

**MANAJEMEN STRATEGI PENGELOLAAN
PAMERAN PATUNG DI RUANG PUBLIK**

TESIS

Untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Magister seni

Program Magister Tata Kelola Seni
Minat utama Manajemen Seni Rupa



Diajukan oleh
Namuri Migotuwio
NIM. 142 0080 423

PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016

MANAJEMEN STRATEGI PENGELOLAAN PAMERAN PATUNG DI RUANG PUBLIK

Oleh
Namuri Migotuwio
NIM. 1420080423

Telah dipertahankan pada tanggal 01 Agustus 2016
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari :

T. Handono Eko Prabowo, MBA., Ph.D
Pembimbing I

Dr. Kurniawan Adi Saputro, Ph.D
Ketua Tim Penilai

Dr. Suwarno Wisetrotomo, M.Hum
Penguji Ahli

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima sebagai persyaratan untuk
memperoleh gelar Magister Seni
Yogyakarta, 12 Agustus 2016

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Prof. Dr. Djohan, M.Si
NIP. 19611217 199403 1 001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat penelitian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat penelitian atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu di naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 01 Juli 2016



Namuri Migotuwio
NIM. 1420080423

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkatnya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir Tesis Manajemen Tata Kelola Seni ini dengan baik.

Tesis Manajemen Tata Kelola Seni ini merupakan Tugas Akhir melalui sebuah penelitian yang disusun sebagai salah satu syarat guna mencapai derajat Magister dalam bidang seni dengan minat utama Manajemen Tata Kelola Seni Rupa. Adapun judul dari Tesis Manajemen Tata Kelola Seni ini adalah, “Manajemen Strategi Pengelolaan Pameran Patung di Ruang Publik” yang disusun pada semester genap, tahun ajaran 2015/2016.

Harapan penulis, semoga dengan terselesaikannya Tesis Manajemen Tata Kelola Seni ini dapat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan terkait dengan pengelolaan aktivitas seni rupa. Pengelolaan pameran di ruang publik memiliki karakteristik dan kualifikasi yang berbeda dengan proses berpameran di ruang seni (galeri dan rumah seni) pada umumnya, sehingga menarik untuk dipelajari dan diketahui sebagai bagian dari pengetahuan. Di analisis secara ilmiah dengan metode SWOT yang komprehensif, serta mengemas data temuan sebagai bentuk pengetahuan manajerial yang *rill* di lapangan dapat mempertajam analisis Tesis ini.

Tidak lupa dalam penyusunan Tugas Akhir dari awal hingga akhir proses, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, demi

kelancaran penyusunan Tesis Manajemen Tata Kelola Seni ini. Sebagai ungkapan terima kasih penulis tujukan kepada:

1. Dosen Pembimbing I, Drs.T. Handono Eko Prabowo, MBA., Ph.D.
2. Penguji Ahli, Dr. Suwarno Wisetrotomo, M.Hum
3. Direktur Pascasarjana Institus Seni Indonesia Yogyakarta Prof. Johan Salim, M.Si
4. Ketua Program Studi Manajemen Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta Dr. Dewanto, M.Sn.
5. Keluarga tercinta, Alm. ibu Barniyati beserta bapak Idrys Subariyadi, Mories Setiawirawan dan Adriyani.
6. Alit Ayu Dewantari M.Sn
7. Teman serta sahabat yang telah mendukung selama menjalani Tesis ini.

Akhirnya, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tesis Manajemen Tata Kelola Seni ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis selalu mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penyusunan Tesis ini, terutama pada penelitian yang akan lahir berikutnya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat, Terima kasih.

Yogyakarta, Agustus 2016

Namuri Migotuwio

MANAJEMEN STRATEGI PENGELOLAAN PAMERAN PATUNG DI RUANG PUBLIK

Pertanggungjawaban Tertulis
Program Magister Tata Kelola Seni
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2016

Oleh : Namuri Migotuwio

ABSTRAK

Pameran patung di ruang publik Kota Yogyakarta memiliki arti penting yang sangat kuat sebagai simbol perkembangan dinamika seni rupa di Indonesia. Meskipun telah diselenggarakan beberapa kali namun persoalan terkait dengan pemindahan dan pembongkaran masih terjadi. Dari beberapa perhelatan pameran patung di ruang publik yang berlangsung, JSSP (*Jogja Street Sculpture Project*) 2015 menjadi satu-satunya pameran yang diproyeksikan akan diselenggarakan setiap dua tahun sekali. Selain diikuti oleh peserta yang terdiri dari seniman kaliber internasional, perhelatan tersebut merupakan pameran yang murni menyajikan sebuah patung sebagai karya seni bukan sebagai komoditas pasar semata. Dengan menggunakan analisis SWOT, dimana faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap keberhasilan sebuah pameran diukur (bobot dan rating) menggunakan Matrik IE dan Kuadran SWOT. Hasil dari analisis Matriks IE menunjukkan bahwa penyelenggaraan berada pada posisi (*Hold and Maintain*) dengan kebijakan penetrasi pasar dan pengembangan penyelenggaraan. Sedangkan pada hasil evaluasi kuadran analisis SWOT, penyelenggaraan berada pada posisi kuadran I, dengan arah kebijakan mendukung strategi agresif yang diwujudkan dalam bentuk pengembangan pasar, integrasi horizontal dan integrasi ke belakang. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pameran patung di ruang publik JSSP belum memenuhi aspek esensial sebagai pameran yang interaktif dan partisipatif, sehingga faktor tersebut menjadi alasan kuat terjadinya pemindahan atas beberapa karya peserta.

Kata kunci : Pameran, Seni Ruang publik, JSSP 2015, SWOT

STRATEGIC MANAGEMENT OF MANAGING PUBLIC SPACE SCULPTURE EXHIBITION

*Written Accountability
Master Program of Art Management
Postgraduate Indonesian Institut of Art Yogyakarta, 2016*

By : Namuri Migotuwio

ABSTRACT

Public space sculpture exhibition in Yogyakarta, has become a very significance symbol of dynamic development of arts in Indonesia. Even though has been held several times but the issues of removal and demolition of (temporarily) exhibited sculptures were still occurred. Noted from several events of sculptures exhibition that took place in Yogyakarta's public spaces, JSSP (Jogja Street Sculpture Project) 2015, became the only event that is projected to be held every two years. The event was not only exhibiting works of internationally recognized and renown Indonesian sculptors, but also represent sculpture as purely works of fine arts rather than as a mere market commodity. Based on SWOT analysis, where the internal and external factors affecting the success of an exhibition is measured (weight and rating) using IE matrix and SWOT quadrant, the result of IE Matrix analysis shows that the implementation is in position (Hold and Maintain) with market penetration policies and development of the committee organization. While the quadrant evaluation results shows that the committee organization is in a position of quadrant I, with the direction of the policies is to support aggressive strategies which is manifested in the form of market development, horizontal integration and backward integration. The results also showed that the exhibition of sculptures in public spaces by JSSP 2015 was not fulfill the essential aspect as an interactive and participative public space event, this factor was the main reasons of the removal of several (temporarily) exhibited sculptures.

Keywords: Exhibition, public space artworks, JSSP 2015, SWOT.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN BENDEL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
KATA PENGANTAR.....	iii-iv
ABSTRAK	v
ABSTACK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	01
1.1 Latar Belakang Masalah.....	01
1.2 Rumusan Masalah.....	06
1.3 Tujuan Perancangan.....	07
1.4 Manfaat Perancangan.....	07
1.5 Batasan Lingkup Perancangan.....	08
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasar Teori	16
2.2.1 Manajemen	16
2.2.2 Perencanaan Strategis	17
2.2.3 Pameran patung di ruang publik.....	20
2.2.4 Pengelolaan pameran Patung di ruang publik	34
2.2.5 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	36
2.2.6 JSSP (<i>Jogja Street Sculpture Project</i>) 2015	37
2.3 Kerangka Penelitian	52
BAB III. METODE PENELITIAN	53
3.1 Pendekatan penelitian.....	53
3.2 Lingkup penelitian	53
3.3 Metode pengumpulan data	57
3.4 Instrumen penelitian.....	61
3.5 Metode analisis data.....	62

3.5.1 Analisis SWOT	62
3.5.2 Tahap masukan.....	65
3.5.3 Tahap pencocokan.....	72
3.5.4 Tahap penentuan keputusan strategi	76
BAB IV. HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Hasil penelitian.....	77
4.1.1 Pameran patung di ruang publik Kota Yogyakarta	77
4.1.2 Analisis <i>Stakeholder</i>	83
4.1.3 Pengelolaan pameran patung di ruang publik Kota Yogyakarta pada event JSSP 2015	84
4.2 Analisis penelitian.....	92
4.2.1 Analisis deskriptif.....	93
4.2.2 Analisis SWOT	106
4.2.2.1 Tahap masukan.....	106
4.2.2.2 Tahap pencocokan.....	114
4.2.2.3 Tahap keputusan.....	119
4.3 Pembahasan	120
4.3.1 Analisis Strategi berdasarkan Matriks IE.....	120
4.3.2 Analisis Strategi berdasarkan kuadran analisis SWOT.....	123
4.3.3 Strategi <i>Generic</i> dan Variasi Strategi.....	126
4.3.4 Implementasi Strategi.....	128
BAB V. PENUTUP.....	132
5.1 Kesimpulan	132
5.2 Saran.....	133

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Interaksi publik Karya Teguh S. Priyanto dan Ichwan Noor.	03
Gambar 2 Karya patung JSSP 2015 yang dipindahkan	05
Gambar 3 Proses pemasangan karya JSSP 2015.....	45
Gambar 4 Karya peserta JSSP 2015	46
Gambar 5 Kerangka penelitian.....	52
Gambar 6 Kuadran Analisis SWOT.....	73
Gambar 7 Kuadran Analisis SWOT.....	116
Gambar 8 Skematika strategi 7-s framework Mc.Kinsey.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar peserta JSSP 2015.....	40
Tabel 2.2 Penyelenggaraan pameran patung di ruang publik	50
Tabel 3.1 Agenda penelitian	55
Tabel 3.2 Subyek penelitian.....	55
Tabel 3.3 Penilaian bobot faktor internal	66
Tabel 3.4 Penilaian bobot faktor eksternal.....	67
Tabel 3.5 Matriks EFE	71
Tabel 3.6 Matriks IFE	71
Tabel 3.7 Matrik IE	73
Tabel 3.8 Matriks IFAS dan EFAS SWOT.....	75
Tabel 4.1 Penilaian bobot faktor internal.....	106
Tabel 4.2 Penilaian bobot faktor eksternal.....	107
Tabel 4.3 Penilaian bobot faktor internal (kekuatan).....	109
Tabel 4.4 Penilaian bobot faktor internal (kelemahan).....	109
Tabel 4.5 Penilaian rating faktor eksternal (peluang)	111
Tabel 4.6 Penilaian rating faktor eksternal (ancaman).....	111
Tabel 4.7 Matriks IFE	112
Tabel 4.8 Matriks EFE	112
Tabel 4.9 Matriks IE Pengelolaan Pameran di ruang publik Yogyakarta.....	115
Tabel 4.10 Analisis Matriks SWOT.....	118