

**STRATEGI PROMOSI SRISASANTI GALLERY
DALAM PAMERAN ADDY DEBIL “*FEELING
FLUORESCENT*” YANG DIINISIASI BERSAMA
DENGAN MUSEUM OF TOYS DI YOGYAKARTA**



PENGAJIAN

Oleh :

Anisa Rahmadhani HRP

NIM 2010202026

**PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI
JURUSAN TATA KELOLA SENI FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2024

**STRATEGI PROMOSI SRISASANTI GALLERY
DALAM PAMERAN ADDY DEBIL “*FEELING
FLUORESCENT*” YANG DIINISIASI BERSAMA
DENGAN MUSEUM OF TOYS DI YOGYAKARTA**



PENGAJIAN

Oleh :

Anisa Rahmadhani HRP

NIM 2010202026

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Tata Kelola Seni
2024

PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi Pengkajian Seni berjudul:

“STRATEGI PROMOSI SRISASANTI GALLERY DALAM PAMERAN ADDY DEBIL “FEELING FLUORESCENT” YANG DIINISIASI BERSAMA DENGAN MUSEUM OF TOYS DI YOGYAKARTA” diajukan oleh Anisa Rahmadhani HRP, NIM 2010202026, Program Studi S-1 Tata Kelola Seni, Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 12 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota


Dr. Muhammad Kholid Arif Rozaq, S.Hut., M.M.
NIP. 19760521 200604 1 002

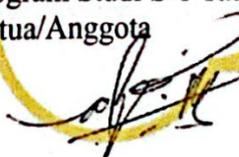
Pembimbing II/Anggota


Raden Kara Vegasari Adya Ratna, S.Ant., M.A.
NIP. 19920712 201903 2 020

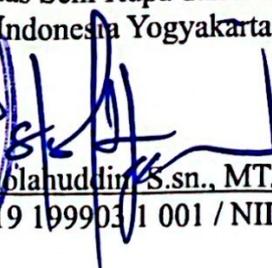
Cognate/Anggota


Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, Se., M.Si.
NIP. 19730205 200912 2 001

Ketua Jurusan Tata Kelola Seni
Program Studi S-1 Tata Kelola Seni
Ketua/Anggota


Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A
NIP. 19731022 200312 1 001

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Muhammad Sholahuddin, S.sn., MT.
NIP. 19701019 199903 1 001 / NIDN 0019107005

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Rahmadhani HRP

NIM : 2010202026

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir skripsi pengkajian yang saya buat ini benar-benar asli karya saya sendiri, bukan duplikat atau dibuat oleh orang lain. Karya skripsi ini saya buat berdasarkan kajian langsung di lapangan sebagai referensi pendukung juga menggunakan buku-buku yang berkaitan. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.



Hormat saya,

Yogyakarta, 11 Mei 2024


Anisa Rahmadhani HRP



“Skripsi ini saya persembahkan untuk ayah dan mamak, semoga bisa sedikit melahirkan rasa lega atas ribuan tetes keringat yang kalian tumpahkan saat mengais rezeki selepas subuh di kegelapan rimba”

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Tata Kelola Seni Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama masa perkuliahan. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran agar pembuatan skripsi ini dapat disempurnakan.

Skripsi ini telah disusun dengan maksimal dan tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Muhammad Sholahuddin, S. T., M. T., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Dr. Yulriawan, M.Hum, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
4. Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan/Program Studi S-1 Tata Kelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta
5. Dr. Muhammad Kholid Arif Rozaq, S.Hut., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah membantu dan membimbing dari awal hingga selesai penulisan skripsi ini.
6. Raden Rara Vegasari Adya Ratna, S.Ant., M.A., selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dan membimbing dari awal hingga selesai penulisan skripsi ini.

7. Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, Se., M.Si., selaku penguji ahli yang telah memberikan saran untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini.
8. Trisna Pradita Putra, S.Sos., M.M., selaku dosen pembimbing akademik
9. Seluruh dosen dan staff tata usaha Program Studi S – 1 Tata Kelola Seni Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
10. E. St. Eddy Prakoso selaku *Founder* dari Srisasanti Gallery
11. Addy Debil dan seluruh pihak yang terlibat dalam Pameran Addy Debil: *Feeling Fluorescent by Museum of Toys & Srisasanti Gallery*.
12. Vattaya Zahra selaku Narasumber dan Komunikasi Srisasanti Gallery
13. Marni Dwi Sukma selaku Narasumber dan *Gallery Sitter*
14. Seluruh karyawan dan staff Srisasanti Gallery
15. Teristimewa kepada kedua orang tua tersayang, Ayah Irwan Efendi Harahap dan Mamak Derbumi Siregar yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan dukungan serta pengorbanannya baik dari segi moril, materi sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan hingga akhir skripsi ini.
16. Kakak kandung Idris Syamuhda Harahap dan Kakak Ipar Nurhasanah serta Keponakan Jennaira Syahla Harahap yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
17. Fatoni Purwitoaji selaku teman hidup yang selalu membantu dan menemani ketika proses dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
18. Seluruh teman-teman satu bimbingan dan seperjuangan Tata Kelola Seni Angkatan 2020 yang telah memberikan semangat hingga saat ini.
19. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi kasih dukungannya. Semoga skripsi ini dapat membantu menambah referensi bagi pembaca dan seluruh pihak khususnya untuk penggiat dalam bidang strategi promosi di galeri seni.

Yogyakarta, 12 Mei 2024

Anisa Rahmadhani HRP

ABSTRAK

Pengaruh era digitalisasi memperluas penyebaran informasi seni melalui *platform* media sosial seperti Tiktok dan Instagram. Hal tersebut memungkinkan promosi pameran seni secara lebih efektif dan luas. Oleh karena itu, Srisasanti Gallery mengadopsi berbagai strategi promosi, termasuk kolaborasi dengan institusi lain seperti Museum of Toys, untuk meningkatkan antusiasme pengunjung terhadap pameran seni, contohnya adalah Pameran Addy Debil "*Feeling Fluorescent*" ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui metode observasi partisipatif, wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Srisasanti Gallery melakukan tahapan strategi promosi (Mahmud Machfoedz, 2010: 3-16) dengan membagi target audiens, mengirim undangan, membuat daftar *content creator*, *placement media*, penyebaran poster pameran, merancang konten dan merencanakan *timeline* promosi. Selain itu, bauran promosi (Hamdani, 2006 dalam Sunyoto, 2015: 160-161) lainnya seperti periklanan, penjualan perseorangan (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*) juga digunakan secara efektif oleh Srisasanti Gallery. Keterlibatan para *content creator* dalam menyebarkan informasi tentang pameran ini di media sosial Tiktok dan Instagram juga memberikan dampak yang signifikan dalam menarik banyak pengunjung. Strategi promosi yang dikembangkan oleh Srisasanti Gallery tidak hanya berhasil membuat pameran ini viral di media sosial, tetapi juga memberikan hasil positif dalam jumlah pengunjung yang mencapai 6000 selama sebulan lebih berlangsungnya pameran. Kesuksesan ini menjadi bukti efektivitas strategi promosi yang diterapkan oleh galeri ini, yang kemungkinan akan menjadi model untuk promosi acara-acara seni budaya yang akan datang.

Kata kunci: Strategi Promosi, Bauran Promosi, Pameran, Galeri

ABSTRACT

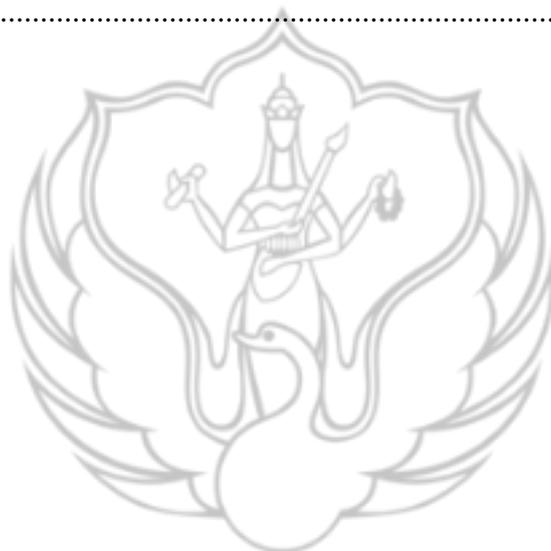
The influence of digitalization has expanded the dissemination of art information through social media platforms such as TikTok and Instagram. This enables more effective and widespread promotion of art exhibitions. Therefore, Srisasanti Gallery has adopted various promotional strategies, including collaborations with other institutions such as the Museum of Toys, to increase visitor enthusiasm for art exhibitions, as exemplified by the "Feeling Fluorescent" exhibition by Addy Debil. This research utilized a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were collected through participatory observation, semi-structured interviews, and documentation. The research findings reveal that Srisasanti Gallery implemented a promotional strategy (Mahmud Machfoedz, 2010: 3-16) by segmenting the target audience, sending invitations, compiling a list of content creators, media placement, distributing exhibition posters, designing content, and planning a promotional timeline. Additionally, other promotional mix elements (Hamdani, 2006 in Sunyoto, 2015: 160-161) such as advertising, personal selling, public relations, word of mouth, and direct marketing were also effectively utilized by Srisasanti Gallery. The involvement of content creators in disseminating information about the exhibition on social media platforms like TikTok and Instagram also had a significant impact in attracting a large number of visitors. The promotional strategy developed by Srisasanti Gallery not only succeeded in making the exhibition go viral on social media but also yielded positive results in terms of visitor numbers, reaching 6000 visitors during its month-long run. This success serves as evidence of the effectiveness of the promotional strategies implemented by this gallery, which may potentially serve as a model for promoting future cultural art events.

Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, Exhibition, Gallery

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	VI
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR BAGAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN	15
A. Latar Belakang	15
B. Rumusan Masalah	19
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Manfaat Penelitian	20
1. Bagi Mahasiwa.....	20
2. Bagi Masyarakat Umum	20
3. Bagi Pihak Srisasanti Gallery.....	21
E. Tinjauan Pustaka	21
F. Metode Penelitian.....	26
1. Metode Pendekatan	27
2. Waktu & Lokasi Penelitian	27
3. Metode Pengumpulan Data.....	28
4. Teknik Analisis Data	32
5. Instrumen Pengumpulan Data	34
G. Sistematika Penulisan.....	35
BAB II LANDASAN TEORI	36
A. Landasan Teori	36
1. Strategi Promosi.....	36
2. Bauran Promosi.....	38
3. Galeri.....	40
BAB III PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN DATA.....	41
A. Penyajian Data	41
1. Proses Kolaboratif Pameran “ <i>Feeling Fluorescent</i> ”	41

2. Strategi Promosi Pameran “ <i>Feeling Fluorescent</i> ”	46
B. Pembahasan Data	49
1. Strategi promosi	49
2. Bauran Promosi	60
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	75
1. Saran bagi Mahasiswa.....	75
2. Saran bagi Srisasanti Gallery	75
3. Saran bagi Masyarakat	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Karya “ <i>is this our first sanctuary?</i> ”, Addy Debil, 2023	41
Gambar 2: Ruang Pameran Addy Debil “ <i>Feeling Fluorescent</i> ”	43
Gambar 3: Karya “ <i>Look at Me</i> ”, Addy Debil, 2023	44
Gambar 4: Antusias pengunjung pameran	45
Gambar 5: <i>Placement media</i> Antara News & IDN Times	51
Gambar 5: <i>Placement media</i> Antara News & IDN Times	51
Gambar 7: <i>Placement media</i> situs web	52
Gambar 8: <i>Placement media</i> situs web	52
Gambar 9: Akun Instagram Srisasanti Gallery	53
Gambar 10: <i>Placement media</i> sosial Instagram	54
Gambar 11: <i>Placement media</i> sosial Instagram	54
Gambar 12: Penyebaran poster pameran di Tirtodipuran Link	56
Gambar 13: Desain poster pameran	57
Gambar 14: Konten <i>exhibition view</i> pameran	58
Gambar 15: Konten detail karya Addy Debil	59
Gambar 16: <i>Photograms booth</i> dan foto polaroid	63
Gambar 17: <i>Photograms booth</i> dan foto polaroid	63
Gambar 18: Permainan “ <i>gatcha</i> ”	64
Gambar 19: Gantungan kunci	64
Gambar 20: Minuman “ <i>slush drink</i> ”	65
Gambar 21: Publikasi poster program “ <i>gallery tour</i> ”	67
Gambar 22: Konten video yang dibuat oleh <i>content creator</i> di Tiktok	71
Gambar 23: Konten video yang dibuat oleh <i>content creator</i> di Tiktok	71
Gambar 24: Konten video yang dibuat oleh <i>content creator</i> di Tiktok	71
Gambar 25: Konten video yang dibuat oleh <i>content creator</i> di Tiktok	71
Gambar 26: Konten video yang dibuat oleh <i>content creator</i> di Instagram	72
Gambar 27: Konten video yang dibuat oleh <i>content creator</i> di Instagram	72
Gambar 28: Konten video yang dibuat oleh <i>content creator</i> di Instagram	72
Gambar 29: Konten video yang dibuat oleh <i>content creator</i> di Instagram	72
Gambar 30: Foto bersama Vattaya Zahra	92

Gambar 31: Foto bersama Vattaya Zahra	92
Gambar 32: Foto bersama peserta <i>Exhibition Tour</i>	92
Gambar 33: Dokumentasi foto peneliti menjadi <i>Exhibition Tour Leader</i>	93
Gambar 34: Dokumentasi foto peneliti menjadi <i>Exhibition Tour Leader</i>	93
Gambar 35: Foto bersama Seniman, Kurator dan Tim <i>Gallery Sitter</i>	93
Gambar 36: Tangkapan layar komunikasi bersama Vattaya Zahra	94
Gambar 37: Tangkapan layar komunikasi bersama Addy Debil via Instagram	94
Gambar 38: Bukti komunikasi bersama Museum of Toys via Instagram	95
Gambar 39: Dokumentasi bersama Marni Dwi Sukma selaku <i>Gallery Sitter</i>	95



DAFTAR BAGAN

Tabel 1. 1. Daftar Informan Wawancara 1.....	32
--	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

“Di zaman digital yang kini telah merasuki ruang-ruang individu dan digital, pameran telah mengalami “massa dan masa yang cair”. Pameran dianggap telah menjadi cara untuk mengerahkan segenap kemampuan, baik berupa gagasan dan penampilan secara terbuka (Susanto, 2016: 36)”.

Penyajian seni paling umum yang ada di Indonesia ditandai dengan banyak terlaksananya perhelatan pameran di beberapa lembaga seni seperti *art space*, galeri dan museum. Definisi pameran bagi penyelenggara (di luar perupa) seperti galeri, museum, jejaring, manajer dan sebagainya, banyak dijadikan sebagai ajang untuk memperoleh nilai-nilai (profit dan non-profit). Pameran juga kelihatannya dapat menjadi sebuah sarana untuk pembuktian, rasa dan besarnya kepedulian mereka terhadap seni. Semakin sering mereka mengadakan pameran, semakin tampak besar perhatian dan arah tujuannya (Susanto, 2016: 35).

Banyaknya galeri seni yang muncul seiring dengan banyaknya seniman seni rupa yang ada di Yogyakarta, berdampak pula pada tumbuhnya apresiasi publik terhadap karya seni rupa. Pertumbuhan ini dapat dijadikan sebagai sebuah penanda bahwa kini seni rupa telah berhasil membangun sistem “pasar” yang mulai menguat (walau masih terasa belum sempurna) dan melahirkan berbagai pergolakan dan polemik wacana pada beberapa pameran dan karya seni rupa yang telah disajikan (Susanto, 2016: 3). Berbagai macam bentuk dan jenis karya seni rupa yang ditampilkan di galeri seni menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung untuk mengapresiasi karya seni rupa. Apalagi di era digitalisasi seperti saat ini, para pengunjung sudah sangat dimudahkan dengan adanya promosi di media sosial, sehingga dapat lebih mudah untuk mengakses berbagai macam pameran yang ada.

Era digitalisasi merupakan sebuah era ketika informasi dapat diperoleh secara mudah dan cepat yang disebarluaskan melalui teknologi digital menggunakan sistematis komputer ataupun data yang sudah terhubung dengan internet (Sukiman, 2018). Hal ini juga mempengaruhi dihasilkannya sebuah media baru pada lingkup seni rupa. Perkembangan teknologi media baru tersebut mampu membangkitkan kembali nyawa ruang publik yang semakin mudah untuk diterima oleh masyarakat luas khususnya generasi baru untuk memahami dan mempengaruhi masyarakat dalam mengapresiasi karya seni maupun pameran seni, sehingga masyarakat pun semakin sadar dengan eksistensi seni rupa dan mampu menarik perhatian masyarakat awam terhadap karya seni yang saat ini dapat lebih mudah disentuh dan dimainkan sebagai wahana ‘permainan’ (Rushartono & Ratna, 2023: 20).

Kehadiran media digital terutama platform media sosial yang saat ini sedang ramai digunakan oleh warganet yaitu adalah *platform* Tiktok dan Instagram. Kedua platform media sosial tersebut dapat memudahkan masyarakat untuk melihat produksi, proses dan distribusi informasi bahkan dapat dengan mudah untuk ikut bergabung sebagai seorang pembuat konten (*content creator*), sehingga secara tidak sadar terjadi sebuah fenomena sosial yang saling menguntungkan untuk keduanya. Kehadiran promosi melalui media digital ini juga sudah sangat berdampak positif pada ruang lingkup seni rupa, yaitu dengan adanya para *content creator* yang membuat suatu bentuk promosi menarik terkait dengan informasi pameran seni ataupun kegiatan seni lainnya, sehingga mampu mendatangkan banyak massa dan berdampak positif terhadap eksistensi galeri seni ataupun lembaga seni lainnya. Keberadaan promosi di era digital seperti saat ini merupakan aspek yang memikat, bernilai dan strategis (Suryana, 2019: III). Strategi seperti ini juga diterapkan oleh Srisasanti Gallery dalam meningkatkan antusias pengunjung galeri melalui kolaborasi mereka bersama dengan Museum of Toys dalam menginisiasi pameran tunggal dari salah satu “seniman perwakilan (*represented artist*) mereka yaitu Addy Debil.

Srisasanti Syndicate merupakan sebuah grup galeri yang terdiri dari Srisasanti Gallery, Kohesi Initiatives dan STEM Projects yang tergabung dalam satu manajemen bertempat di Jl. Tirtodipuran No. 50, Mantrijeron, Kota Yogyakarta. Srisasanti Gallery itu sendiri didirikan oleh E. St. Eddy Prakoso dengan tujuan utama yaitu mengaggas apresiasi global untuk seniman Indonesia melalui program manajemen dan representasinya yang ditujukan untuk membantu seniman dalam memperkaya portofolio dan memajukan perkembangan artistik mereka. Galeri ini pun secara konsisten menginisiasi berbagai program pameran dan non-pameran yang menarik setiap tahunnya, dan juga aktif berpartisipasi dan menghadirkan senimannya di pameran-pameran seni internasional (*Srisasanti Syndicate, Profil Srisasanti Gallery* yang diakses melalui laman <https://www.srisasantisyndicate.com/about> pada tanggal 26 Februari 2024 Pukul 11:48 WIB). Salah satu seniman yang aktif berpartisipasi dalam program manajemen dan representasi (*represented artist*) di Srisasanti Gallery adalah Addy Debil, seorang seniman asal Bandung yang biasanya dikenal sebagai seorang *street artist*, yang karakter khas pada karyanya itu sering terlihat seperti “*doodles*” dan mural yang ia buat di tembok-tembok kota.

Addy Debil mulai aktif berpartisipasi dalam berbagai program manajemen di Srisasanti Syndicate terhitung sejak pameran tunggalnya bertajuk “*Eyes Shut Fantasia*” dilaksanakan oleh Kohesi Initiatives tahun 2021 di Yogyakarta. Selanjutnya, Addy Debil juga turut ikut serta dalam beberapa program pameran kelompok (*group exhibition*) seperti Pameran “*Something Old, Something New, Something Borrowed, Something Blue*” yang dilaksanakan oleh Srisasanti Gallery tahun 2023 di Pacific Place Mall Jakarta, Pameran *WIB (Works in Bali)* yang dilaksanakan oleh Srisasanti Gallery tahun 2022 di Titik Dua Ubud Bali dan lain sebagainya, hingga Pameran tunggal Addy Debil bertajuk “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi oleh Srisasanti Gallery berkolaborasi dengan Museum of Toys ini dilaksanakan pada 11 April - 14 Mei 2023 di Tirtodipuran Link Building A, Yogyakarta.

Pameran Addy Debil dengan tajuk “*Feeling Fluorescent*” ini sengaja dibuat berbeda dari beberapa pameran yang telah dilaksanakan oleh Srisasanti Gallery sebelumnya. Karya Addy Debil dalam pameran ini menggunakan medium dengan menambahkan cat yang dapat berfluoresensi atau bersinar jika disorot dengan sinar ultraviolet (*fluorescent paint*). Karya-karya ini dibuat khusus untuk dipamerkan di dalam pameran yang diinisiasi oleh Srisasanti Gallery bersama dengan Museum of Toys. Sejalan dengan hal tersebut, pameran ini disajikan ke dalam sebuah bentuk ruang pamer yang dipenuhi dengan karakter khas dari karya “*doodles*” dan mural Addy Debil yang dapat menyala di dalam kegelapan (*glow-in-the dark*). Sehingga setiap pengunjung yang datang pun dapat merasakan pengalaman *glow-in-the dark* pertama yang ada di Yogyakarta. Hal inilah yang menjadi salah satu penyebab pameran ini menjadi viral atau FYP (*for your page*) di media sosial Tiktok. Disisi lain karena visual karya Addy Debil dalam pameran ini tergolong mudah untuk dinikmati oleh semua kalangan terutama anak muda. Berdasarkan wawancara (06 Maret 2024) bersama Vattaya Zahra, selaku Komunikasi Srisasanti Gallery, bahwa pameran ini berhasil mendapatkan respon yang positif dari publik dengan menarik rata-rata hingga 200 pengunjung di setiap harinya dan total keseluruhan pengunjung selama sebulan lebih sebanyak 6000 pengunjung. Srisasanti Gallery pada pameran ini menetapkan harga tiket masuk sebesar Rp. 30.000 untuk setiap pengunjung dewasa dan anak kecil yang berumur di atas 5 tahun.

Pada pameran ini terdapat suatu keunikan yang diterapkan oleh Srisasanti Gallery dalam mempromosikannya, sehingga pameran tersebut dapat menjadi FYP di media sosial Tiktok. Sebelumnya, Srisasanti Gallery hanya menggunakan Instagram sebagai media publikasi untuk menyebarluaskan konten-konten *template* yang mereka buat dari setiap program galeri yang sedang terlaksana. Pada pameran Addy Debil bertajuk “*Feeling Fluorescent*” ini mereka mulai memaksimalkan penggunaan strategi promosi dengan mengundang *influencer* dan *content creator* untuk mengulas dan membuat konten

yang berkaitan dengan pameran tersebut. Selain itu, di dalam pameran ini juga terdapat permainan “*gatcha*”, yaitu permainan acak untuk mendapatkan gantungan kunci yang menggunakan desain karakter khas dari karya Addy Debil. Terdapat juga menu minuman unik bernama “*slush drink*” yang terbuat dari campuran susu dan buah-buahan seperti stroberi, anggur dan melon (*smoothies*) dengan beragam warna yang juga senada dengan Pameran tunggal Addy Debil bertajuk “*Feeling Fluorescent*” ini. Kedua strategi promosi ini sengaja dibuat sebagai bentuk kolaborasi ide dari Museum of Toys untuk menjadikan pameran ini sebagai wahana yang menyajikan pengalaman menarik dan mampu memikat banyak pengunjung dari Generasi Z. Beberapa strategi promosi yang telah digunakan dalam pameran ini juga berkelanjutan untuk diterapkan dalam menyebarluaskan pameran-pameran selanjutnya yang sesuai dengan karakteristik seniman yang berpartisipasi. Hal tersebut juga mendasari dilakukannya penelitian ini.

Penerapan strategi promosi yang baik dan implementasi yang tepat merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan agar mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkan. Sejalan dengan hal tersebut, maka di dalam penelitian ini akan banyak membahas proses tahapan strategi promosi dan penggunaan bauran promosi yang ada di dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi oleh Srisasanti Gallery berkolaborasi dengan Museum of Toys sehingga pameran ini dapat berhasil merengkuh massa untuk berkunjung ke Srisasanti Gallery sesuai dengan target yang diinginkan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini dilaksanakan dengan satu rumusan masalah yaitu bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam mempromosikan Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta.
2. Mendeskripsikan proses tahapan strategi promosi dan penggunaan bauran promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta.
3. Menambah referensi ilmu di bidang strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam menyebarluaskan Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk mengetahui proses tahapan pengetahuan tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta. Harapannya hasil dari penelitian ini dapat menjadi sebuah referensi baru dan evaluasi dalam merancang langkah-langkah strategi promosi yang lebih tepat dalam mengelola pameran ataupun acara di sekitar kita.

2. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah pandangan baru agar masyarakat mendapat informasi yang tepat mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta. Disamping itu penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi ilmu mengenai strategi promosi dalam menyebarluaskan pameran atau agenda kebudayaan yang ada di masyarakat.

3. Bagi Pihak Srisasanti Gallery

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi arsip data dan referensi bagi pihak Srisasanti Gallery yang digunakan sebagai refleksi dan evaluasi mengenai proses tahapan strategi promosi dan bauran promosi yang digunakan dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta, untuk selanjutnya diterapkan ke dalam program-program galeri yang akan terlaksana kedepannya sehingga SDM fungsionalnya meningkat sesuai dengan keahlian dan keterampilannya.

E. Tinjauan Pustaka

Sebuah penelitian memerlukan beberapa referensi yang digunakan sebagai data pendukung dan perbandingan untuk penelitian yang akan dilaksanakan saat ini. Namun, untuk penelitian yang terkait dengan “Strategi Promosi Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys” ini belum pernah ada yang meneliti, maka dari itu untuk mendukung terlaksananya penelitian ini, peneliti berusaha untuk menemukan data-data yang berhubungan dengan strategi promosi pameran, *event* dan lembaga lainnya. Berikut ini penjabaran mengenai uraian pustaka yang digunakan sebagai rujukan atau acuan di dalam penelitian ini:

Pertama, penelitian skripsi oleh Tamira Rachmaheni Rihadah yang berjudul “Bauran Promosi Pameran Koleksi Seni Rupa Istana Kepresidenan RI – 17/71: Goresan Juang Kemerdekaan” ditulis dalam Skripsi Jurusan Tata Kelola Seni Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta Tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Secara singkat penelitian skripsi ini fokus untuk membahas penggunaan bauran promosi yang dilakukan dalam pameran koleksi seni rupa di Istana Kepresidenan Republik Indonesia.

Penelitian skripsi ini dijadikan sebagai rujukan karena terdapat kesamaan pada topik dan subjek penelitian yang membahas terkait dengan promosi dari sebuah pameran seni rupa. Namun, di dalam penelitian skripsi diatas hanya fokus membahas bauran promosi yang digunakan oleh tim penyelenggara dalam menyebarluaskan pameran saja. Berbeda halnya dengan penelitian ini, karena peneliti akan menjabarkan proses tahapan strategi promosi dan penggunaan bauran promosi yang lebih menarik dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam mempromosikan pamerannya, yaitu salah satunya dengan cara melibatkan beberapa *content creator* di dalamnya dan seterusnya digunakan oleh Srisasanti Gallery sebagai langkah strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan antusias pengunjung galeri pada program manajemen (pameran) dan representasi selanjutnya.

Kedua, penelitian skripsi oleh Riski Apriliani yang berjudul “Strategi Promosi *Event Jogja International Batik Biennale 2018* untuk Meningkatkan *Awareness Yogyakarta World Batik City*” ditulis dalam Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Tahun 2019. Penelitian skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui *in-depth interview*, studi literatur, dokumentasi dan data pendukung. Secara singkat, skripsi ini berfokus membahas strategi promosi *Event Jogja International Batik Biennale (JIBB) 2018* dalam meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap predikat *Yogyakarta World Batik City*.

Penelitian skripsi ini dijadikan sebagai rujukan karena terdapat kesamaan pada topik penelitian dan teori dasar mengenai strategi promosi, tahapan strategi promosi dan bauran promosi yang dijadikan sebagai kajian dalam penelitian ini. Hal yang menjadi pembeda dengan penelitian skripsi diatas terletak pada subjek penelitiannya yang fokus membahas strategi promosi dari sebuah acara (*event*) yang diadakan dua tahun sekali sedangkan subjek pada penelitian yang ditulis oleh peneliti ini dilakukan pada salah satu program manajemen (pameran) dari salah satu galeri komersial yang ada di Yogyakarta yaitu Srisasanti Gallery.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Linda Desma Yunita dan Tri Handayani dengan judul “Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah” ditulis dalam Jurnal Riset Bisnis dan Investasi (Vol. 4, No. 1, April 2018). Secara singkat, jurnal ini berisi proses perancangan strategi promosi pada pelaksanaan proyek *Event* Pasar Murah. Metode pelaksanaan proyek yang digunakan di dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu persiapan proyek, pelaksanaan proyek, penyelesaian proyek hingga pelaporan proyek *Event* Pasar Murah.

Jurnal ini dijadikan sebagai rujukan karena terdapat kesamaan pada teori dasar mengenai strategi bauran promosi yang juga dijadikan sebagai kajian dalam penelitian ini. Namun, fokus pada penelitian ini adalah perancangan strategi bauran promosi yang tepat dalam penyelenggaraan *Event* Pasar Murah melalui beberapa proses tahapan. Hal tersebut yang menjadi pembeda dengan penelitian yang akan penulis teliti ini, karena di dalam penelitian ini akan menyajikan strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam meningkatkan antusias pengunjung galeri melalui Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Liliana Dewi dan Annisa Nur Istiqomah dengan judul “Strategi Promosi Museum Basoeki Abdullah di Era New Normal” ditulis dalam Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia (Vol. 7, No. 3, Maret 2022). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner dengan skala Likert kepada 100 responden pengunjung Museum Basoeki Abdullah dan wawancara bersama pengelola museum tersebut (*mix method*). Secara singkat, penelitian ini membahas pengaruh dari faktor penghambat dan faktor pendukung terhadap strategi promosi yang dilakukan oleh Museum Basoeki Abdullah di era new normal agar kegiatan-kegiatan museum kembali berjalan dengan normal.

Jurnal ini dijadikan sebagai rujukan karena terdapat kesamaan pada teori dasar yang digunakan yaitu strategi promosi yang dilakukan oleh Museum Basoeki Abdullah di era new normal dengan memaksimalkan penggunaan sosial media yang ada. Penelitian diatas menggunakan Museum Basoeki Abdullah sebagai subjek yang diteliti, berbeda halnya dengan penelitian ini yang menggunakan pameran dari salah satu galeri komersial yang ada di Yogyakarta yaitu Srisasanti Gallery.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Dirsha Lazuardini, Runik Machfiroh dan Sonson Nurusholih dengan judul “Perancangan Strategi Promosi Bartelle Gallery Jakarta” ditulis dalam Jurnal *e-Proceeding of Art & Design* (Vol. 8, No. 3, Juni 2021). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner (tringulasi). Secara singkat penelitian ini merancang strategi pesan promosi serta pemilihan media visual yang tepat untuk mempromosikan Bartelle Gallery sesuai dengan target yang dituju.

Jurnal ini dijadikan sebagai rujukan karena terdapat kesamaan pada subjek penelitian yang menggunakan sebuah galeri seni sebagai pihak yang diteliti serta teori dasar mengenai strategi promosi dan bauran promosi yang dijadikan sebagai kajian dalam penelitian ini. Namun, fokus pada penelitian ini adalah perancangan sebuah desain visual untuk media sosial Bartelle Gallery dalam mempromosikan galerinya. Hal tersebut yang menjadi pembeda dengan penelitian yang berjudul “Strategi Promosi Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta” ini.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Novi Selviani dengan judul “Pengaruh Strategi Promosi dan Strategi Harga Terhadap Citra Galeri Seni” ditulis dalam Jurnal Pajak dan Bisnis (Vol. 2, No. 2, September 2021). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan melalui wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Secara singkat penelitian ini menganalisis pengaruh strategi promosi dan strategi harga terhadap citra galeri seni yang ada di Indonesia.

Jurnal ini dijadikan sebagai rujukan karena terdapat kesamaan pada subjek yang diteliti yaitu galeri seni. Hal yang menjadi pembeda terletak pada metode penelitian yang digunakan. Pada penelitian diatas menggunakan metode kuantitatif dengan *stratified random sampling* yang menganalisis sebanyak 49 galeri seni yang ada di seluruh Pulau Jawa dan Bali serta 147 pelanggan galeri. Sedangkan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus yang menyajikan data terkait dengan strategi promosi yang dilakukan Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta.

Ketujuh, penelitian skripsi oleh Runi Berta Akindo yang berjudul “Promosi Acara Musik Keroncong Plesiran #3 di Panggung Terbuka Nglanggeran DIY” ditulis dalam Skripsi Jurusan Tata Kelola Seni Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta Tahun 2023. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pendekatan melalui konsep manajemen acara, promosi dan *rebranding*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga metode yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Secara singkat, penelitian ini membahas tentang sistem manajerial dan efektivitas dari media visual serta mengoptimalkan potensi UMKM di sekitar lokasi acara yang digunakan dalam mempromosikan acara musik “Keroncong Plesiran #3” ini.

Penelitian ini dijadikan sebagai rujukan karena terdapat persamaan pada objek penelitian dan teori dasar mengenai strategi promosi dan bauran promosi yang dijadikan sebagai kajian dalam penelitian ini, serta penggunaan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi oleh Srisasanti Gallery bersama dengan Museum of Toys sebagai subjek yang akan diteliti, berbeda dengan penelitian skripsi diatas yang menggunakan subjek penelitian Acara Musik Keroncong Plesiran #3 di Panggung Terbuka Nglanggeran, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian mengenai “Strategi Promosi Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi oleh Srisasanti Gallery bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta” ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya dengan didasari isu strategi promosi dan bauran promosi. Namun, juga terdapat beberapa hal berbeda dengan fokus penelitian beserta objek tempat dari keseluruhan pustaka yang dijadikan sebagai rujukan. Penelitian ini menitikberatkan pada pembahasan pembahasan terkait dengan tahapan strategi promosi dan bauran promosi yang digunakan oleh Srisasanti Gallery dalam meningkatkan antusias pengunjung galeri dalam pameran ini.

F. Metode Penelitian

Penelitian dengan judul “Strategi Promosi Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi Bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta” ini merupakan penelitian yang terkait dengan ranah pengelolaan pameran yang ditinjau melalui ranah promosinya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus yang ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut atau perspektif partisipan (Siyoto, dkk, 2015:14). Penelitian kualitatif deskriptif lebih tertarik menelaah fenomena-fenomena sosial dan budaya dalam suasana yang berlangsung secara wajar/alamiah, bukan dalam kondisi yang terkendali atau laboratoris sifatnya (Hardani, dkk, 2020:16). Serta pada penelitian kualitatif menuntut sebanyak mungkin kepada penelitiannya untuk melakukan sendiri kegiatan penelitian di lapangan agar mereka yang diteliti menjadi lebih terbiasa dengan kehadiran peneliti ditengah-tengah mereka sehingga “efek pengamat” menjadi seminimal mungkin adanya (Hardani, dkk, 2020:19). Penelitian ini menggunakan metode observasi secara langsung dengan mengamati proses strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery pada program pameran yang terlaksana selanjutnya, beberapa fakta yang telah ditemukan kemudian dianalisis menggunakan teori yang berkaitan dengan proses tahapan strategi promosi dan bauran promosi.

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus (*case study research*). Penelitian studi kasus merupakan penelitian yang menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, *event*, proses, institusi atau kelompok sosial serta mengumpulkan informasi secara rinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu (Cresswell, 1998: 34 dalam Wahyuningsih, 2013: 3). Studi kasus sebagai sebuah penelitian mempunyai keunikan atau keunggulan sendiri, yaitu mampu memberikan akses atau peluang yang luas kepada peneliti untuk menelaah secara mendalam, detail, intensif, dan menyeluruh terhadap unit sosial yang diteliti. Itulah kekuatan utama sebagai karakteristik dasar dari studi kasus. Secara lebih rinci, studi kasus mengisyaratkan keunggulan-keunggulan berikut (Mulyana, 2004: 201 dalam Wahyuningsih, 2013: 11).

2. Waktu & Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana proses studi yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah pada penelitian yang berlangsung (Darmadi, 2011: 52). Kemudian menurut (Sujarweni, 2014: 73) yang menjelaskan bahwa lokasi penelitian merupakan suatu tempat di mana penelitian itu dilaksanakan atau juga sebagai subjek yang diteliti. Pada penelitian skripsi ini, lokasi penelitian dilakukan secara langsung di Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil yang bertajuk "*Feeling Fluorescent*" diinisiasi bersama dengan Museum of Toys. Pameran ini dilaksanakan pada tanggal 11 April – 14 Mei 2024 di Gedung Tirtodipuran Link Building A yang berada di Jl. Tirtodipuran No. 50, Mantrijeron, Kota Yogyakarta, DIY.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dapat diperoleh melalui wawancara dengan narasumber yang sedang dijadikan sampel dalam penelitian. Peneliti dapat merekam dan mencatat data tersebut (Kusumastuti, Adhi, Khoirun, 2019). Data primer didapatkan secara langsung saat peneliti bekerja sebagai *Gallery Sitter* di Srisasanti Syndicate pada tanggal 2 Juli – 15 Oktober 2023 serta pada masa periode penelitian yang dilakukan pada tanggal 4 – 31 Maret 2024. Adapun data yang diperoleh berdasarkan wawancara bersama Vattaya Zahra selaku Komunikasi Srisasanti Gallery dan Marni Dwi Sukma selaku *Gallery Sitter*.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang telah tersedia dan dapat diperoleh dengan mengamati langsung objek yang diteliti seperti membaca, melihat dan mendengarkan. Data ini juga biasanya berasal dari data primer yang telah diolah oleh peneliti sebelumnya. Berikut ini merupakan beberapa hal yang termasuk dalam kategori data sekunder (Kusumastuti, Adhi, Khoirun, 2019):

1. Data bentuk teks yakni dapat berupa dokumen, pengumuman, surat - surat, spanduk
2. Data bentuk gambar yakni berupa foto, animasi, billboard dan sejenisnya

3. Data bentuk suara yakni berupa hasil rekaman kaset
Kombinasi teks, gambar dan suara atau dapat berupa film, video, iklan

Data sekunder di dalam penelitian ini didapatkan melalui sumber literatur dan referensi yang berkaitan dengan strategi promosi, pameran, galeri seni dan sejenisnya.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan sebuah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang sedang diteliti (Hardani, dkk, 2020: 123). Penjabaran mengenai jenis-jenis teknik observasi pada penelitian kualitatif (Hardani, dkk, 2022: 129-132) yaitu:

- a) Observasi partisipatif, dapat dilakukan dengan cara pengamat secara langsung terlibat aktif dalam objek kajian atau berpartisipasi dalam kehidupan orang yang diamati. Situasi sebaliknya disebut observasi non-partisipan, pengamat adalah non-partisipan dan berpartisipasi dalam kehidupan pengamat.
- b) Observasi sistematis, yakni pengamatan terstruktur atau pengamatan yang kerangka kerjanya telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan observasi tidak sistemik dapat dilakukan oleh seorang pengamat dengan menggunakan instrumen observasi.
- c) Observasi eksperimental, dilakukan dengan cara pengamatan terhadap suatu keadaan yang dipersiapkan untuk menyelidiki sesuatu yang diuji. Pengamatan ini dilakukan dengan bantuan seorang pengamat yang ditempatkan pada ruang atau situasi tertentu. Faktor dan semua kondisinya itu dapat diatur dan dikendalikan oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipatif karena penelitian ini dilakukan secara langsung, namun peneliti tidak ikut berperan serta dalam tim komunikasi yang ada di Srisasanti Gallery. Pada saat melakukan observasi, peneliti mengamati secara langsung proses strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery saat sedang bertugas sebagai *Gallery Sitter* pada program pameran yang terlaksana selanjutnya yakni Pameran Heri Dono “*Worship to Power*” dan Pameran Jompet Kuswidananto “*Dream Express: Personalized History of Mysticism*” yang berlangsung selama tiga bulan lebih dimulai dari 2 Juli – 15 Oktober 2023. Kemudian observasi secara langsung dilakukan kembali pada masa periode penelitian yakni pada tanggal 4 – 31 Maret 2024.

b. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi merupakan sebuah cara untuk mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode ini lebih mudah untuk dilakukan dibandingkan dengan metode pengumpulan data yang lainnya (Hardani, dkk, 2020:149). Data dari dokumentasi ini dapat berupa foto, video, dan rekaman yang meliputi segala sesuatu yang berkaitan dengan Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” ini dan didapatkan melalui Instagram @srisasantigallery serta arsip foto dari tim dokumentasi Srisasanti Gallery yaitu Ilkhas Rayi Winuranto. Rekaman berupa suara wawancara dengan narasumber dan sudah direkam nantinya digunakan sebagai data penunjang dalam penelitian ini selain foto dan video yang telah dijelaskan sebelumnya.

c. Wawancara

Wawancara ialah sebuah percakapan atau tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Hardani, dkk, 2020: 137). Pada penelitian kualitatif sering kali dilakukan penggabungan teknik observasi dengan wawancara mendalam. Selama observasi dilaksanakan, peneliti juga melakukan wawancara kepada orang - orang yang ada di dalamnya (Sugiyono, 2017: 232). Berikut merupakan beberapa macam teknik wawancara yang dipaparkan oleh Estberg (2002) yakni:

- 1) Wawancara terstruktur, dilakukan saat peneliti atau pengumpul data sudah mengetahui dengan pasti sebelumnya terkait dengan informasi yang akan didapat. Maka dari itu, peneliti telah menyiapkan instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif sebelum melakukan wawancara.
- 2) Wawancara semi terstruktur, yakni jenis wawancara yang dilihat dari pelaksanaannya akan lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari jenis wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dengan cara pihak yang akan diajak wawancara diminta untuk berpendapat dan ide-idenya.
- 3) Wawancara tidak terstruktur, yakni jenis wawancara yang bersifat bebas atau peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun saat sedang mengumpulkan data dari informan.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur secara mendalam karena mempersiapkan beberapa pertanyaan untuk ditanyakan terlebih dahulu kepada informan. Beberapa pertanyaan bisa saja berkembang jika daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya masih kurang dan perlu ditambah sesuai kebutuhan. Proses wawancara ini dilakukan secara langsung di Tujuan Cafe dan secara daring dikarenakan beberapa informan sedang tidak berada di Yogyakarta. Berikut ini merupakan beberapa informan yang akan diwawancarai untuk mendapatkan data untuk penelitian ini:

Tabel 1. 1. Daftar Informan Wawancara

No	Nama	Posisi
1	Vattaya Zahra	Komunikasi Srisasanti Gallery
2	Marni Dwi S	<i>Gallery Sitter</i>

Sumber: Data Primer (Anisa Rahmadhani HRP, 2024)

4. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan sebuah proses mencari, mengumpulkan, dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara. Tujuannya adalah agar data tersebut dapat lebih mudah dimengerti dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2016). Menurut Miles dan Huberman (1992 dalam Hardani, dkk, 2022: 163-171), teknik analisis data terbagi ke dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu proses pengumpulan data secara terus menerus, pemilihan pola-pola atau tema-tema utama dari data yang telah terkumpul, serta pengembangan dan pengujian teori atau konsep yang mungkin muncul dari data tersebut. Analisis data lebih detailnya akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap penting dalam proses analisis data yang bertujuan untuk menyempurnakan, mengelompokkan, mengarahkan, serta mengeliminasi elemen-elemen yang tidak relevan, sehingga data dapat diorganisir secara efektif sehingga simpulan-simpulan akhir dapat ditarik dan diverifikasi (Salafudin, 2019). Dalam konteks penelitian ini, reduksi data dilakukan sejak tahap pengumpulan data yang melibatkan wawancara dengan pihak terkait, seperti wawancara bagian komunikasi Srisasanti Gallery dan pihak yang terlibat dalam Pameran Addy Debil "*Feeling Fluorescent*" seperti Museum of Toys dan lain sebagainya serta pengamatan yang dilakukan secara langsung di Srisasanti Gallery. Tahap berikutnya melibatkan penyederhanaan data yang telah terkumpul dengan mengekstraksi informasi yang relevan sesuai dengan topik penelitian. Dengan demikian, data yang disajikan diarahkan untuk mencapai kesimpulan yang solid dan dapat dipertanggungjawabkan.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang telah tersusun dengan baik dan memberikan kemungkinan adanya pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diamati (Mustafa, dkk, 2020). Proses penyajian data dilakukan untuk memudahkan pemahaman terhadap apa yang terjadi serta untuk merencanakan langkah-langkah kerja selanjutnya. Setelah melalui tahap penelitian, data yang telah berhasil dikumpulkan kemudian diolah dalam bentuk uraian yang mendetail mengenai proses tahapan strategi promosi dan penggunaan bauran promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil "*Feeling Fluorescent*", yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta ini.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dari analisis data kualitatif adalah penarikan simpulan dan verifikasi. Kesimpulan adalah inti dari sebuah penelitian yang menjawab rumusan masalah dari penelitian tersebut dan harus relevan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah menjadi sebuah analisis mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery, kemudian menganalisis data-data tersebut dengan teori-teori yang telah disajikan di dalam penelitian ini. Kemudian, tahap selanjutnya melakukan penarikan kesimpulan terhadap hasil penelitian yang terkait dengan strategi promosi yang digunakan Srisasanti Gallery dalam menyebarluaskan pameran ini.

5. Instrumen Pengumpulan Data

Berikut ini merupakan beberapa instrumen yang digunakan untuk mendukung proses pengumpulan data, yaitu:

- a. Laptop, sebagai alat yang digunakan untuk mencatat, menganalisis dan menyusun data-data yang berhubungan dengan objek penelitian yang diperoleh saat melakukan observasi, dokumentasi dan wawancara.
- b. *Handphone*, sebagai alat pemotret, alat perekam suara dan buku catatan yang digunakan untuk memotret, merekam dan mencatat data-data yang berhubungan dengan objek penelitian yang diperoleh saat observasi, dokumentasi dan wawancara.
- c. Buku catatan, sebagai alat untuk mencatat hal-hal penting yang terkait dengan penelitian saat melakukan observasi dan wawancara secara langsung.

G. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, instrumen pengumpulan data dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, yang mencakup teori mengenai strategi promosi, tahapan strategi promosi dan bauran promosi yang dijadikan sebagai referensi dan penambahan sumber literatur di dalam penelitian ini.

Bab III Penyajian dan Pembahasan Data. Penyajian data di dalam bab ini mencakup informasi mengenai latar belakang Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi oleh Srisasanti Gallery berkolaborasi dengan Museum of Toys. Selanjutnya, pembahasan mengenai strategi promosi dan bauran promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta.

Bab IV Penutup, yang mencakup kesimpulan dan hasil dari penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah, serta berisi saran dari peneliti terkait dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta.

Daftar Pustaka

Lampiran

Biodata Mahasiswa