

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah dibahas dalam bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan bagaimana promosi yang telah dilakukan dalam “Pameran Koleksi Seni Rupa Istana Kepresidenan – 17/71: Goresan Juang kemerdekaan” dari hasil pengamatan yang telah dilakukan berdasarkan analisis data menggunakan bauran promosi sebagai berikut:

1. Kegiatan promosi yang dilakukan tim penyelenggara Pameran Koleksi Seni Rupa Istana Kepresidenan – 17/71: Goresan Juang kemerdekaan melalui elemen-elemen bauran promosi (iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung) promosi yang dilakukan sangat menarik dan interaktif sehingga berhasil dalam menarik minat pengunjung untuk datang ke pameran yang diselenggarakan, dilihat dari jumlah pengunjung yaitu sekitar 35.000-40.000 ribu yang sebelumnya ditargetkan 25.000 tentu jumlah yang ada melebihi target yang ditetapkan.
2. Promosi lebih menekankan elemen media sosial dalam penyebaran informasi yang cepat dan tepat. Kegiatan Humas juga memiliki peran penting dalam promosi pameran dengan menjalin kerjasama dengan pihak media sehingga pameran ini berhasil mendapat publikasi positif

dari media lokal maupun internasional serta menghasilkan *media value* senilai kurang lebih 17 Milyar.

3. Dalam kegiatan promosi tentu ada faktor pendukung dan penghambat yang harus diantisipasi. Adapun faktor pendukung yang dimiliki tim penyelenggara “Pameran Koleksi Seni Rupa Istana Kepresidenan – 17/71: Goresan Juang kemerdekaan” dalam melakukan promosi adalah citra penyelenggara dimana pameran ini dilaksanakan oleh kementerian pemerintah, konten yang menarik yaitu koleksi seni rupa kepresidenan, serta SDM yang memadai. Adapun faktor penghambat dalam pelaksanaan promosi pameran adalah secara teknis seperti pengaturan media, karena pihak penyelenggara tidak ada tim khusus yang dapat memantau pemberitaan apa yang akan dipublikasikan oleh jurnalis mengenai pameran ini. Selain itu kendala lain yaitu diseminasi informasi di media cetak seperti poster, karena tidak bisa dipastikan apakah poster tersebut dipasang atau tidak, di tempat-tempat yang ditargetkan.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mahasiswa dapat mengetahui strategi promosi menggunakan bauran promosi dan dapat mengaplikasikannya. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pijakan dan referensi penelitian berikutnya bagi mahasiswa yang secara khusus mempelajari bidang terkait.

2. Bagi masyarakat

Lewat penelitian ini diharapkan masyarakat lebih tertarik dengan kegiatan seni dan mau ikut berpartisipasi didalamnya melibatkan diri dalam proses pameran sehingga masyarakat dapat ikut terlibat langsung salah satunya sebagai sebagai *volunteer*.

3. Bagi Institusi

Diharapkan pihak institusi dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi bagi pembaruan kurikulum di institusi terkait kegiatan promosi dan pameran seni rupa. Pihak insitusi pendidikan dan pemerintah diharapkan bisa lebih melakukan sosialisasi mengenai koleksi istana secara regular kepada publik dan cara mempromosikannya sebagai bentuk perhatian pemerintah dan lembaga pendidikan terhadap pengetahuan publik terhadap karya-karya koleksi istana.

4. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran sehingga diharapkan pameran keloksi kepresidenan dapat di adakan rutin sehingga masyarakat lebih mengatahui menganai koleksi istana dan bentuk keterbukaan lembaga yaitu Istana Negara kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku dan Jurnal

Argarini. 2008. *Strategi Promosi PT Tigawarna Pada Event Semarang Expo*. Universitas Indonesia.

Arifin, S.P. & Dkk. 2002. "Wacana Seni Rupa". *Dalam Jurnal Seni Rupa dan Desain* Vol.2 No.5. Bandung: P3M STISI.Cooper.

Astuti, Rini. 2020. "Analisis Bauran Promosi Di Wisata Candi Sojiwan Klaten Jawa Tengah" Skripsi S-1 Program Studi Tata Kelola Seni, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Bahari, Nooryan. 2008. *Kritik Seni Wacana: Wacana Apresiasi dan Kreasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Basu, Swastha. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

British Journal Of Photography.2018. *Pameran fotografi Nick Thompson*.

Fatoni, Abdurrahman. 2011. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Gulo. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo,cet.1.

Kotler, Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

_____. 2012 *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler,Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I,Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

_____.2008. *Prinsip–Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.

_____. 2006. *Manajemen pemasaran*, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta:PT. Indeks Gramedia.

_____. 2000. *Marketing Management*, United States of America: Prentice-Hall.

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Lukitaningsih Ambar. 2013. “Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 13.
- Maelong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Narita, Yapto. 2016. Francisca Titing Koerniawaty *Jurnal The Evaluation Of promotion Strategy Of Museum Bali*. Vol.6, No.2.2016
- Rosliyana. 2016 “Strategi Bauran Promosi Pameran Franchise Di Jakarta” dalam *jurnal ekonomi bisnis*. Program studi pariwisata. Universitas Gunadarma. 2016
- Salam, Sofyan, Dkk. 2020. *Pengetahuan Dasar Seni Rupa*. Makasar: UMN Makasar
- Soedarso, S.P. 2000. *Sejarah Perkembangan Seni Rupa Modern*. Jakarta: Studio Delapan Puluh Enterprise bekerjasama dengan penerbit ISI Yogyakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Susanto, Mikke. 2016. *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory
- Susanto, Mikke dan Zaelani, Rizky. 2016. *Katalog pameran Koleksi Seni Rupa Istana Kepresidenan Republik Indonesia - 17/71: Goresan Juang Kemerdekaan*. Jakarta
- Tjiptono. 2008. *Elemen-Elemen Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Sumber Website

www.cnnindonesia.com/Munaya Nasiri, CNN Indonesia, “Kode rahasia dan rayuan Soekarno di lukisan Kuno” (Rabu, 03/08/2016 10:44 WIB) Diakses pada 20 Agustus 2021, 17:00 WIB

<http://galeri-nasional.or.id> Website resmi Galeri Nasional (Diakses 20 September 2021, 21.00 WIB)

www.Instagram/GaleriNasional/com (Diakses 15 Septemeber 2021 18.00 WIB)

<http://youtube/CNNIndonesia.com> (Diakses 28 September 202, 10.00 WIB)

<http://youtube/GaleriNasional.com> (Diakses 15 September 2021 15.00 WIB)

<http://kebudayaan.kemdikbud.go.id>, 35.000 pengunjung hadir pameran “17/71 : Goresan juang Kemerdekaan” 31 Agustus 2016, (Diakses 20 September 2021, 12.00 WIB)

www.Nationalgeographic.grid.id/Pameran Koleksi Seni Rupa Istana Negara Semarakkan Hari Kemerdekaan Indonesia ke-71 (Diakses 20 September 2021, Pukul 09.00 WIB)

Sumber Wawancara

Narasumber : Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A

Tanggal : 9 September 2021

Waktu : 10:20 WIB

Jabatan : Kurator “Pameran Koleksi Seni Rupa Istana Kepresidenan Republik Indonesia - 17/71: Goresan Juang Kemerdekaan”.

Narasumber : Rizadini Manopo – Red & White Publishing

Tanggal : 6 September 2021

Waktu : 09.47 WIB

Jabatan : Tim publikasi “Pameran Koleksi Seni Rupa Istana Kepresidenan Republik Indonesia - 17/71: Goresan Juang Kemerdekaan”.