

BAB II

METODOLOGI DAN DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut Creswell (2016), penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan mengeksplorasi dan memahami makna yang terdapat di sejumlah individu atau kelompok yang berasal dari masalah sosial. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk membahas tentang sejarah, tingkah laku, fenomena, kehidupan masyarakat, masalah sosial, dan lain-lain. Penelitian kualitatif dilakukan untuk menggali lebih dalam informasi terhadap objek, kondisi, atau fenomena sosial. Salah satu alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif adalah peneliti ingin mempelajari lebih dalam bagaimana interaksi para Divisi EP dalam melaksanakan *event* di Jogja City Mall. Pada penelitian ini peneliti akan berfokus dalam mendeskripsikan bagaimana pola kerja sama *event promotion* dalam melaksanakan *event*.

B. Informan Penelitian

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa sumber informasi yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah informan yang berhubungan secara langsung dengan permasalahan yang akan peneliti teliti. Informan merupakan istilah yang digunakan untuk orang yang dapat memberikan penjelasan secara detail dan komprehensif yang menyangkut peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Informan pertama yang peneliti pilih untuk diwawancarai yaitu Pak Nanang, yang merupakan salah satu karyawan Divisi EP bagian *promotion*. Pak Nanang mengarahkan peneliti untuk mewawancarai Divisi EP bagian *event* dan sosial media yang bisa memberikan informasi kepada peneliti sebagai informan lanjutan. Berikut nama informan lanjutan yang direkomendasikan:

1. Bapak Chandra, bagian *event*.

2. Bapak Rama, bagian sosial media.

Dalam memperoleh informan di atas, peneliti tidak memilih secara acak melainkan dipilih oleh Bapak Nanang, hal ini dikarenakan beberapa karyawan Divisi EP sedang melakukan kegiatan di luar Jogja City Mall dan yang lainnya sedang melakukan kegiatan latihan dalam rangka persiapan anniversary Jogja City Mall. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa tahapan. Pertama, peneliti menghubungi Mbak Alya selaku *Public Relation* (PR) di Divisi EP namun beliau memiliki kesibukan sehingga pesan WhatsApp dari peneliti tidak menjawab. Setelah itu peneliti menghubungi Bapak Nanang melalui pesan WhatsApp untuk meminta izin dan kesediaan untuk menjadi informan. Peneliti melaksanakan observasi pada tanggal 22 Maret 2024 di ruang tamu manajemen *office* Jogja City Mall. Kedua, peneliti bertanya kepada Bapak Nanang terkait karyawan Divisi EP yang bisa untuk diwawancarai. Selanjutnya Bapak Nanang mengajak Bapak Chandra dan Bapak Rama ke ruang tamu untuk menemui peneliti. Pada awalnya peneliti berkenalan dengan Bapak Chandra dan Bapak Rama dan mencatat nama-nama informan. Ketiga, peneliti melakukan wawancara berdasarkan pada pertanyaan wawancara yang telah disusun dalam operasionalisasi konsep di bawah ini. Hal ini dilakukan karena peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif sehingga pertanyaan dapat dikembangkan berdasarkan pada dinamika lapangan yang dilakukan oleh peneliti dan informan sehingga dalam proses wawancara terdapat tambahan pertanyaan secara spontan dari daftar pertanyaan yang tersusun dalam operasionalisasi konsep berikut ini.

C. Operasionalisasi Konsep

Berikut terlampir operasionalisasi konsep yang digunakan pada penelitian ini:

Tabel 1. Operasionalisasi Konsep

Rumusan Masalah	Konsep	Pengertian	Unsur	Indikator	Daftar Pertanyaan	Teknik Pengumpulan Data
Bagaimana pola yang dilakukan oleh Divisi EP dalam membangun kerja sama dengan divisi lain dan mitra kerja eksternal dalam rangka penyelenggaraan <i>event</i> di Jogja City Mall?	<i>Event promotion</i>	Menurut Goldbatt (2002,38) <i>event management</i> adalah kegiatan yang dilakukan oleh kelompok untuk perayaan dan kegiatan. Tahapan penyelenggaraan <i>event</i> disertai dengan tanggung jawab untuk	Tahapan penyelenggaraan <i>event</i>	a. <i>Research</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tahapan apa saja yang dilakukan divisi <i>event promotion</i> dalam melaksanakan <i>research</i> pada sebuah <i>event</i>? 2. Siapa saja yang turut serta melakukan <i>research</i> dalam mencari dan menentukan tema-tema besar penyelenggaraan 	Obsevasi, wawancara, dokumentasi

		<p>mengadakan penelitian, merancang desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi untuk merealisasikan kegiatan .</p>			<p><i>event?</i></p> <p>3. Bagaimana <i>event promotion</i> melakukan <i>market research</i> untuk mencari dan menentukan tema besar untuk penyelenggaraan <i>event?</i></p> <p>4. Apakah divisi lain ikut serta memberikan ide dalam mempersiapkan <i>research</i> untuk menentukan tema bulanan?</p> <p>5. Apa hasil yang diperoleh Divisi <i>event promotion</i> setelah melakukan <i>research</i> dalam rangka menentukan tema bulanan?</p>		
				b.	<i>Design</i>	<p>6. Apa saja tahapan yang dilakukan oleh divisi <i>event promotion</i></p>	<p>Obsevasi, wawancara,</p>

					<p>dalam menentukan <i>design</i> yang akan disesuaikan dengan tema <i>event</i> bulanan?</p> <p>7. Siapa saja yang ikut serta dalam pembuatan <i>design</i> pada <i>event</i> bulanan? Apakah terdapat pembagian tugas dalam pembuatan <i>design</i>?</p> <p>8. Bagaimana Divisi <i>event promotion</i> menentukan ide <i>design</i> setelah melakukan pemetaan pendapat para anggota divisi guna membuat gambar yang sesuai dengan tema dan konsep penyelenggaraan <i>event</i> bulanan?</p> <p>9. Proses apa saja yang dilakukan oleh bagian</p>	dokumentasi
--	--	--	--	--	---	-------------

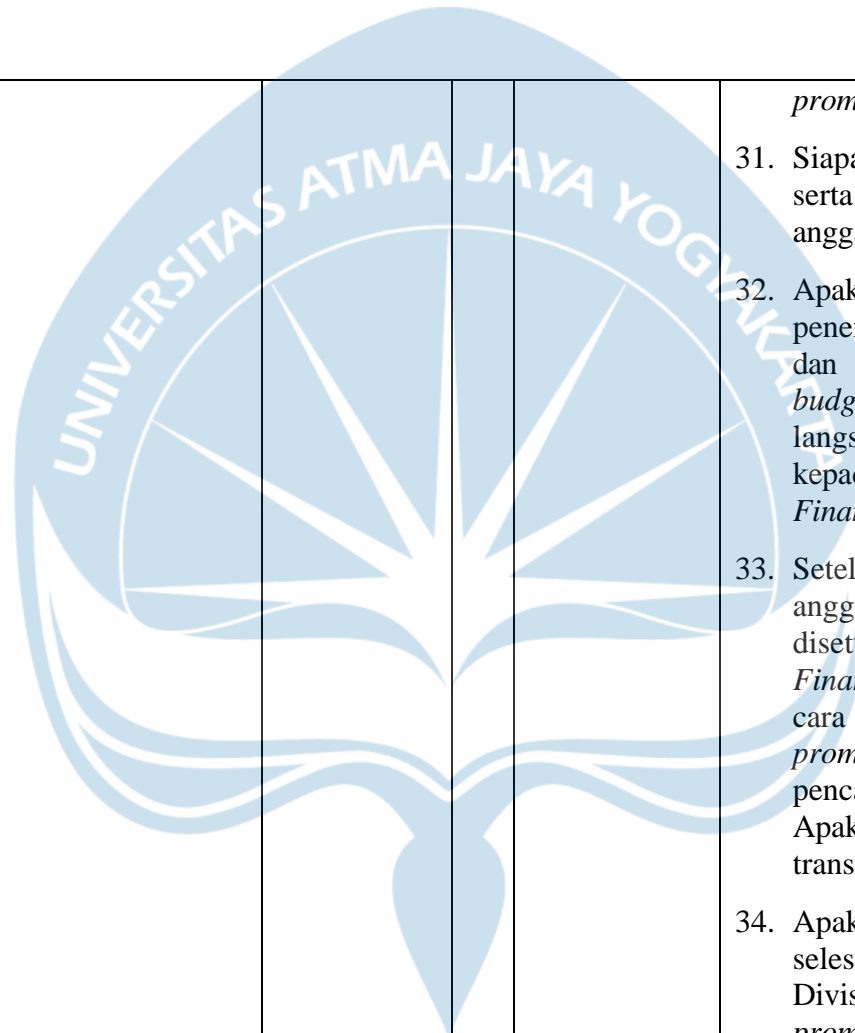
						<p><i>design</i> untuk membuat gambar yang sesuai dengan tema dan konsep <i>event</i> bulanan?</p>	
				c. <i>Planning</i>		<p>10. Hal apa saja yang menjadi dasar bagi divisi <i>event promotion</i> untuk melakukan <i>planning</i> dalam penyelenggaraan <i>event</i> bulanan?</p> <p>11. Siapa saja yang ikut serta dalam perencanaan jadwal penyelenggaraan <i>event</i>?</p> <p>12. Siapa yang bertanggung jawab dalam <i>planning event</i> bulanan?</p> <p>13. Bagaimana langkah yang dilakukan Divisi <i>event promotion</i> dalam menyusun konsep <i>planning</i></p>	<p>Obsevasi, wawancara, dokumentasi</p>

					<p>sehingga <i>event</i> bulanan menarik banyak pengunjung untuk hadir?</p> <p>14. Apa saja hasil yang diperoleh Divisi <i>event promotion</i> setelah penentuan jadwal <i>event</i> yang akan selenggarakan?</p>	
				d. <i>Coordination</i>	<p>15. Bagaimana jalannya proses <i>coordination</i> antar divisi dalam penyelenggaraan <i>event</i> di Jogja City Mall ?</p> <p>16. Siapakah koordinator penyelenggaraan <i>event</i> ?</p> <p>17. Mengapa Divisi <i>event promotion</i> memerlukan <i>coordination</i> dalam penyelenggaraan <i>event</i>?</p>	Obsevasi, wawancara, dokumentasi

					18. Apakah hasil yang diperoleh Divisi <i>event promotion</i> setelah melakukan <i>coordination</i> penyelenggaraan <i>event</i> ?	
			e.	<i>Evaluation</i>	<p>19. Apakah <i>evaluation</i> dilakukan setelah pelaksanaan <i>event</i>?</p> <p>20. Bagaimana cara Divisi <i>event promotion</i> melakukan evaluasi terhadap <i>event</i> yang telah diselenggarakan?</p> <p>21. Setelah evaluasi dilakukan, apakah indikator keberhasilan dalam pelaksanaan <i>event</i> dapat tercapai?</p> <p>22. Siapa saja yang terlibat dalam proses pelaksanaan <i>evaluation</i> setelah</p>	Obsevasi, wawancara, dokumentasi

						<p><i>event</i> terselenggara?</p> <p>23. Setelah evaluasi, apakah hasilnya dapat membantu Divisi <i>promotion</i> dalam perencanaan <i>event</i> selanjutnya?</p>	
				a. <i>Time/waktu</i>		<p>24. Bagaimana cara Divisi <i>promotion</i> menentukan waktu pelaksanaan <i>event</i>?</p> <p>25. Bagaimana cara Divisi <i>event promotion</i> memaksimalkan waktu selama proses penentuan <i>event</i> hingga penyelenggaraan <i>event</i>?</p> <p>26. Apakah Divisi <i>event promotion</i> memiliki target waktu dalam melakukan pekerjaan untuk</p>	Obsevasi, wawancara, dokumentasi

					<p>penyelenggaraan <i>event</i>?</p> <p>27. Bagaimana cara Divisi <i>promotion</i> menyepakati penentuan waktu penyelenggaraan <i>event</i>?</p>	
				b. <i>Finance/Finacial</i>	<p>28. Bagaimana tahapan yang dilakukan Divisi <i>event promotion</i> dalam menyusun <i>budget</i> yang dibutuhkan untuk penyelenggaraan <i>event</i>?</p> <p>29. Kapan Divisi <i>event promotion</i> melakukan penentuan anggaran sebelum <i>event</i> diselenggarakan?</p> <p>30. Bagaimana proses penganggaran tersebut dilakukan oleh Divisi <i>event</i></p>	Obsevasi, wawancara, dokumentasi



					<p><i>promotion?</i></p> <p>31. Siapa saja yang ikut serta dalam penentuan anggaran?</p> <p>32. Apakah setelah penentuan anggaran dan penyusunan <i>budget</i>, draft tersebut langsung diberikan kepada Divisi <i>Finance</i>?</p> <p>33. Setelah penyusunan anggaran dan draft disetujui oleh Divisi <i>Finance</i>, bagaimana cara Divisi <i>event promotion</i> melakukan pencairan anggaran? Apakah melalui transfer atau <i>cash</i>?</p> <p>34. Apakah setelah <i>event</i> selesai dilaksanakan, Divisi <i>event promotion</i> membuat laporan keuangan?</p>	
--	--	--	--	--	--	--

				c. <i>Technology/ Teknologi</i>	<p>35. Bagaimana Divisi <i>event promotion</i> memanfaatkan perkembangan teknologi dalam pelaksanaan <i>event</i>?</p> <p>36. Apa saja teknologi yang digunakan oleh Divisi <i>event promotion</i> untuk mendukung pelaksanaan <i>event</i>?</p> <p>37. Apa saja hasil yang terlihat ketika Divisi <i>event promotion</i> menggunakan teknologi baru untuk penyelenggaraan <i>event</i>?</p> <p>38. Apakah Divisi <i>event promotion</i> ingin menggunakan teknologi baru untuk mendukung penyelenggaraan <i>event</i>?</p>	Obsevasi, wawancara, dokumentasi
--	--	--	--	---------------------------------	---	----------------------------------

				d.	<i>Human Resource Skill/</i> Keterampilan sumber daya manusia	39. Apakah karyawan Divisi <i>event promotion</i> harus memiliki keterampilan dalam hal memberikan ide tema atau konsep untuk <i>event</i> ? 40. Bagaimana cara yang dilakukan bagian <i>event</i> dalam menentukan kualitas serta kelayakan ide tema berdasarkan pendapat karyawan ?	Obsevasi, wawancara, dokumentasi
	Pola kerja sama	Menurut Saputra dan Rudyanto (2005,53) mengatakan bahwa kerja sama dilakukan untuk mengembangkan aspek moralitas dan interaksi sosial dengan membentuk pribadi yang	Syarat-syarat kerja sama	a.	Kepentingan yang sama	41. Apa yang dilakukan oleh Divisi <i>event promotion</i> untuk mencapai kepentingan yang sama dengan divisi lain untuk merealisasikan <i>event</i> bulanan?	Obsevasi, wawancara, dokumentasi
				b.	Keadilan	42. Bagaimana sistem keadilan dan kontribusi anggota	Obsevasi, wawancara, dokumentasi

		terbuka dan mampu menerima perbedaan sehingga membentuk individu yang aktif dan kreatif dalam mengembangkan analisis. Adapun syarat-syarat kerja sama untuk mencapai tujuan yang sama dan harus dipenuhi oleh pihak-pihak yang terlibat.			<p><i>event promotion</i> dalam pembagian kerja yang dilakukan Divisi <i>event promotion</i> untuk mensukseskan penyelenggaraan <i>event</i> bulanan?</p>	
			c.	Saling pengertian	<p>43. Bagaimana cara yang dilakukan Divisi <i>event promotion</i> untuk meningkatkan kerja sama dan mengatur komunikasi antar anggota agar terciptanya sikap saling pengertian untuk menyukseskan penyelenggaraan <i>event</i>?</p> <p>44. Apa saja tugas masing-masing bagian dari Divisi <i>event promotion</i> untuk penyelenggaraan</p>	Obsevasi, wawancara, dokumentasi

					<p><i>event?</i></p> <p>45. Se jauh mana masing-masing sub bagian Divisi <i>event promotion</i> mengetahui dan mengerti tugas yang dikerjakan dalam menjalankan penyelenggaraan <i>event?</i></p> <p>46. Se jauh mana masing-masing sub bagian Divisi <i>event promotion</i> mengerti untuk membantu ketika tugas yang dikerjakan belum terselesaikan?</p> <p>47. Apa saja yang mendasari Divisi <i>event promotion</i> untuk saling pengertian dalam penyelenggaraan <i>event?</i></p>	
--	--	--	--	--	---	--

				<p>d. Tujuan yang sama</p> <p>48. Bagaimana cara yang dilakukan oleh Divisi <i>event promotion</i> dalam membangun tujuan yang sama?</p> <p>49. Apa saja tujuan yang ingin dicapai oleh Divisi <i>event promotion</i> dalam menyelenggarakan <i>event</i>?</p> <p>50. Menurut para anggota Divisi <i>event promotion</i>, apa kesamaan pengertian dalam mencapai tujuan yang sama dalam penyelenggaraan <i>event</i>?</p>	<p>Obsevasi, wawancara, dokumentasi</p>
			<p>e. Tanggung jawab</p> <p>51. Bagaimana Supervisor memberikan arahan tugas dan tanggung jawab kepada anggota divisi dalam</p>	<p>Obsevasi, wawancara, dokumentasi</p>	

						<p>keberlangsungan pelaksanaan <i>event</i> bulanan?</p> <p>52. Bagaimana cara yang dilakukan masing-masing sub bagian Divisi <i>event promotion</i> menerapkan tanggung jawab ketika <i>event</i> berlangsung?</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

D. Metode Pengumpulan Data, Jenis Data, Cara Analisis Data

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Adapun teknik yang digunakan sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2012) pada buku Metode Penelitian Kualitatif menjelaskan bahwa, dalam teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan dalam penelitian yang membahas mengenai perilaku manusia, gejala-gejala alam, proses kerja dan responden yang diamati tidak terlalu besar.

Peneliti melaksanakan observasi di dua tempat yaitu hall atrium dan ruang tunggu manajemen *office* Jogja City Mall. Peneliti mengikuti proses kerja yang dilakukan *event promotion* di Jogja City Mall (Jumat, 23 Desember 2022). Hal ini didukung oleh adanya kesempatan peneliti ikut serta dalam proses *event* sosial seperti bakti sosial dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga peneliti membantu para karyawan Divisi EP dalam melancarkan kegiatan yang berlangsung sesuai dengan arahan dari Ibu Alya selaku penanggung jawab *event* sosial. Kegiatan yang dilakukan peneliti adalah membantu mempersiapkan tempat event dan mempersiapkan bingkisan untuk bakti sosial. Dalam observasi dan kegiatan kerja yang dilakukan peneliti dapat membantu untuk mengetahui proses kerja mereka secara langsung, menambah pengalaman dan pengetahuan.

b. Wawancara

Sebelum peneliti melakukan penelitian skripsi, peneliti memperoleh data dari Manajemen Jogja City Mall pada saat *internship*, peneliti berbincang dengan Bapak Nanang selaku Koordinator promotion Jogja City Mall dan mendapatkan bimbingan pada saat *internship* sehingga memudahkan peneliti memperoleh data-data. Pada saat kegiatan *internship*, peneliti juga

mencari beberapa informasi dari karyawan Divisi EP mengenai proses event berlangsung. Dalam mencari informasi ini, peneliti berbincang dengan Pak Nanang, Pak Faiz dan Bu Ita. Dengan maksud, informasi tersebut dapat peneliti gunakan ketika penulisan penelitian ini.

Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*). Sebelum peneliti melakukan wawancara secara mendalam, peneliti menghubungi Pak Nanang via *WhatsApp* untuk meminta izin dan kesediaan sebagai informan, peneliti juga membuat janji wawancara. Setelah mendapatkan persetujuan, barulah peneliti melakukan wawancara di Jogja City Mall dengan waktu yang telah disepakati.

Peneliti telah menyusun rangkaian pertanyaan yang ditujukan kepada Pak Nanang, Pak Chandra dan Pak Rama. Rangkaian pertanyaan itu peneliti gunakan sebagai pegangan dalam melakukan wawancara. Pertanyaan itu diajukan oleh peneliti seputar pelaksanaan *event* bulanan dan bagaimana kerja sama yang dilakukan Divisi EP dengan divisi lain dan mitra kerja eksternal.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mewawancarai Pak Nanang sebagai karyawan Divisi EP bagian promosi. Mas Nanang inilah yang terlibat secara langsung dalam melakukan promosi produk dari tenant dan melakukan mengatur kerja sama dengan vendor. Peneliti mewawancarai Mas Nanang di ruang tamu *management* Jogja City Mall, yakni pada tanggal 24 Maret 2024.

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan Pak Chandra sebagai karyawan Divisi EP bagian *event*. Pak Chandra merupakan salah satu karyawan yang menangani dan mengusulkan *event-event* apa saja yang akan diselenggarakan. Adapun peneliti melakukan wawancara dengan Pak Chandra di ruang tamu *management* Jogja City Mall, yakni pada tanggal 24 Maret 2024.

Selain Pak Nanang dan Pak Chandra, peneliti melakukan wawancara dengan Pak Rama di ruang tamu *management* Jogja

City Mall. Pak Rama memiliki peran penting dalam Divisi EP, hal ini dikarenakan Pak Rama merupakan karyawan Divisi EP bagian sosial media. Sehingga, semua aktivitas promosi secara *online* dilakukan oleh Pak Rama. Adapun peneliti mewawancarai Pak Rama pada tanggal 24 Maret 2024.

Dalam proses wawancara, peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian yang bersumber dari operasionalisasi konsep dan improvisasi. Instrumen penelitian menjadi salah satu acuan dalam proses wawancara dan digunakan peneliti untuk sumber pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan serta sesuai pada rumusan masalah dalam penelitian.

c. Dokumentasi

Menurut Kriyantono (2020) Teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi dalam penelitian dapat digunakan untuk menggali informasi dari data-data masa lampau secara objektif, *framing*, analisis wacana, analisis isi kualitatif. Pengumpulan data dengan dokumentasi menjadi metode yang efektif untuk memperkuat informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dokumentasi dalam penelitian ini yang akan peneliti ambil merupakan berbagai arsip tulisan yang berisi rangkaian aktivitas kerja yang dilakukan oleh karyawan *event promotion* Jogja City Mall berupa dokumen, seperti tulisan, rekaman suara, foto penyelenggaraan *event* oleh karyawan *event promotion* melalui grup *whatsapp*, arsip-arsip data selama penyelenggaraan *event*, dan laporan sosial media Jogja City Mall.

Data seperti dokumen *work order*, surat ijin kerja, dan *internal memo* yang dilakukan oleh Divisi EP, peneliti dapatkan dengan adanya ijin dari pak Nanang semasa peneliti melakukan kegiatan *internsip* di *management* Jogja City Mall. Kemudian peneliti juga mendapatkan foto-foto kegiatan selama *event* melalui grup *whatsapp* dan kiriman foto dari karyawan Divisi EP yang

setiap hari selalu mengirimkan *report*. Selain itu, peneliti mendapatkan foto kalender *event* dari website Jogja City Mall dan instagram Jogja City Mall.

2. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Untuk data primer peneliti peroleh dengan dua cara, yaitu menggunakan teknik wawancara partisipan dan observasi. Peneliti mendapatkan data secara langsung dengan bertatap muka terhadap informan untuk mendapatkan data lengkap dan mendalam. Peneliti memperoleh data secara langsung dilapangan dengan melaksanakan wawancara. Wawancara ini peneliti lakukan dengan beberapa informan. Dalam hal ini, peneliti menemukan kesulitan dalam menghubungi informan sehingga peneliti membutuhkan waktu 2 minggu untuk menunggu balasan pesan dari informan. Peneliti juga menggunakan teknik observasi. Dalam pengambilan data menggunakan observasi, peneliti tidak mengalami kesulitan karena selama melakukan internship peneliti ikut ambil bagian dalam proses penyelenggaraan event sehingga peneliti memahami proses yang dilakukan oleh Divisi EP

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari catatan atau basis data yang sudah ada. Data sekunder merupakan data yang bertujuan untuk mendukung penelitian. Untuk data sekunder peneliti peroleh dari website, artikel, buku, sosial media serta dokumen lainnya yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti. Data tersebut peneliti dapatkan ketika peneliti melakukan kegiatan internship di *management* Jogja City Mall pada Agustus 2022-November 2022.

3. Cara Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang dilakukan untuk mencari dan menyusun data-data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan. Data yang didapatkan nantinya disusun dan dikategorikan kedalam unit-unit sehingga dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan sehingga mudah untuk dipahami. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2012) proses analisis data penelitian kualitatif melalui tiga langkah untuk menganalisis data dalam penelitian yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses yang dilakukan dengan merangkum dan melakukan seleksi terhadap data pokok yang telah peneliti peroleh di Jogja City Mall. Data yang diperoleh di lapangan menjadi informasi yang beragam sehingga peneliti melakukan pencatatan secara teliti serta memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan. Peneliti melakukan reduksi data dengan melalui proses pengkodean yang mana peneliti meringkas bagian-bagian penting dari transkrip wawancara.

Dengan demikian peneliti telah mendapatkan data-data yang telah dilakukan reduksi secara terstruktur sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam mengambil kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian yang peneliti lakukan.

2. Penyajian data

Langkah selanjutnya setelah melakukan reduksi yaitu penyajian data yang merupakan sekumpulan dari informasi yang tersusun sehingga memudahkan peneliti dalam penarikan kesimpulan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk naratif sehingga peneliti memperhatikan secara khusus terhadap interaksi sosial yang dilakukan pada partisipan dalam fenomena yang peneliti teliti. Penyajian data dilakukan bertujuan agar peneliti lebih memahami secara sistematis dalam merencanakan tindakan yang akan dilakukan. Setelah itu, peneliti mengkaitkan hasil temuan dengan teori yang telah ada untuk memperoleh kesimpulan.

3. Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan. Proses yang dilakukan dimulai dari pendataan, kemudian melakukan rangkuman dari permasalahan lapangan dan melakukan penarikan kesimpulan. kesimpulan ini peneliti lakukan untuk mencari dan memahami makna, pola, penjelasan, dan alur sebab akibat. Sebelum menarik kesimpulan peneliti terlebih dahulu melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dari data sebelumnya. Peneliti melakukan pemeriksaan data terhadap data yang telah dikumpulkan, mereduksi data berdasarkan pada catatan lapangan, dan melakukan kesimpulan sementara. Setelah melakukan langkah-langkah tersebut, peneliti menarik kesimpulan akhir. Dengan demikian peneliti membuat kesimpulan akhir dalam penelitian kualitatif yang berdasarkan pada bab III bagian kesimpulan.

4. Trianggulasi

Menurut Sugiyono (2015) triangulasi merupakan teknik pemeriksanaan keabsahan data yang dilakukan pada penelitian kualitatif dan bersifat mengabungkan data yang sudah dikumpulkan dan sumber yang ada. Teknik triangulasi dilakukan peneliti untuk mengungkapkan kebenaran secara objektif dan melakukan pengecekan sebagai pembanding dari data itu. Peneliti dalam hal ini menggunakan triangulasi metode dan sumber. Dalam triangulasi metode, peneliti mengumpulkan data yang berkaitan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi di Jogja City Mall sehingga peneliti membandingkan data-data dari hasil pengamatan dengan hasil wawancara dengan informan dari Divisi EP Jogja City Mall. Sedangkan dalam triangulasi sumber, peneliti mengumpulkan data dari sumber yang berbeda-beda namun dengan teknik yang sama dan membandingkan hasil wawancara dengan data dari dokumen lain yang berkaitan.

Dengan demikian, peneliti menggunakan triangulasi untuk mengabungkan data yang sudah peneliti kumpulkan dari berbagai metode dan sumber data yang dapat dipercaya. Peneliti menggunakan

teknik pengumpulan data yang berbeda sehingga menghasilkan data yang beragam berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

E. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Kantor *Management* Jogja City Mall lantai UG yang letaknya di Jalan Magelang 6 No.18, Kutu Patran, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti melakukan observasi dan wawancara di lokasi tersebut.

F. Deskripsi Subjek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Jogja City Mall (JCM)

Jogja City Mall atau dikenal dengan sebutan JCM mulai berdiri pada Mei 2013 yang dikembangkan oleh PT. Garuda Mitra Sejati. Jogja City Mall berada di Jalan Magelang 6 No. 18, lokasi yang strategis karena menjadi salah satu jalan yang menghubungkan Kota Yogyakarta dan Kota Magelang. Jogja City Mall memiliki keunikan yang berbeda dengan mall lainnya dalam segi desain arsitektur dengan pilar-pilar tinggi disetiap lantainya yang mengusung gaya romawi dan berpadu padan dengan interior tradisional khas Yogyakarta sehingga memiliki kesan mewah yang menerapkan konsep *one stop shopping*. Jogja City Mall (JCM) berdiri dari adanya keinginan para pengusaha untuk memiliki mall sendiri di Kota Yogyakarta, hal ini terjadi karena hampir seluruh mall di Kota Yogyakarta merupakan milik dari pengusaha luar daerah.

Jogja City Mall menjadi salah satu pusat perbelanjaan yang letaknya berada di satu kawasan The Sahid Rich Hotel Yogyakarta. Jogja City Mall berada dibawah perusahaan Garuda Mitra Sejati dan satu manajemen dengan Sleman City Hall yang letaknya disisi utara Yogyakarta. Konsep yang mewah dengan gaya romawi dan interior tradisional menjadi kesan unik yang berbeda dengan mall lainnya dengan pilar-pilar tinggi yang memiliki makna tersendiri yang diharapkan dapat memberikan keberuntungan dan menjadi salah satu Mall terdepan di Yogyakarta. Selain pilar-pilar dengan nuansa romawi dan tegel-tegel

kunci dan railing yang memiliki khas tradisional yang menyerupai Keraton Yogyakarta, sehingga JCM memberikan kesan mewah tanpa meninggalkan kesan tradisional yang menjadi salah satu ciri khas dari Kota Yogyakarta (Yudha, 2015). Jogja City Mall (JCM) memiliki luas lahan sekitar 18.975 m² dan luas bangunan sekitar 101.531 m² dengan total 7 lantai yaitu P2 (Parkir 2), P1 (Parkir 1), LG (*Lower Ground*), LGM (*Lower Ground Mezzanine*), GF (*Ground Floor*), UG (*Upper Ground*), L1 (Lantai 1), L2 (Lantai 2) (Panggulu, 2019, p. 67). Jogja City Mall merupakan salah satu mall yang memiliki keunikan dalam segi bangunan sehingga mampu menampung jumlah mobil yang terparkir sebanyak 1135 unit dan 1234 unit sepeda motor. Jogja City Mall memiliki kelebihan yaitu terdapat atrium dengan luas sekitar 1220 meter persegi dan keunikan yang tidak dimiliki oleh mall lain yaitu *outdoor stage* yang mana menjadi salah satu icon yang menarik pengunjung untuk datang, *outdoor stage* memiliki luas 112 meter persegi yang sering kali digunakan untuk *event* musik dan pagelaran seni dengan *view* langsung *drop off* Jogja City Mall. *Event* yang diadakan setiap bulan di area *outdoor stage* menjadi salah satu *view* menarik dan menjadi salah satu hiburan alternatif terutama bagi pengunjung Jogja City Mall.

2. Logo dan Tagline



Gambar 2. Logo Jogja City Mall
(Sumber: <https://www.jogjacitymall.com/>, 2023)

Logo Jogja City Mall terdiri dari 3 unsur dasar yaitu *logotype*, tagline, dan *icon*. Jogja City Mall memiliki tagline *Spirit of Jogja* yang harus selalu muncul di bawah *logotype*. *Icon* digunakan secara bebas saat mewakili perusahaan. Bagian *logotype* terdapat 3 elemen warna yang *full*

color sehingga memiliki makna yaitu Jogja City Mall ingin mencapai kejayaan dengan langkah berani, berbeda, namun tetap mengutamakan budaya Yogyakarta. *Icon* yang melambangkan mahkota Jawa dan dua pilar Romawi memiliki makna yang khas budaya Jawa terkhusus Kota Yogyakarta yang dipadukan dengan arsitektur gaya Romawi sebagai salah satu lambang kejayaan dengan menggabungkan nuansa tradisional. *Logotype* Jogja City Mall dengan menggunakan jenis *font Serif Bodoni MT condensed* yang menggambarkan intelektualitas dan ketegasan sehingga mencerminkan sebuah keanggunan perusahaan. Warna hijau pada *logotype* menjadi salah satu khas dengan Keraton Yogyakarta yang melambangkan ketenangan. Tagline Jogja City Mall yaitu *Spirit of Jogja* dengan menggunakan *font vivaldi* yang menggambarkan harapan Jogja City Mall yang diharapkan menjadi salah satu destinasi wisata di Kota Yogyakarta.

3. Visi dan Misi

Visi dan misi perusahaan menjadi sangat penting untuk memberikan arahan dalam mencapai tujuan. Berikut ini visi dan misi Jogja City Mall:

1. Visi:

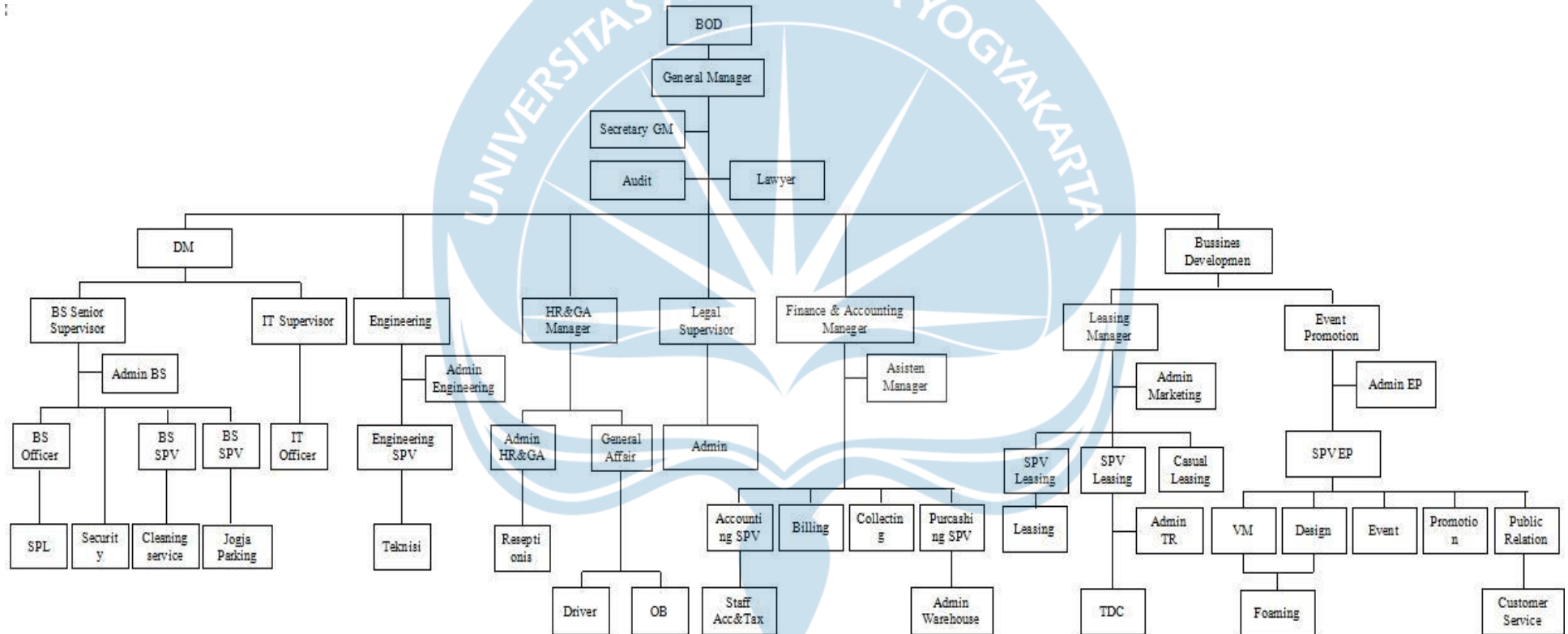
Menjadi ikon dan yang terdepan untuk wisata tempat belanja modern di Asia yang mengusung semangat “*Spirit Of Jogja*”.

2. Misi:

- a. Memberikan pengalaman belanja terbaik sebagai tujuan belanja tanpa melupakan kearifan lokal khas Yogyakarta.
- b. Memastikan keberhasilan finansial untuk semua mitra yang bersama-sama bekerja dengan Jogja City Mall.
- c. Memaksimalkan investasi pemegang saham sehingga menambah nilai bagi para pemangku kepentingan lainnya.

4. Struktur Organisasi

Berikut terlampir struktur organisasi manajemen Jogja City Mall:



Gambar 3. Struktur Organisasi Jogja City Mall
Sumber: HR & GA Jogja City Mall

5. *Event Promotion* di Jogja City Mall

Event promotion Jogja City Mall menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk mengatur setiap acara-acara yang akan direncanakan. Promosi merupakan elemen penting dalam merencanakan dan mengelola acara. Adapun tugas dan tanggung jawab *event promotion* Jogja City Mall sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab sebagai pelaksana kegiatan *event* dan promosi baik internal maupun eksternal sesuai dengan SOP yang telah ditentukan dan mendukung tercapainya kegiatan *Marcomm*.
- b. Merangkai dan membuat *event* sesuai dengan *planning* yang telah ditetapkan.
- c. Sebagai penentu talent dan teknisi acara yang akan dilakukan pada saat *event* berlangsung.
- d. Mengabsen dan menyiapkan segala keperluan *event* dan mengawasi persiapan event.

Dengan demikian, peneliti telah menjelaskan langkah-langkah yang peneliti lakukan dalam penelitian lapangan dan gambaran serta deskripsi tentang Jogja City Mall secara umum. Pada bab 3 berikut ini peneliti akan memaparkan hasil temuan dan pembahasan yang berisi data-data yang sesuai dengan rumusan masalah yang akan peneliti teliti yaitu kerja sama yang dilakukan Divisi EP.