

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Srisasanti Gallery telah menjalankan serangkaian strategi promosi yang beragam dan inovatif untuk Pameran “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys ini. Tahapan-tahapan dalam penerapan strategi promosi ini mencakup pembagian target audiens, pengiriman undangan, penempatan media, pembuatan daftar *content creator*, penyebaran poster pameran, perancangan konten, penjadwalan *timeline* promosi, dan eksekusi pelaksanaan.

Srisasanti Gallery juga telah menerapkan bentuk-bentuk promosi seperti periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut dan pemasaran langsung. Serta keunikannya menerapkan bauran promosi periklanan, *personal selling* serta *direct marketing* yang telah diterapkan pada saat tahapan promosi yakni penyebaran poster pameran, pengiriman undangan kepada kolega, kolektor, media massa, *content creator*, penggunaan media email dan situs web. Penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery cukup optimal, hal ini ditunjukkan dengan memanfaatkan berbagai lini media untuk periklanan seperti spanduk, poster, katalog karya, media massa serta *instagram ads* untuk mengiklankan pada media baru. Kemudian menarik perhatian masyarakat melalui video promosi kreatif yang disebarluaskan oleh para *content creator* yang telah diundang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh Bagian Komunikasi Srisasanti Gallery. Penerapan isi konten promosi di media sosial Instagramnya juga sangat menarik perhatian pengunjung yakni dengan menggunakan *sign* khas karya Addy Debil dengan warna yang senada dengan konsep pameran yaitu *glow in the dark* untuk setiap visual desain pada setiap konten yang dipublikasikan.

Srisasanti Gallery menitikberatkan kinerja Bagian Komunikasi untuk menjalin relasi yang baik dengan media – media, baik konvensional maupun online. Salah satunya yakni dengan mengundang beberapa media massa seperti Radar Jogja, Tempo, IDN Times, SINDOnews.com, Tribun Jogja, Antara News serta para *content creator mikro* untuk meliput dan menyebarluaskan Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys ini. Penerapan promosi ini juga sangat menguntungkan karena mampu meningkatkan antusias pengunjung galeri tanpa harus mengeluarkan biaya.

Bentuk promosi unik lainnya serta jarang ditemui di perhelatan pameran lainnya, yakni Srisasanti Gallery menggunakan bentuk promosi penjualan (*sales promotion*) seperti adanya permainan “*gacha*” yaitu permainan acak untuk mendapatkan gantungan kunci yang menggunakan desain karakter khas dari karya Addy Debil. Kemudian, terdapat juga menu minuman “*slush drink*” yang terbuat dari campuran susu dan buah-buahan seperti stroberi, anggur dan melon (*smoothies*) dengan beragam warna yang juga senada dengan konsep pameran *glow in the dark* ini. Hingga, Srisasanti Gallery bekerja sama dengan “*photograms booth*” yang hasil fotonya berupa polaroid dengan bingkai foto yang menggunakan desain karakter khas dari karya-karya seniman yang berpameran di Srisasanti Gallery.

Keterlibatan para *content creator mikro* ini juga sangat berpengaruh dalam menarik banyak pengunjung. Bentuk promosi yang disebarluaskan oleh para *content creator mikro* di media sosial Tiktok dan Instagram sangat bernilai positif dan dapat mempengaruhi banyak pengunjung untuk turut hadir dalam pameran ini. Selain itu, Penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery juga telah terlaksana dengan baik untuk meningkatkan antusias pengunjung galeri. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengunjung yang hadir dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys ini. Yakni dengan total sebanyak 6000 pengunjung selama dua bulan lebih pameran berlangsung dengan harga tiket sebesar Rp. 30.000 per orang.

B. Saran

1. Saran bagi Mahasiswa

Penelitian ini mengkaji terkait dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” yang diinisiasi bersama Museum of Toys. Saran bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih lanjut terkait dengan strategi promosi melalui *content creator mikro* di media sosial Tiktok dan Instagram. Dengan demikian sumber referensi terkait dengan penelitian ini dapat berkembang.

2. Saran bagi Srisasanti Gallery

Setelah melakukan beberapa pengamatan, terdapat beberapa hal yang bisa ditingkatkan oleh Srisasanti Gallery yakni menambah SDM di bagian komunikasi untuk melakukan aktivasi konten di media sosial Tiktok untuk menyebarluaskan program-program galeri yang sedang berlangsung untuk menjangkau massa yang lebih luas lagi. Kemudian, Srisasanti Gallery dapat menyediakan anggaran untuk lebih banyak lagi mengundang media-media besar ataupun diadakannya *press conference* oleh seniman, kurator atau pihak yang terlibat sebelum pembukaan pameran berlangsung. Hal ini diharapkan agar program-program galeri ke depannya bisa diliput oleh lebih banyak media massa lagi. Srisasanti Gallery juga dapat lebih banyak lagi membuat program-program galeri yang melibatkan mahasiswa, komunitas, sekolah ataupun institusi yang ada di Yogyakarta untuk mengedukasi terkait dengan manajemen galeri, program galeri, publikasi ataupun yang lainnya.

3. Saran bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat lebih meningkatkan serta membantu pengembangan informasi terkait dengan rasa apresiasinya terhadap karya seni, karena program-program yang ada di Srisasanti Gallery tidak hanya terbatas untuk kalangan lingkungan seni saja, namun juga ditujukan untuk seluruh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Akindo Berta, R. (2023). "Promosi Acara Musik "Keroncong Plesiran #3" di Panggung Terbuka Nglanggeran DIY". Skripsi S – 1 Program Studi Tata Kelola Seni, Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Apriliani, Riski. (2019). "Strategi Promosi Event Jogja Internasional Batik Biennale 2018 untuk Meningkatkan Awariness "Yogyakarta World Batik City". Skripsi S – 1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
- Darmadi, Hamid. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Easberg, Kristin, G. (2002). *Qualitatif Methods Ins Social Research*. Mc Graw Hill, New York.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran, ed. 3*. Yogyakarta: Andi.
- Freddy, Rangkuti. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif, edisi pertama, cetakan pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hardani, Aulia, H. N., Andriani, H., Fardani, A. R., Ustiawaty, J., Utami, F. E., Sukmana, J. D., & Istiqomah, R. R. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Kusumastuti, Adhi., Khoirun, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif (F. Annisya (ed.))*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta: Cakra ilmu.
- Mustafa, P. S. Dkk. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Rihadah Rachmaheni, T. (2023). "Bauran Promosi "Koleksi Seni Rupa Istana Kepresidenan RI - 17/71: Goresan Juang Kemerdekaan". Skripsi S – 1 Program Studi Tata Kelola Seni, Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

- Siyoto, Sandu & Sodik, Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukiman. (2018). *Mendidik Anak di Era Digital*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Hlm 6-8.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryana, Asep dkk. (2019). *Eksistensi Promosi di Era Digital*. Jakarta: PT. Lontar Digital Asia.
- Susanto, Mikke. (2016). *Menimbang Ruang Menata Rupa (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wahyuningsih, Sri. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya)*. Madura: UTM Press.
- Yunus, Ulani. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Webtografi:

- Dewi, Liliana & Istiqomah Nur, A. (2022). Strategi Promosi Museum Basoeki Abdullah di Era New Normal. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 85-93.
- Hedynata, Livia Marceline dan E.D Radianto, Wirawan. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1). 1-10.

- Lazuardini, D., Machfiroh, R., & Nursholih, S. (2021). Perancangan Strategi Promosi Bartelle Gallery Jakarta. *Jurnal e-Proceeding of Art & Design*, 8(3), 58-64.
- Lontoh, Michael N. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado Cabang Medan. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 24-43.
- Rushartono Chantiaya, L & Ratna Adya, V. (2023). Apresiasi Seni Rupa: Media Digital Akun Instagram @bukusenirupa dan Tiktok Pameran Seni Yogyakarta. *Jurnal Dekonstruksi*, 09(03). 20-26.
- Salafudin M. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pematang*. Jakarta: Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Selviani, Novi. (2021). Pengaruh Strategi Promosi dan Strategi Harga Terhadap Citra Galeri Seni. *Jurnal Pajak dan Bisnis*, 2(2), 102-109.
- Yunita Desma, L & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset dan Bisnis*, 4(1), 15-24.

Wawancara:

- Zahra, Vattaya, Wawancara pribadi, 06 Maret 2024, Bagian Komunikasi Srisasanti Gallery, Jl. Tirtodipuran No.17C, Mantriijeron, Kec. Mantriijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55143
- Sukma, Marni Dwi, Wawancara daring, 11 April 2024, *Gallery Sitter* dalam Pameran Addy Debil “*Feeling Fluorescent*” diinisiasi oleh Srisasanti Gallery berkolaborasi dengan Museum of Toys di Yogyakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
FAKULTAS SENI RUPA

Jalan Parangtritis km 6,5 Kotak Pos 1210 Yogyakarta 55001
Telepon (0274) 381590
Laman www.fsr.isi.ac.id

Nomor : 142/T 4.2/PP/2024
Tanggal : 1 Maret 2024
Perihal : Izin Survei/Penelitian TA

Yth.
Srisasanti Gallery

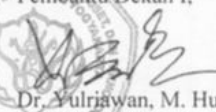
Dengan hormat,
Pimpinan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta dengan ini memberitahukan bahwa yang bersangkutan di bawah ini:

Nama : Anisa Rahmadhani HRP
NIM : 2010202026
Program Studi : S1 Tata Kelola Seni
Alamat : Jl. Geneng, Geneng, Panggunharjo, Kec. Sewon, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55188
No. HP : 081378015868
Alamat Tujuan : Jl. Tirtodipuran No.50, Mantrijeron, Kec. Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55143

bermaksud melakukan survei/penelitian TA

Mata Kuliah/Judul : Strategi Promosi Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil "Feeling Fluorescent" yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys
Waktu : 4-31 Maret 2024
Jumlah Anggota Tim : 1

Sehubungan dengan itu, kami mohon agar kepada yang bersangkutan dapat diberi bantuan seperlunya guna tercapainya tujuan tersebut.

a.n. Dekan
Pembantu Dekan I,

Dr. Yulriawan, M. Hum.
NIP. 19620729 199002 1 001












KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
FAKULTAS SENI RUPA

**LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN TUGAS AKHIR
UNTUK KARYA TULIS DAN KARYA SENI /DESAIN**

Nama : Anisa Rahmadhani HRP
NIM : 2010202026
Jurusan/Program Studi : S-1 Tata Kelola Seni
Pembimbing I : Dr. Muhammad Kholid Arif Rozaq, S.Hut., M.M.
Semester : Genap 2023/2024
Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil "*Feeling Fluorescent*" yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta

Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing
02 Februari 2024	<ul style="list-style-type: none">- Perkenalan dengan dosen pembimbing dan penjelasan mengenai tata cara untuk melakukan bimbingan tugas akhir selanjutnya- Bimbingan tugas akhir bisa dilaksanakan secara daring melalui Whatsapp- Tahap awal silahkan mengirimkan draf proposal seminar dahulu sebelum melanjutkan Bab I	

<p>05 Februari 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sistematika penulisan proposal diperbaiki, proposal tidak menggunakan abstrak dan penulisan bodynote disarankan menggunakan Mendeley Dekstop - Terkait judul, topik pembahasan, latar belakang dan identifikasi masalah silahkan melihat tugas akhir kakak tingkat terdahulu dan dicocokkan dengan draf proposal yang ada 	
<p>15 Februari 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi terkait dengan Bab I dan Bab II berdasarkan hasil revisi proposal yang telah direvisi menggunakan referensi dari penelitian skripsi yang sudah ada dan senada dengan penelitian ini - Akan dibaca dan dikoreksi terlebih dahulu 	
<p>26 Maret 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi Bab I dan Bab II yang telah diperbaiki - ACC silahkan dilanjut 	
<p>10 April 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi Bab III yang sudah lengkap dengan penyajian data serta pembahasan data yang berkaitan dengan tahapan strategi promosi dan bauran promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery 	

<p>22 April 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi hasil revisi dari Bab III yang sudah diperbaiki dan ditambah pada bagian penyajian data yang berkaitan dengan pameran - ACC silakan lanjut Bab IV 	
<p>25 April 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi Bab IV yang berisi kesimpulan dan saran - Kesimpulan berisi jawaban dari rumusan masalah yang ada pada penelitian - Bagian saran untuk pihak Srisasanti Gallery ditambah dan dilengkapi - Dibuat dalam bentuk paragraf saja tidak apa-apa 	
<p>06 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi Bab IV yang telah direvisi dan diperbaiki - Silakan lanjut dilengkapi daftar pustaka dan lampiran yang berisi dokumentasi dsb. 	
<p>10 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi kelengkapan lampiran dan daftar pustaka - Daftar pustaka diperbaiki kembali penulisannya sesuai dengan panduan skripsi 	
<p>15 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi akhir keseluruhan tugas akhir skripsi - ACC maju sidang 	











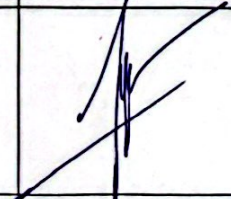
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
FAKULTAS SENI RUPA

**LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN TUGAS AKHIR
UNTUK KARYA TULIS DAN KARYA SENI /DESAIN**

Nama : Anisa Rahmadhani HRP
NIM : 2010202026
Jurusan/Program Studi : S-1 Tata Kelola Seni
Pembimbing I : Raden Rara Vegasari Adya Ratna, S.Ant., M.A.
Semester : Genap 2023/2024
Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Srisasanti Gallery dalam Pameran Addy Debil "*Feeling Fluorescent*" yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys di Yogyakarta

Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing
21 Februari 2024	<ul style="list-style-type: none">- Revisi Bab I & Bab II- Latar belakang ditambahkan terkait dengan penjelasan <i>glow in the dark</i>- Tinjauan pustaka ditambah yang berkaitan dengan penelitian <i>glow in the dark</i> ataupun sejenisnya- Arahan terkait penelitian tentang strategi promosi, wawancara pengambilan data jika memungkinkan ditambah narasumbernya	

<p>06 Maret 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi Bab I - Perbaikan latar belakang, ditambahkan penjelasan dalam bahasa mengenai <i>glow in the dark, fluorescent paint</i> dan mengenai Addy Debil di Srisasanti Gallery - Perbaikan tinjauan pustaka yang sesuai dengan penelitian seperti strategi promosi setidaknya pada galeri atau event 	
<p>24 April 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ACC Bab I & Bab II - Silakan lanjut Bab III 	
<p>26 April 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pada bagian tahapan strategi promosi Srisasanti Gallery dibuat ke dalam bentuk diagram langkah-langkahnya - Diharapkan untuk melakukan wawancara secara daring dengan video kepada narasumber tambahan 	
<p>08 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi Bab III lengkap dengan penyajian data yang berkaitan dengan latar belakang pameran serta pembahasan data yang berkaitan dengan strategi promosi yang dilakukan Srisasanti Gallery 	
<p>15 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi Bab III yang sudah diperbaiki bagian penulisannya yang masih banyak ejaan katanya yang salah ketik dan terbalik 	

<p>17 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi Bab IV yang berisi kesimpulan beserta saran untuk mahasiswa, masyarakat dan pihak dari Srisasanti Gallery - Silakan ditambah bagian saran untuk Srisasanti Gallery serta penulisan dan ejaan kata serta hurufnya di cek kembali masih banyak yang salah tulis 	
<p>20 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi Bab IV yang telah ditambah bagian saran untuk Srisasanti Gallery dan sudah diperbaiki bahasanya serta bagian ejaan kata yang salah 	
<p>22 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi bagian lampiran yaitu transkrip wawancara dibuat lebih rapi, terstruktur dan bahasanya diperhatikan - Dokumentasi penelitian ditambah lagi foto-fotonya - Dicek kembali bagian penulisannya, ejaan kata dan hurufnya serta sistematika penulisannya disesuaikan dengan yang ada di pedoman skripsi dari jurusan 	
<p>24 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi keseluruhan tugas akhir dari Bab I – Lampiran - ACC maju sidang 	

Lampiran 4. Transkrip Wawancara I

No. Wawancara	01
Narasumber/ Status	Vattaya Zahra/ Komunikasi Srisasanti Gallery
Penanya	Anisa Rahmadhani HRP
Perihal	Strategi Promosi Srisasanti Gallery
Tipe Wawancara	Semi terstruktur
Hari/ Tanggal	Rabu, 06 Maret 2024
Waktu	19.30 – 21.00 WIB
Lokasi	Tujuan, Jl. Tirtodipuran No.17C, Mantrijeron, Kec. Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55143

Keterangan

AR : Anisa Rahmadhani

VZ : Vattaya Zahra

Inisial	Transkrip	Ide Pokok
AR	Bagaimana proses pembentukan pameran Addy Debil " <i>Feeling Fluorescent</i> " yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys ini?	Bertanya mengenai latar belakang pameran
VZ	<i>"Pameran ini sudah direncanakan satu tahun sebelumnya, melalui Mbak Deasy selaku Founder dari Museum of Toys dan Mas Dicto selaku Direktur Srisasanti Syndicate"</i>	
AR	Berapa banyak pengunjung yang sudah datang di pameran ini?	Bertanya mengenai total pengunjung pameran yang datang

VZ	<i>“Total selama pameran berlangsung sebanyak 6000 pengunjung dan per hari yang datang sebanyak 200 pengunjung”</i>	
AR	Strategi promosi apa yang dilakukan Srisasanti Gallery dalam menarik minat pengunjung sehingga banyak sekali pengunjung yang datang dalam pameran Addy Debil ini?	Bertanya mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Srisasanti Gallery
VZ	<i>“Jadi kita selalu menghubungi media massa sebelum pembukaan pameran melalui Whatsapp dan Email, terus kita menyebarkan poster pameran ke beberapa titik lokasi di Yogyakarta dan kita juga mengundang content creator dengan kriteria yang masih butuh konten, mikro dan belum terkenal banget atau belum begitu besar. Nah, strategi ini ampuh banget buat menarik banyak pengunjung tapi biasanya FYP di Tiktok cuma bertahan paling seminggu makanya di pertengahan waktu pameran kita mengundang lagi dan setiap program galeri yang baru selalu cari content creator yang baru juga”</i>	
AR	Media publikasi apa saja yang dipilih oleh pihak Srisasanti Gallery untuk menarik minat pengunjung?	Bertanya mengenai media publikasi yang digunakan oleh Srisasanti Gallery
VZ	<i>“Media publikasi yang paling aktif kita pakai itu adalah media sosial Instagram dan Website tapi di dalam pameran ini kita juga pakai media massa seperti Radar Jogja, Tempo, IDN Times, Tribun Jogja, Antara News. Terkadang juga media massa ini datang dengan</i>	

	<i>sendirinya untuk meliput pameran ini karena pengunjung dalam pameran ini antusias pengujungnya ramai sekali dibandingkan dengan pameran-pameran yang sudah diadakan sebelumnya”</i>	
AR	Apakah sudah efisien segala bentuk strategi promosi yang dilakukan Srisasanti Gallery dalam menarik minat pengunjung dalam pameran ini?	Bertanya mengenai efisiensi strategi promosi yang telah dilakukan oleh Srisasanti Gallery dalam pameran ini
VZ	<i>“Sudah efisien tapi lebih baik untuk dioptimalkan lagi seperti adanya press conference yang dilakukan oleh seniman, kurator atau pihak yang terlibat sebelum pembukaan pameran sebagai wadah untuk teman-teman media”</i>	
AR	Apakah ada alokasi dana khusus untuk publikasi dalam pameran ini?	Bertanya mengenai anggaran dana untuk promosi pameran
VZ	<i>“Kita tidak menyediakan dana anggaran sama sekali kecuali untuk cetak poster dan lain-lain itu sudah masuk ke pengeluaran tim desain jadi sudah dibedakan sendiri anggarannya”</i>	
AR	Apakah ada target khusus untuk pengunjung di Srisasanti Gallery, terutama dalam pameran ini? misal, mahasiswa seni, seniman, kurator, penulis, akademisi dsb.	Bertanya mengenai audiens sasaran diselenggarakannya pameran ini
VZ	<i>“Sebenarnya untuk audiens sasaran bisa dilihat dari waktu pelaksanaan program-program galeri kita, dan</i>	

	<p><i>pameran ini sengaja kita laksanakan di akhir tahun karena melihat pesaing dari acara pameran lainnya. Nah untuk menargetkan audiens yang spesifik atau tertarik dengan seni rupa itu, kita adakan program publik seperti artist talk dan exhibition tour untuk menjangkau pengunjung yang tertarik dengan seni rupa, mahasiswa seni dan lainnya. Kita juga kadang mengundang International School untuk melakukan gallery tour seperti waktu itu mengundang sekolah les Bahasa Belanda NTC De Taaltuin”</i></p>	
AR	<p>Apa harapan Srisasanti Gallery terkait segala bentuk promosi yang telah dilakukan dalam pameran ini?</p>	<p>Bertanya mengenai harapan Srisasanti Gallery terkait dengan segala bentuk promosi yang sudah dilakukan</p>
VZ	<p><i>“Harapannya Srisasanti Gallery ke depannya bisa lebih dijangkau oleh lebih banyak wilayah bahkan negara dan bermanfaat untuk publik melalui program-programnya”</i></p>	
AR	<p>Apa yang unik dari pameran ini?</p>	<p>Bertanya mengenai keunikan pameran ini</p>
VZ	<p><i>“Nah yang unik dari pameran Addy Debil ini adalah karya-karyanya yang menggunakan medium baru terus ada permainan “gacha” yang bisa dapat merchandise dari Addy Debil dan menu minuman “slush drink”. Semuanya ini merupakan bentuk hasil kolaborasi ide dari Museum of Toys”</i></p>	

Lampiran 5. Transkrip Wawancara II

No. Wawancara	02
Narasumber/ Status	Marni Dwi Sukma/ <i>Gallery Sitter</i>
Penanya	Anisa Rahmadhani HRP
Perihal	Strategi Promosi Srisasanti Gallery
Tipe Wawancara	Semi terstruktur
Hari/ Tanggal	Sabtu, 11 Mei 2024
Waktu	19.00 – 20.30 WIB
Lokasi	Dilakukan secara daring via Whatsapp

Keterangan

AR : Anisa Rahmadhani

MD : Marni Dwi

Inisial	Transkrip	Ide Pokok
AR	Bagaimana antusias pengunjung dalam Pameran Addy Debil “ <i>Feeling Fluorescent</i> ” yang diinisiasi bersama dengan Museum of Toys ini?	Bertanya mengenai antusias pengunjung pada pameran
MD	“ <i>Antusias pengunjung dalam pameran ramai sekali bahkan sebelum galeri buka itu pengunjung sudah pada antre untuk bisa masuk ke galeri untuk lihat pameran ini</i> ”	
AR	Apa sih yang membuat para pengunjung ini tertarik untuk berkunjung ke pameran ini?	Bertanya mengenai hal yang menarik dalam pameran ini
MD	“ <i>Kalo menurutku karena di pameran ini visualnya itu berbeda dari pameran-pameran yang diadakan</i> ”	

	<p><i>sebelumnya, satu ruangan dengan warna-warni yang cerah banget jadi semua kalangan bisa menikmati karyanya. Di pameran ini juga ada permainan “gatcha” dan menu minuman “slush drink” yang bisa pengunjung beli di bar yang ada di galeri, dan itu juga yang membuat pengunjung semakin tertarik”</i></p>	
AR	<p>Apa saja sih deskripsi pekerjaan sebagai seorang <i>Gallery Sitter</i> di Srisasanti Gallery selain menjaga keamanan karya?</p>	<p>Bertanya mengenai deskripsi pekerjaan sebagai <i>Gallery Sitter</i></p>
MD	<p><i>“Selain jaga karya, kita juga mengurus bagian tiket, merekap uang tiket dan penjualan merchandise dan juga menawarkan langsung kepada pengunjung terkait dengan adanya permainan “gatcha” dan menu minuman “slush drink” di dalam pameran ini. Terkadang juga kita diharuskan bertanya kepada pengunjung dari siapa mereka mengetahui ataupun tertarik untuk berkunjung ke pameran ini”</i></p>	
AR	<p>Apa saja sih jawaban para pengunjung saat ditanya dari siapa mereka mengetahui hingga tertarik berkunjung ke pameran ini?</p>	<p>Bertanya mengenai bentuk promosi <i>words of mouth</i></p>
MD	<p><i>“Bermacam-macam sih, kebanyakan yang jawab dari video yang dibuat oleh para content creator mikro dan FYP di Tiktok dan Instagram. Tetapi, ada juga yang jawab dari teman, saudara atau pun tetangganya”</i></p>	

Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian



Gambar 30 & 31: Foto bersama Vattaya Zahra selaku Bagian Komunikasi Srisasanti Gallery pada wawancara 06 Maret 2024 Pukul 19.30 di Tujuan Cafe
Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024



Gambar 32: Foto bersama peserta *Exhibition Tour* pada 12 Agustus 2023 dalam Pameran Tunggal Heri Dono bertajuk “*Worship to Power*”
Dok. Vattaya Zahra, 2023



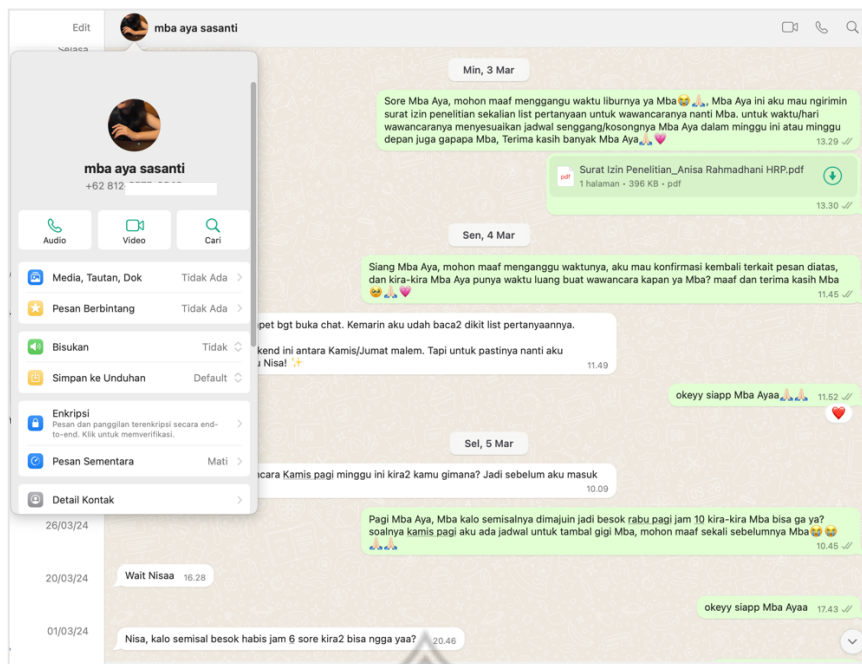
Gambar 33 & 34: Dokumentasi foto peneliti menjadi *Exhibition Tour Leader* dalam Pameran Tunggal Jompet Kuswidananto bertajuk “*Dream Express: Personalized History of Mysticism*” di Srisasanti Syndicate

Dok. Vattaya Zahra, 2023

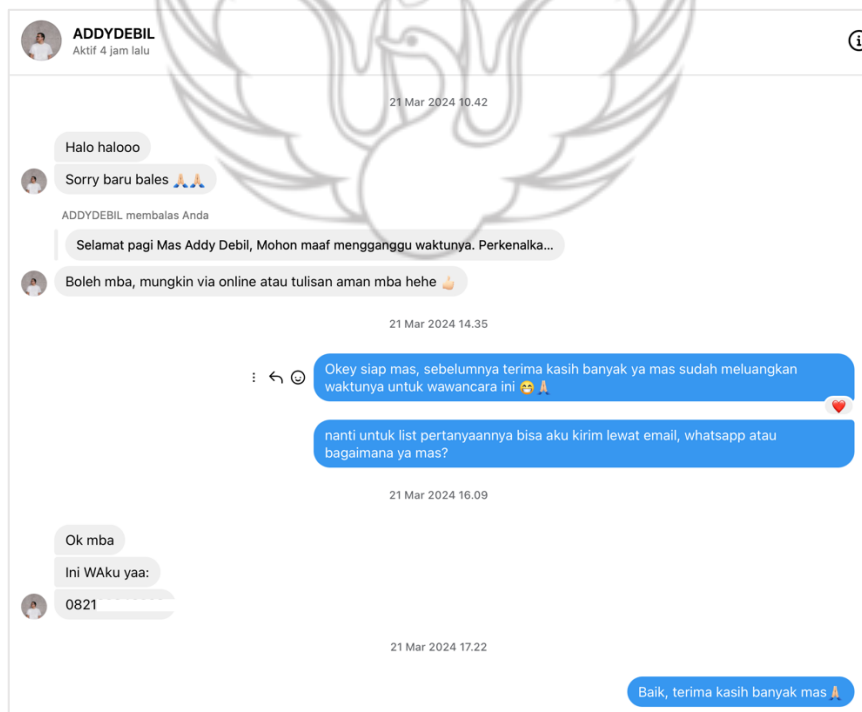


Gambar 35: Foto bersama Seniman, Kurator dan Tim *Gallery Sitter* pada tanggal 15 Oktober 2023 di Srisasanti Gallery

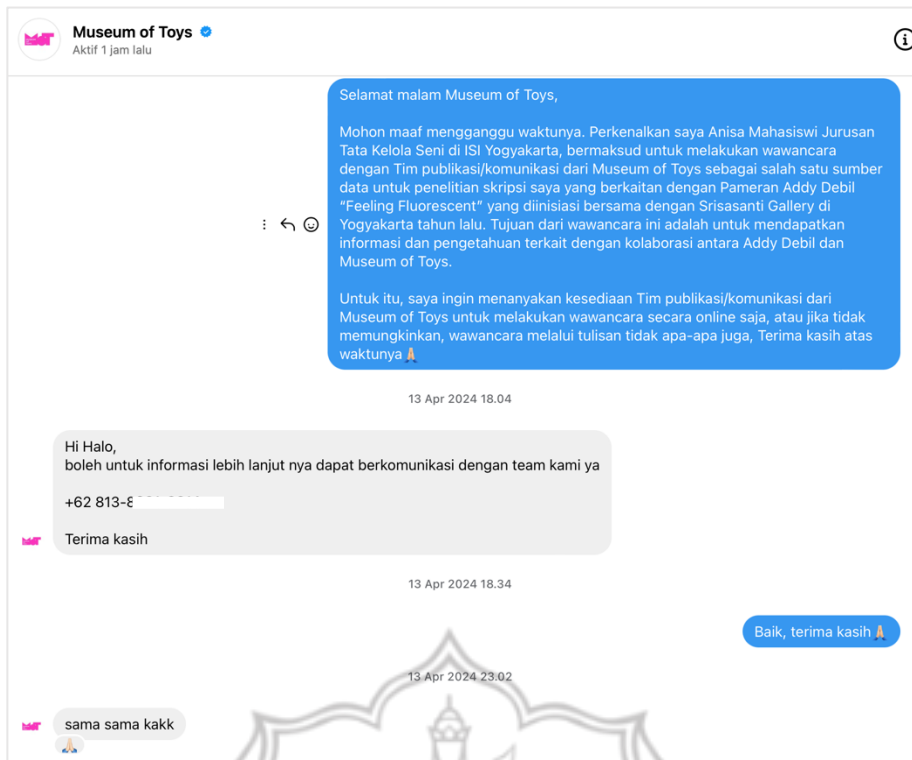
Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024



Gambar 36: Tangkapan layar komunikasi bersama Vattaya Zahra selaku Bagian Komunikasi Srisasanti Gallery via Whatsapp
Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024



Gambar 37: Tangkapan layar komunikasi bersama Addy Debil via Instagram
Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024



Gambar 38: Bukti komunikasi bersama Museum of Toys via Instagram
Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024



Gambar 39: Dokumentasi bersama Marni Dwi Sukma selaku *Gallery Sitter* pada wawancara 11 Mei 2024 Pukul 19.00 via panggilan video Whatsapp
Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024

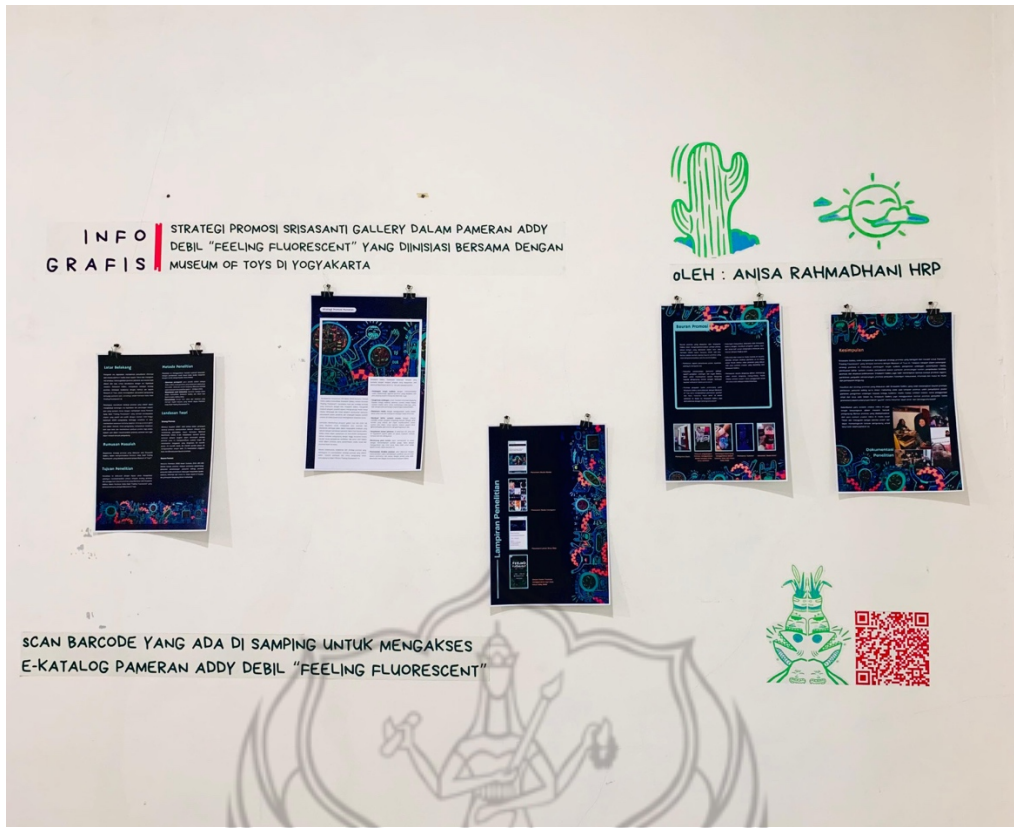
Lampiran 10. Proses Pemasangan Info Grafis Pameran Tugas Akhir



Gambar 40 & 41: Proses pemasangan info grafis Pameran Tugas Akhir

Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024

Lampiran 11. Info grafis Pameran Tugas Akhir



Gambar 42: Info Grafis Pameran Tugas Akhir

Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024

Lampiran 12. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir



Gambar 43: Dokumentasi setelah ujian sidang tugas akhir
Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024



Gambar 44 & 45: Dokumentasi foto di depan info grafis Pameran Tugas Akhir
Dok. Anisa Rahmadhani HRP, 2024

Lampiran 13. Biodata Mahasiswa



Anisa Rahmadhani HRP

Hard working 8th semester college student in the Departement Arts Management with a highly motivated and variety of skills. Actively participates in art event management activities.

Jl. Geneng, Geneng,
Panggunharjo, Kec. Sewon,
Kab. Bantul, DI Yogyakarta
(+62) 81378015868
rahmadhanianisa93@gmail.com

EDUCATION

Indonesian Institute of the Arts (Institut Seni Indonesia) Yogyakarta, Tata Kelola Seni (Arts Management) — 3.84 GPA

April 2020 — Present

SMA Negeri 4 Jambi City

July 2017 — May 2020

PROJECTS

(2024) TABON (Art exhibition project of Samuel Indratma, Faisal Kamandobat & Alit Ambara initiated by Jogja Art Planet) — Social Media Manager

- Responsible for planning, executing, promoting art exhibition content on social media

(2023) Pekan Budaya Difabel “Obah Mamah Mingset Greget” (Event project initiated by Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta) — Social Media Manager

- Responsible for planning, executing, promoting event content on social media

(2023) Sangkring Art Space — Database Management Internship

- Responsible for setting up the exhibition database such as managing and creating a list of participating artists' artwork, MOU, invitation letter and approval letter

(2023) Srisasanti Gallery (projects based on contracts) — Gallery Sitter

- Responsible for the safety of the exhibited artworks, providing and assisting the gallery visitors with relevant information regarding exhibitions and programs as well as guiding the exhibition tour

(2022) Digitalisasi Katalog Anotasi Prof. Drs. Soeprapto Soedjono (Independent project in Merdeka Belajar Kampus Merdeka) at Matawaktu Foundation — Data Analyst

- Responsible for cropping about 50 photos and compiling the data into a digital annotation catalog

(2022) Cerita Kartu Pos “Pesiyan” (Postcard archive exhibition in coursework of Kurasi Arsip in collaboration with Pos Indonesia Yogyakarta) — Exhibition Manager

- Responsible for preparing the archival exhibition such as planning, curatorial research of postal objects collection, contacting the invited artist, display and clear area

(2022) International Kelola Art Fest #7: Biduk (Festival project in coursework of Tinjauan Kelola Seni Pertunjukkan II) — Art Exhibition Manager

- Responsible for preparing the exhibition; database, contact the participating artist and display

(2022) Kelola Seni #4: Rangkai Ruang, Kajian Praktik Pameran Seni Rupa (Collection of student articles in coursework of Tinjauan Kelola Pameran II) — Book Launch Team

- Cooperate with book publishers in ISBN management, book printing process.
- Responsible for recording, packaging and shipping book orders

(2022) Katalog Anotasi Affandi 1936 - 1989 (Annotation catalog in coursework of Archive & Documentation) — Data Analyst

- Responsible for collecting data about 291 paintings by Affandi from the museum, bibliography, newspaper literature, articles on the internet and auction catalog
- Archiving and compiling the data into an annotation catalog

CERTIFICATES

(2022)

Volunteer in 17th Jogja NETPAC Asian Film Festival “Blossom” on 26 November - 3 Desember 2022

(2022)

Participant of Archive Management Class (Kelas Tata Kelola Arsip) in Lintas Budaya

(2021)

Participant of Performing Arts Organizer Course in KMMI (Kredensial Mikro Mahasiswa Indonesia)

SKILLS

- MS Office (Word, Excel, Powerpoint)
- Google Drive (Docs, Sheets, Slides)
- Social Media (Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter)
- Writing
- Adaptability
- Confidentiality
- Attention to details
- Working in teams
- Verbal and written communication

LANGUAGES

Bahasa Indonesia - Native

English - Intermediate

VOLUNTEER EXPERIENCES

(2024) Polisi Mbudaya Wiwitan Pasa #II: Gandeng Renteng-Kumandange Pasar (Event project initiated by Polda D.I. Yogyakarta) — Liaison Officer

- Responsible for communicating and building professional relationships with event talent

(2023) Bantul Creative City Festival (Festival project initiated by Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul Yogyakarta) — Registration

- Re registration about 10.000 participants of “Pecah Rekor Muri Tari Montro” and 14 “Bregada” group

(2022) 17th Jogja-Netpac Asian Film Festival “Blossom” — Merchandising

- Responsible for serving the buyer and record merchandise sales

(2022) Yogyakarta Komik Weeks “Aksi Transisi” (Event project initiated by Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta) — Gallery Sitter

- Responsible for the safety of the exhibited artworks, providing and assisting the gallery visitors with relevant information regarding exhibitions and programs

(2022) First Solo Show “Transfigurasi Wayan Sudar” — Gallery Sitter

- Responsible for the safety of the exhibited artworks, providing and assisting the gallery visitors with relevant information regarding exhibitions and programs

(2021) Solo Exhibition Rangga Aputra “Artefact of Random Memories” at R.J. Katamsi ISI Yogyakarta Gallery — Gallery Sitter

- Responsible for the safety of the exhibited artworks, providing and assisting the gallery visitors with relevant information regarding exhibitions and programs

(2021) Kelola Art Fest #6: Agora In Dystopia — Artistic

- Preparing and making festival decorations

(2020) Kelola Art Fest #5: Neo Pop Culture — Publication

- Publish and share the contents of publication materials related to the event on social media

