pekerja yang selalu diatur orang lain, atau istilahnya menjadi budak perusahaan. Oleh karena itu, M</p>

Bloc melihat potensi teman-teman menonjol pada bidang apa lalu dikoneksikan dengan divisi tersebut. Intinya, M Bloc dari sisi kepemimpinan ingin membuat semua orang menjadi kreatif tanpa harus merasa ada tekanan yang kuat, sehingga mereka bisa dengan senang hati menyelesaikan tanggung jawabnya. Negosiasi merupakan hal yang penting dan ilmu ini akan sangat berguna mulai dari jual beli barang sampai kepada hal mengelola orang pun perlu bernegosiasi. Tapi hal negosiasi di sini tidak hanya berlaku kepada antarkaryawan saja, tetapi belajar bernegosiasi dengan pihak-pihak yang juga sebagai *stakeholder* di M Bloc Space.

Teori Analisis Stakeholder

No.	Variabel	Indikator	Hasil dan Temuan
1.	Stakeholder Utama (Primer) Peran Stakeholder	A. Masyarakat B. Manajer 1. Pemegang Saham/Pemilik 2. Pegawai 3. Suplier 4. Bank 5. Konsumen 6. Pesaing/ Kompetitor 7. Pemerintah	1. Yang menjadi <i>stakeholder</i> primer dalam penelitian ini adalah seorang manajer M Bloc Space di mana peran <i>stakeholder</i> tersebut sebagai Pemegang Saham/Pemilik yang juga merupakan sosok figur di masyarakat, atau memiliki peranan penting di masyarakat.
2.	Stakeholder Pendukung (Sekunder)	A. Lembaga Pemerintah B. Lembaga NonPemerintah	1. Untuk <i>stakeholder</i> pendukung di sini adalah Lembaga Pemerintah dan juga NonPemerintah seperti Dinas Pariwisata, Suplier, Perbankan.
3.	Stakeholder Kunci	A. Dinas yang langsung membawahi <i>project</i>	1. Yang merupakan <i>stakeholder</i> kunci dalam penelitian ini adalah pihak PERURI, karena mereka yang langsung membawahi <i>project</i> dari M Bloc Space.

Teori Pengelolaan Ruang Terbuka Publik

No	Variabel	Indikator	Hasil dan Temuan
1.	Perencanaan (Planning)	Membuat strategi untuk mencapai tujuan tersebut dan mengembangkan rencana aktivitas pekerjaan organisasi.	1. Dalam proses perencanaan, M Bloc memiliki banyak strategi yang dilakukan untuk bisa mendatangkan banyak pengunjung setiap harinya. Seperti agenda mingguan <i>Live Music, Webinar, Talkshow</i> yang berkaitan dengan bidang seni. Dalam proses tersebut tim mengembangkan aktivitas dan rencana acara apa saja yang akan diselenggarakan dan acara yang segera dieksekusi.
2.	Pengorganisasian (Organization)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Objective</i> atau tujuan 2. Pembagian kerja 3. Penempatan tenaga kerja 4. Wewenang dan tanggung jawab 5. Pelimpahan wewenang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. M Bloc Space dalam keterkaitannya untuk pembagian kerja dilihat dari divisi masing-masing, karena setiap divisi sudah memiliki pembagian kerja. 2. Dalam proses pengarahan dari sisi <i>leadership</i>, sikap, komunikasi, supervisi, sampai ke tahap disiplin, M Bloc space selalu menerapkan gaya demokratis dalam kepemimpinannya untuk bisa mendengarkan ide dan juga saran dari tim yang lain.
3.	Pengarahan (Actuating)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemimpinan 2. Sikap dan morel 3. Tata hubungan 4. Supervisi 5. Disiplin 	1. M Bloc Space juga memiliki KPI terhadap acara-acara yang sudah dilaksanakan dan mempunyai parameter pengukurannya untuk melihat seberapa besar peminat acara-acara seni, seberapa banyak pengunjung yang datang atau hadir dalam acara tersebut, baik secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> .
4.	Pengawasan (Controlling)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menentukan standar atau dasar pengawasan 2. Ukuran pelaksanaan 3. Bandingkan pelaksanaan dengan standar dan temukan jika ada perbedaan 	1. Biasanya tim dari M Bloc Space melakukan evaluasi setelah selesai menyelenggarakan acara. Setelah itu, evaluasi tersebut dibuat acuan berdasarkan poin-poin yang sudah distandarisasi supaya acara yang akan datang bisa lebih sukses dan menjangkau lebih banyak orang.

Pengelolaan Ruang Publik

Ruang publik memberi karakter yang luas, seperti singkatnya bahwa pengertian ruang publik merupakan ruang yang berfungsi untuk menampung aktivitas masyarakat yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, dan budaya. Struktur, kejelasan, dan identitas dari M Bloc Space memberi pemahaman yang cepat kepada masyarakat akan hadirnya ruang publik. Struktur kawasan kota wajib dikenali untuk mengetahui daerah manakah yang perlu dikembangkan. Hal ini sebagai kejelasan bagi manajemen dan salah satu unsur penting yang dapat menarik perhatian, karena pada dasarnya orang akan mudah terkesan dan cenderung mengingat apa yang pernah mereka lihat. Kerapian, keamanan, dan kenyamanan juga menjadi elemen penting dalam pengelolaan ruang publik. Seperti yang kita ketahui bahwa faktor penting yang sering kali diabaikan oleh pengelola adalah banyak keluhan dari masyarakat atas ketidaknyamanan atau merasa tidak aman.

Dalam hal ini M Bloc Space memiliki kualitas ruang publik yang baik dari sisi menciptakan ruang yang demokratis bagi siapapun yang berkunjung. Pengunjung dapat ikut serta meramaikan kegiatan atau aktivitas berkala yang diselenggarakan oleh M Bloc seperti kebebasan dalam menampilkan performa bermusik di panggung *Live House*, pengunjung juga bebas memberikan ide dan masukan bagi para pengelola M Bloc tapi tentunya dengan aturan yang berlaku. Selain itu, sikap yang demokratis ini juga dibangun dalam peran kepemimpinan di ruang publik tersebut. Hadirnya suasana yang demokratis ini akan dibahas lebih lanjut dalam variabel peran kepemimpinan.

Berdasarkan hasil wawancara pada dua narasumber menyatakan bahwa M Bloc Space menerapkan empat tahapan dalam proses pengelolaan ruang publik atau ruang kreatif yang didasari dengan *Planning, Organizing, Actuating*, serta *Controlling*. Tahap perencanaan yang dilakukan oleh M Bloc Space adalah membuat strategi dari kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan dalam beberapa waktu ke depan, baik kegiatan berkala maupun kegiatan tahunan. Pihak M Bloc juga sangat memperhatikan tahap pengorganisasian di mana mereka memperhatikan masyarakat, pihak-pihak yang dapat terlibat dalam acara tersebut. Dilanjutkan dengan pengarahan selama proses kegiatan di mana pengarahan ini dilakukan oleh pemerintah atau *stakeholder* terkait dan juga pengarahan dari pihak manajemen. Diakhiri dengan proses pencapaian yang dipantau melalui KPI untuk setiap acara dan kegiatan setelahnya yaitu pihak manajemen M Bloc melakukan *meeting* terkait pembahasan *improvement* apa yang harus dilakukan dan ditingkatkan untuk kegiatan selanjutnya.

Menurut Michelson dan Reed 1975 dalam (Laurens, 2005) proses *behavior setting* juga menguraikan dan mengomposisikan aktivitas berkala, aktivitas mingguan, atau musiman. Proses tersebut juga ditinjau dalam berbagai dimensi antara lain:

- a. Aktivitas
- b. Penghuni
- c. Kepemimpinan

Dengan dimensi tersebut akan terlihat siapa yang berperan sebagai pemimpin, siapa yang mengarahkan acara atau kegiatan dalam *setting*, atau siapa yang mengendalikan *behavior setting*.

- d. Populasi

Adalah banyaknya partisipan yang ikut serta ke dalam *setting*. Komunitas dianggap lebih baik jika memiliki banyak *setting*. Partisipan bisa aktif berpartisipasi tanpa perintah atau pengarahan dari pemimpinnya saja.

- e. Ruang

Ruang tempat terjadinya *setting* dapat terjadi secara rutin.

- f. Objek

- g. Mekanisme perilaku

Mekanisme perilaku diperlukan untuk mengetahui sejauhmana interdependensi antara dua entitas antara M Bloc Space dan PERURI yang masing-masing mempunyai atribut untuk menjadi sebuah *behavior setting*. Dimulai dari aktivitas berkala yang M Bloc miliki seperti acara pentas musik mingguan, *talk show*, webinar lalu didukung dengan atribut kepemimpinannya yang mengetahui siapa yang harus berperan sebagai pemimpin dan siapa yang melaksanakan atau mengarahkan dari acara berkala atau *behavior setting*. Dalam lingkup itu semua M Bloc Space memiliki orang yang khusus *monitoring* dan mengeksekusi agenda-agenda tersebut.

Peran Kepemimpinan

Peran kepemimpinan juga diukur oleh beberapa elemen menurut Mintzberg sebagai berikut:

Peran Interpersonal (*Interpersonal role*)

1. Peran sebagai tokoh (*Figurehead role*)

Pemimpin di dalam perusahaan memiliki peran sebagai wakil dari organisasi. Contoh ketika menjamu tamu penting; dalam M Bloc Space ini sebenarnya di antara keenam *founder* akan saling mengisi sebagai *leader*, karena dalam M Bloc banyak juga *founder* yang sudah terkenal sebelumnya seperti Glenn Fredly, Wendi atau Lance Mengong, sehingga ketika memang ada sesuatu yang harus didampingi siapa saja bisa melakukan itu. Contoh yang lain ketika M Bloc baru diresmikan dan mendapatkan *support* langsung dari Wisnutama sebagai Menteri Pariwisata maka, sebagai *founder* harus punya peran seremonial. Dengan menganut peran manajerial *figure head* di mana keenam *founder* berperan juga sebagai penghubung, di situlah suasana demokratis jadi terbangun dengan baik

dikarenakan tim dalam M Bloc Space bebas menuangkan ide, saran, dan kreativitas mereka sejalan dengan peraturan yang berlaku.

2. Peran sebagai pemimpin (*Leader role*)

Sebagai pemimpin, memiliki tanggung jawab atas semua hal yang dilakukan karyawannya dalam organisasi yang mereka pimpin. Di mana pemimpin bisa mengarahkan, memotivasi, dan menciptakan kondisi yang baik bagi pekerjanya. Seperti yang dijelaskan salah satu *founder* bahwa untuk menjadi *leader*, semua di sini bisa memimpin. Tetapi secara keseluruhan lebih banyak diambil alih oleh Handoko dan juga Wendi. Karena di M Bloc juga banyak tim yang kebanyakan anak muda dan penuh dengan berbagai ide sehingga gaya kepemimpinan yang digunakan lebih kepada demokratis. Karena semua orang di M Bloc bebas dalam hal mengemukakan ide dan pendapatnya sebagai tim.

3. Peran sebagai penghubung (*Liaison role*)

Pemimpin/manajer memelihara hubungan yang kooperatif dengan bawahannya juga dengan *stakeholder* lainnya di luar organisasi tersebut. Hal ini baik dalam upaya menjaga hubungan dengan pihak luar dan bawahannya serta mencari informasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Sesuai pendapat dari Mintzberg dalam Thoha (2009:13) bahwa pemimpin sebagai penghubung mengharuskan mereka berinteraksi dengan relasi, staf, dan orang lain yang berada di luar organisasinya untuk mendapatkan informasi. Dalam menjalin hubungan, membina hubungan antara internal dan juga *stakeholder*, *founder* juga ikut serta. Dan dengan adanya kerja sama dengan PERURI, M Bloc memiliki banyak relasi dalam membesarkan M Bloc sebagai ruang kreatif atau ruang publik.

Peran Informasional (*Informational role*)

1. Peran sebagai pemonitor (*monitor role*)

Pemimpin memiliki peran sebagai penerima dan pengumpul informasi untuk organisasi yang dipimpinnya. Informasi yang diperoleh sebelumnya harus dikonfirmasi kebenarannya sebelum membuat suatu keputusan. Di M Bloc Space sendiri *monitoring* dikendalikan oleh semua tim melalui divisi masing-masing. Misalnya, peran yang diambil oleh Handoko sebagai salah satu *founder* lebih kepada membuat *business plan* untuk *progress* ke depannya akan seperti apa.

2. Peran sebagai pembagi informasi (*disseminator role*)

Pemimpin sebagai sumber pembagi informasi kepada semua karyawan. Hal ini bertujuan agar informasi yang diketahui oleh karyawan bisa terkonfirmasi secara faktual dan akurat agar tidak mengakibatkan kesalahan dalam bekerja dan terjadinya miskomunikasi. Mintzberg dalam Thoha (2009:16) mengemukakan bahwa pemimpin sebagai penyebar informasi kepada seluruh staf menjadi salah satu tanggung jawab mereka. Dalam satu manajemen harus saling mengisi dan memberi informasi.

3. Peran sebagai juru bicara (*spokesman role*)

Informasi yang diberikan kepada karyawan bisa bersifat formal maupun informal. Dalam hal ini beberapa *founder* biasanya ditunjuk juga untuk menjadi *spoke person* dalam beberapa kegiatan berkala M Bloc, bahkan sebagai juru bicara, pemimpin bisa mengambil alih untuk menyampaikan informasi di lingkungan yang mereka pimpin.

Peran Pengambil Keputusan (*Decisional role*)

1. Peran sebagai wirausaha (*entrepreneur role*)

Pemimpin harus memiliki jiwa *entrepreneurship* dalam upaya pengembangan bisnis serta bisa mengambil keputusan yang jelas untuk keberlangsungan operasional perusahaan, menghasilkan inovasi baru dari ide-ide yang ditampung karyawan dalam kemajuan perusahaan. M Bloc selalu menjalin komunikasi dengan *stakeholder* dan diskusi mengenai apa yang perlu dikembangkan, potensi apa yang bisa digali dalam ruang kreatif ini.

2. Peran sebagai pereda gangguan (*disturbance handler role*)

Pemimpin mampu merespons *noise*, dapat bertanggung jawab ketika organisasinya mengalami krisis yang muncul di luar dugaan. Di manapun dalam memimpin, pasti akan menemukan *noise* apapun, baik yang disengaja maupun yang tidak terduga. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk punya banyak opsi atau plan. Ketika plan itu tidak berjalan sesuai dengan ekspektasi, M Bloc masih punya banyak opsi yang bisa dijalankan.

3. Peran sebagai pengalokasi sumber daya (*resource allocator role*)

Sebagai pemimpin memiliki peran dalam alokasi sumber daya. Salah satunya adalah SDM, karena ukuran keberhasilan suatu usaha atau bisnis dilihat dari kualitas SDM yang dimiliki. Pendapat Mintzberg dalam Thoha (2009:19) bahwa peran pemimpin dalam organisasi diharapkan dapat mengalokasikan SDM dalam organisasinya. Dalam penelitian ini M Bloc melihat potensi rekanan yang sekiranya punya potensi dalam satu bidang dan bisa dikoneksikan dengan divisi tersebut. Intinya M Bloc ingin membuat semua orang menjadi kreatif tanpa harus merasa ditekan, sehingga mereka bisa dengan senang hati mengerjakannya.

4. Peran sebagai penegosiasi (*negotiator role*)

Bernegosiasi merupakan suatu peran yang juga harus dimiliki oleh seorang pemimpin. Menurut Mintzberg dalam Thoha (2009:19) bahwa pemimpin diharapkan untuk aktif berpartisipasi dalam bernegosiasi. Negosiasi sangatlah penting, mulai dari kegiatan jual beli barang sampai kepada hal mengelola orang. Tapi hal negosiasi di sini tidak hanya berlaku antarkaryawan saja, M Bloc Space juga harus belajar tentang negosiasi dengan pihak-pihak yang juga *stakeholder*. Pemimpin juga terlibat negosiasi dengan pihak di luar organisasi, dengan proses tersebut pemimpin bisa merancang strategi yang mutakhir untuk organisasinya.

Peran Stakeholder Primer

Stakeholder primer merupakan pemangku kepentingan yang berhubungan langsung dengan lembaga yang membuat suatu regulasi dan program. Selain itu, lembaga tersebut dapat dikategorikan sebagai seorang pengambil keputusan. Contoh dari *stakeholder primer* yaitu:

- Masyarakat dan Tokoh Masyarakat: karena masyarakat yang akan mendapat manfaat langsung dari suatu program yang dibuat di wilayahnya, sedangkan tokoh masyarakat lebih dianggap sebagai aspirasi masyarakat.
- Manajer atau lembaga publik: karena memiliki tanggung jawab perihal membuat atau mengambil keputusan serta implementasinya.

Dalam penelitian M Bloc Space ini penulis membatasi bahasan mengenai beberapa jenis peran pemangku kepentingan. Penulis hanya memfokuskan peran pemangku kepentingan dalam M Bloc Space ini pada beberapa *founder* yang merupakan sosok/figur dan menduduki peran *stakeholder primer*, seperti Glenn Fredly yang merupakan seorang musisi dan penyanyi, serta Wendi Putranto yang merupakan salah satu personel dari band ternama yaitu Seringai. Dalam teori tersebut menjelaskan bahwa keterkaitan figur tersebut sebagai penentu utama dalam kegiatan pengambilan keputusan dan orang yang memiliki tanggung jawab lebih terhadap keberlangsungan dari M Bloc Space sendiri.

Stakeholder dalam kegiatan bisnis memiliki peran yang berbeda-beda sesuai dengan fungsi dan tugasnya masing-masing, namun memiliki tujuan yang sama yaitu mengembangkan suatu perusahaan dalam kegiatan bisnis. Dalam penelitian ini *stakeholder primer* memiliki peranan sebagai Pemegang Saham/Pemilik. Pemegang saham yang berperan sebagai investor terikat dalam penyediaan modal dalam suatu perusahaan. Pemegang saham juga berperan sebagai pengawas untuk memonitor kinerja para staf dan juga dalam sisi finansial suatu perusahaan. Seperti keterkaitannya dengan penelitian ini, bahwa peran *stakeholder primer* dalam M Bloc Space yakni Glenn Fredly dan Wendi Putranto merupakan pemegang saham yang juga sebagai investor dalam hal menyediakan kebutuhan suatu perusahaan. Di sini pemegang saham juga berperan sebagai pengawas dalam perusahaan untuk mengamati kinerja para pegawai dan juga kondisi finansial dalam perusahaan.

KESIMPULAN

M Bloc Space menerapkan empat tahapan dalam proses pengelolaan Ruang Publik atau Ruang Kreatif yang didasari dengan *Planning, Organizing, Actuating, serta Controlling*. Signifikansi penulis terhadap penelitian ini jika dikaitkan dengan aktualisasi seni adalah M Bloc Space mempunyai visi misi yang kuat dalam mempertahankan eksistensi seni, baik dalam sisi seni musik, seni rupa, seni pertunjukan di mana orang yang akan ikut serta dalam penyelenggaraannya tidak

perlu memiliki kriteria khusus. M Bloc sengaja didirikan sebagai ruang kreatif para pekerja seni, tempat berdiskusi, tempat memasarkan produk seni, dan lain-lain. Tahap perencanaan yang dilakukan oleh M Bloc Space adalah membuat strategi dari kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan dalam beberapa waktu ke depan, baik kegiatan berkala maupun *event* tahunan. Pihak M Bloc juga sangat memperhatikan tahap pengorganisasian di mana mereka memperhatikan masyarakat, pihak-pihak yang dapat terlibat dalam acara tersebut. Dilanjutkan dengan pengarahan selama proses kegiatan di mana pengarahan ini dilakukan oleh pemerintah atau *stakeholder* terkait dan juga pengarahan dari pihak manajemen. Diakhiri dengan proses pencapaian yang dipantau melalui KPI untuk setiap acara dan kegiatan, setelah itu, pihak manajemen M Bloc melakukan *meeting* terkait pembahasan *improvement* apa yang harus dilakukan dan ditingkatkan untuk kegiatan selanjutnya.

Dalam M Bloc Space ini keenam *founder* menerapkan peran manajerial *figure head* dan juga peran sebagai penghubung. Sebenarnya di antara keenam *founder* saling mengisi sebagai *leader*, karena di M Bloc banyak juga *founder* yang sudah terkenal sebelumnya seperti Glenn Fredly, Wendi atau Lance Mengong. Jadi, ketika memang ada sesuatu yang harus didampingi, siapa saja bisa melakukan itu. Contohnya ketika M Bloc baru diresmikan dan mendapatkan *support* langsung dari Wisnutama sebagai Menteri Pariwisata maka sebagai *founder* harus punya peran seremonial. Pemimpin/manajer menumbuhkan dan memelihara hubungan yang kooperatif dengan bawahannya juga dengan pihak di luar organisasinya, hal ini menjadi sarana/saluran yang baik dalam rangka menjaga hubungan dengan pihak luar dan bawahannya serta guna untuk mencari informasi yang berguna bagi perusahaan. Dalam menjalin hubungan, membina hubungan antara internal dan juga *stakeholder*, *founder* pun ikut serta. Dan dengan adanya kerja sama dengan PERURI, M Bloc memiliki banyak relasi dalam membesarkan M Bloc sebagai Ruang Kreatif atau Ruang Publik. Dengan menganut peran manajerial *figure head* di mana keenam *founder* berperan juga sebagai penghubung, di situlah suasana demokratis jadi terbangun dengan baik dikarenakan tim dalam M Bloc Space bebas menuangkan ide, saran, dan kreativitas mereka sejalan dengan peraturan yang berlaku.

Penulis hanya memfokuskan peran pemangku kepentingan yaitu *stakeholder primer* di mana dalam M Bloc Space ini yang menduduki peran *stakeholder primer* ialah beberapa *founder* yang merupakan sosok/figur seperti Glenn Fredly yang merupakan seorang musisi dan penyanyi serta Wendi Putranto yang merupakan salah satu personel dari band ternama yaitu Seringai. Dalam teori tersebut menjelaskan bahwa keterkaitan figur tersebut sebagai penentu utama dalam kegiatan pengambilan keputusan dan orang yang memiliki tanggung jawab lebih terhadap keberlangsungan dari M Bloc Space sendiri.

Pemangku kepentingan atau *stakeholder* dalam menjalankan bisnis memiliki peranan yang beragam. Seperti keterkaitannya dengan penelitian ini, bahwa peran *stakeholder primer* dalam M Bloc Space yakni Glenn Fredly dan Wendi Putranto merupakan pemegang saham yang juga sebagai investor dalam hal menyediakan kebutuhan suatu perusahaan. Pemegang saham juga berperan untuk memonitor dan mengamati kinerja staf serta memperhatikan sisi finansial dalam perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini peran manajerial, peran *stakeholder*, dan juga bagaimana cara pengelolaan M Bloc Space sendiri bisa terpaparkan dengan baik melalui hasil wawancara dan juga implementasi mempertahankan eksistensi seni di tengah masyarakat kota menjadi salah satu pencapaian yang cukup besar untuk kemajuan dari M Bloc Space.

KEPUSTAKAAN

- Ackermann, F., & Eden, C. (2011). Strategic management of stakeholders: theory and practice. *Long Range Planning*, 44(3), 179–196.
- Agranoff, R., & McGuire, M. (2004). *Collaborative Public Management: New Strategies for Local Governments*. Georgetown University Press.
- Brown, G., & Raymond, C. (2013). Methods for identifying land use conflict potential using participatory mapping. *Landscape and Urban Planning*, 245, 13–26.
- Brugha, R., & Varvasovzky, Z. (2000). Stakeholder analysis: a review. *Health Policy and Planning*, 15(3), 239–246.
- Bryson, J. . (2004). What to do when stakeholders matter. *Public Management Review*, 6 (1), 21-53.
- Bryson, J. M. (2003). *What to Do When Stakeholders Matter: A Guide to Stakeholder Identification and Analysis Techniques*. George-town: University Public Policy Institute.
- Carr, S., Stephen, C., Francis, M., Rivlin, L. G., & Stone, A. M. (1992). *Public Space*. Cambridge University.
- Chong, D. (2010). *Arts Management*. Routledge.
- Crosby, B. (1991). Stakeholder Analysis : A Vital Tool for Strategic Managers. *U.S Agency for International Development*, 2, 1–6.
- Dannawan, E. (2005). “Ruang Publik dan Kualitas Ruang Kota”. [Seminar Nasional PESAT], 23–24.
- Darmawan, E. (2007). “Peranan Ruang Publik Dalam Perancangan Kota (Urban Design)”. [Dokumentasi]. Semarang: Diponegoro University Press.
- Dickie, G. (2001). *Art and Value*. Blackwell Publisher.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Hantono, D. (2019). Kajian Perilaku Pada Ruang Terbuka Publik. *Nalars: Jurnal Arsitektur*, 18 (1), 45–46.
- Hilman, A., & Keim, G. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What’s the bottom line? *Strategic Management Journal*, 22, 125–139.

- Laurens, J. M. (2005). *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. PT Grasindo.
- Marshal, E. M. (1995). *Transforming The Way We Work: The Power of The Collaborative Workplace*. Amacom.
- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ngabito, O. F. (2020). Pengelolaan Galeri Seni Langgeng Art Space dan Cemeti Art House di Yogyakarta. *Jurnal Tata Kelola Seni*, Vol. 6, No. 1, pp. 43-52.
- Reuben, K. (2009). *Spaces of Art*. Artspace Visual Arts Centre.
- Sianturi, E. (2015). Gaya Kepemimpinan dan Pengelolaan Organisasi Seni Pertunjukan Studi Kasus Teater. *Jurnal Tata Kelola Seni*, Vol.1, No.1, pp. 75-98.
- Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasional*. Andi.
- Thoha, M. (2004). *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.