



PROGRAM STUDI S1-TATA KELOLA SENI
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA

KELOLA SENI #4

RANGKAI RUANG

KAJIAN PRAKTIK
PAMERAN SENI RUPA

Editor:
Asa Binti Sholikah
Bertha Ariata Akeyla
Viola Deshirla

RANGKAI RUANG

RANGKAI RUANG

Copyright© Program Studi S-1 Tata Kelola Seni FSR ISI Yogyakarta

Diterbitkan Oleh

Penerbit Nyala

Jl. Pringgolayan No. 61. Dusun Pringgolayan

Desa Baturetno, Kec. Banguntapan, Bantul,

Yogyakarta 55198

E-mail: bukunyala@gmail.com

IG: penerbit_nyala

Cetakan Pertama

Maret 2022

Ukuran 14 x 21 cm, 173 halaman

ISBN

xxx-xxx-xxxxx-x-x

Ketua Tim Pelaksana

Mohammad Arrazi

Pengampu & Pembaca Kritis

Dr. Mikke Susanto, M .A.

Dian Ajeng Kirana, M .Sn.

Editor

Asa Binti Sholikhah

Bertha A. Akeyla

Viola Deshirlia

Perancangan Sampul

Dian Ajeng Kirana, M .Sn.

Zaizafun Alya Gunara

Sumber Foto Sampul: Galeri RJ Katamsi dan Jogja Disability Arts

Tata Letak

Edesius Yudhistira Trinugraha

Tim Peluncuran Buku

Anisa Rahmadhani HRP

Muhammad Raka Riqullah

Hak Cipta dilindungi Oleh Undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini tanpa izin tertulis dari pemilik hak cipta.

RANGKAI RUANG

Tidak lengkap rasanya jika seni tidak didampingi dengan sebuah pengelolaan yang baik. Pengelolaan merupakan hal yang begitu penting dan merupakan salah satu aset yang ada pada seni. Jika seni tidak dikelola dengan baik maka akan mengakibatkan tidak tersampainya makna serta konsep dari seni tersebut. Pada seni, manajemen serta kerjasama sangatlah berpengaruh. Jika seni tidak didampingi manajemen yang baik tak akan mampu memikat publik. Begitu pula kerjasama, jika dilakukan dengan baik maka seni tersebut dirasa akan mampu mencapai pada skala universal. Dari hal ini, maka diperlukan pengetahuan serta pengalaman pada pengelolaan seni secara ekstensif maupun bersama-sama.

Dari banyaknya persoalan mengenai pengelolaan seni, memicu sebuah gagasan untuk menerbitkan buku. Di dalamnya terdapat berbagai macam contoh kasus yang dibahas secara kritis. Beberapa contoh pengalaman dalam buku ini ditulis dengan begitu menarik. Para penulis buku ini merupakan Mahasiswa S-1 Tata Kelola Seni Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta. Semua penulis pada buku ini telah mempelajari berbagai aspek yang diberikan oleh dosen yang berkompeten di bidangnya. Itulah yang menyebabkan tulisan pada buku ini mengulas berbagai macam faktor yang sifatnya teoritik serta pengalaman empirik terkait pameran yang pernah terjadi di Indonesia.

Terbitnya buku ini berangkat dari sebuah proyek riset dalam matakuliah Tinjauan Kelola Pameran II Program Studi S-1 Tata Kelola Seni yang dikerjakan pada tahun 2021. Proyek ini terbagi menjadi sepuluh kelompok kerja. Berdasarkan jumlah kelompok tersebut, proyek ini menghasilkan sepuluh artikel hasil riset yang secara khusus mengupas mengenai pameran seni dan aktivitas-aktivitas pengelolaan di dalamnya.

Sepuluh artikel hasil riset dari para mahasiswa ini mulai dikerjakan proses pembukuannya setelah seluruh artikel dikumpulkan untuk pemenuhan tugas akhir semester. Kemudian, barulah tim kerja dalam proses pembukuan yang juga terbentuk saat matakuliah Tinjauan Kelola Pameran II mulai bekerja. Tim kerja tersebut terdiri dari delapan mahasiswa beserta dua dosen pengampu matakuliah Tinjauan Kelola Pameran II. Tim kerja inilah yang berkontribusi mulai dari proses penyuntingan, penetapan judul, pembuatan sampul dan tata letak, pembuatan ISBN, hingga peluncuran buku.

Masing-masing artikel yang diterbitkan dalam buku ini mengkaji secara spesifik satu studi kasus pameran seni yang dapat memperkaya studi literatur dalam ranah pengelolaan seni, sekaligus sebagai buku yang memperlihatkan bagaimana proses pengelolaan pameran mutakhir di masa ini. Artikel-artikel dalam buku ini dikaji dengan menggunakan metode kualitatif yang kemudian disajikan secara deskriptif oleh para mahasiswa Program Studi S-1 Tata Kelola Seni angkatan 2020. Tiap artikel yang dimuat dalam buku ini juga diperkaya dengan sejumlah foto/gambar sebagai visualisasi dari masing-masing aspek yang dikaji dalam setiap artikel dengan tujuan membantu pembaca agar lebih memahami dan bisa mengikuti setiap bahasan dalam buku ini.

Bagian I membahas display pameran keliling Art and Diplomacy, bagian II membahas publikasi Raven is Odd di Instagram, bagian III mengenai kurasi Biennale Keramik Jakarta #2, bagian IV tentang publikasi Artjog 2021, bagian V publikasi Biennale Jogja 2021, bagian VI membahas sponsor tunggal Kemenparekraf pada 2nd ACC Art Exhibition, bagian VII mengenai display Artjog 2018, Bagian IX tentang kurasi pameran Jogja Disability Arts Biennale, dan bagian terakhir mengenai display PKN 2019. Dari hal tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat persamaan konteks pembahasan pada bagian I, VII, dan X mengenai display, bagian II, IV, dan V mengenai publikasi, serta bagian III, IX mengenai kurasi. Dalam persamaan tersebut, pameran yang dibahas berbeda sehingga isi artikelnya juga berbeda.

Artikel-artikel yang termuat dalam buku ini memiliki klasifikasi tertentu. Meskipun beberapa di antaranya memiliki kesamaan dalam konteks pembahasan, namun pameran yang dibahas tentu berbeda. Terdapat 10 (sepuluh) bagian yang

masing-masing dikerjakan secara berkelompok oleh mahasiswa/i Program Studi S-1 Tata Kelola Seni angkatan 2020. Setiap bagian memiliki judul yang berbeda sesuai dengan nama pameran dan aspek yang dibahas. Perbedaannya terletak pada pembagian aspek kegiatan dalam pelaksanaan pameran.

Ucap terima kasih kepada Jurusan/Program Studi S-1 Tata Kelola Seni - FSR ISI Yogyakarta, Penerbit Nyala yang telah bersedia menerbitkan buku ini. Kepada Bapak Dr. Mikke Susanto, M.A. dan Ibu Dian Ajeng Kirana S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pengampu mata kuliah Tinjauan Kelola Pameran II, serta kepada para penulis yang secara kontinu mengerjakan artikel ini. Ucap terima kasih juga kepada staf pengajar lainnya yang telah menyumbangkan pikiran dalam pembuatan buku ini.

Buku ini dibuat untuk menambah informasi dan referensi bagi para mahasiswa, penggiat seni, pelaku pameran seni, budayawan, serta masyarakat yang ingin mengetahui aspek-aspek yang ada dalam suatu pameran seni rupa. Semoga mampu memberi inspirasi bagi anda sekalian. Kami sebagai penyunting dan para penulis berharap adanya tindak lanjut dalam meneliti sebuah pameran maupun hal-hal yang berhubungan dengan seni rupa agar tidak hanya berhenti di sini.

Selamat menikmati.

Asa Binti Sholikhah, Bertha A. Akeyla, dan Viola Deshirlia

SAMBUTAN KETUA JURUSAN/PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI FSR ISI YOGYAKARTA

Menulis bagi mahasiswa, khususnya di Program Studi S-1 Tata Kelola Seni adalah keniscayaan. Dengan kemampuan komunikasi tertulis mahasiswa akan lebih mudah menjalani profesinya. Jadi tak perlu ragu, misalkan Anda memiliki kemampuan menulis, itu pertanda bahwa keterampilan berpikir terstruktur dan berbahasa secara otomatis dikuasai. Menulis secara tak langsung memiliki nilai psikologis sebagai bentuk upaya untuk mencatat, meneliti dan mengkritisi keadaan.

Sebagai bentuk tugas matakuliah Tinjauan Kelola Pameran #2, buku ini merupakan implementasi atas keterampilan menulis mahasiswa. Dengan melakukan kuliah "project base learning" --seperti riset tentang pengelolaan pameran-- mahasiswa dapat mengerti lebih jauh dan dalam sebuah realitas. Pameran tidak lagi hanya dipraktikkan, tetapi dikritisi sejauh-jauhnya. Dengan pendalaman semacam itu, bukan tidak mungkin mahasiswa mampu membuat kreativitas baru. Lebih dari itu, mahasiswa dapat pula menjadi konsultan pameran karena telah mengetahui banyak hal melalui riset-riset yang dilakukannya.

Buku Kelola Seni #4 RANGKAI RUANG kali ini dikerjakan khusus. Untuk pertama kali dan sepenuhnya dikelola oleh mahasiswa. Sebelumnya buku Kelola Seni 1-3 dikerjakan oleh para dosen bekerja sama dengan penerbit. Buku ini menjadi wujud yang sangat penting untuk menunjukkan kemampuan mahasiswa, sekaligus juga hasil kuliah pada Program Studi S-1 Tata Kelola Seni. Kami berikan apresiasi yang tinggi kepada para mahasiswa yang telah mengerjakan riset-risetnya yang menarik. Kepada tim kerja yang telah bekerja pertama kali dalam pembuatan buku ini juga diucapkan terimakasih. Kepada penerbit Nyala yang terus bersemangat membantu kami. Semoga kerja keras kita semua dapat menginspirasi yang lain dan buku ini menjadi referensi yang berkualitas.

Kami para pengelola, dosen, staf dan mahasiswa Jurusan/Program Studi S-1 Tata Kelola Seni berkomitmen untuk terus belajar dan bekerja sama dengan banyak pihak. Dengan keluaran berupa buku ajar seperti ini, kerjasama Program "Merdeka Belajar Kampus Merdeka" (MBKM) akan terus dilakukan. Utamanya bila banyak mahasiswa melakukan riset di ruang-ruang seni. Sekali lagi terimakasih atas keterlibatan para mahasiswa, tetap nyalakan api semangat untuk menulis. Sebab menulis itu adalah menghidupkan kemanusiaan dan mengabadikan peradaban.

Ketua Jurusan/Prodi S-1 Tata Kelola Seni FSR ISI Yogyakarta

Dr. Mikke Susanto, M.A.

DAFTAR ISI

DISPLAY

KOMPARASI RUANG DALAM PAMERAN KELILING (POP-UP) “ART & DIPLOMACY 1945-1950” - SHAFIA SALSABILA, PUTRI OKTA ALFIZANINGTYAS, ASTRIANI FIRDA ELVIOGITA, IRRIO ARFINANDA [3]

PENATAAN KARYA-KARYA DI ARTJOG 2018 - ASA BINTI SHOLIKAH, ANGELINA MANAR, ARKAN BIMA FERBIANSYAH, VIOLA DESHIRLIA [18]

DISPLAY STAND PERMAINAN TRADISIONAL DI PEKAN KEBUDAYAAN NASIONAL 2019 - TEMANKU LIMA BENUA, DINDA SHINTA DEWI, NADIA NINA HERLINA G [38]

PUBLIKASI

PUBLIKASI PAMERAN “RAVEN IS ODD” MELALUI LAMAN INSTAGRAM - A ROUF A K, ITA SETYO PRATAMA WULANDARI, ABDULLAH ZIDANE OZORA, NANDYA ARUM K A [53]

PUBLIKASI MEDIA SOSIAL ARTJOG 2021 -

GILARY FIN GEMILAR, KRISTIANA MELAN
DEWANTI, RAFAEL MARIUS, SHAF A AZZAHRA [62]

PUBLIKASI BIENNALE JOGJA XVI 2021 - TANAYA

ALY' AMARA G, BERTHA A. AKEYLA, EDESIUS
YUDHISTIRA T, SINTA NURAINI [77]

KURASI

KURASI JAKARTA CONTEMPORARY CERAMICS

BIENNALE #2 - ARUM WANGI, EKA MARTHA
TYAHAHU, ZAIZAFUN ALYA GUNARA [99]

**PERAN KURATOR DALAM PAMERAN “CHANNEL
OF LIGHT” - MOHAMMAD ARRAZI, CANDRA**

IRAWAN AMIN RAIS, DINDA RETNO ROSANTI [118
]

KURASI PAMERAN “RIMA RUPA” JOGJA

INTERNATIONAL DISABILITY ARTS BIENNALE

2021 - ANISA RAHMADHANI HRP, ANDHIKA
REYHAN, EUNIKE PERMATASARI, CITRA DEWI

APRILIANDARI [131]

SPONSORSHIP

**SPONSOR DARI KEMENPAREKRAF DI 2ND ACC
ART EXHIBITION - MUHAMMAD ANAND NUR**

IZA, MUHAMMAD RAKA RIKULLAH, SULTHAN BIL
QISTI [151]

DISPLAY

KOMPARASI RUANG DALAM PAMERAN KELILING (POP-UP) *“Art & Diplomacy 1945-1950”*

Astriani Firda Elviogita - astrianifirdaelviogita@gmail.com

Putri Okta Alfizaningtyas - putriokta741@gmail.com

Irrio Arfinanda - yo.arvenanda@gmail.com

Shafa Salsabila - shafassalsa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengkomparasi pengelolaan berbagai ruang pameran yang ditunjuk dan bekerja sama dalam rangkaian pameran keliling (traveling atau pop-up) “Art & Diplomacy 1945-1950” yang diselenggarakan oleh Galeri Foto Jurnalistik Antara pada tahun 2019 lalu. Dari sebelas tempat yang menjadi situs pameran keliling ini, berhasil dihimpun data melalui metode wawancara dengan tujuh penanggung jawab ruang atau situs sebagai sampel penelitian. Melalui hasil analisis sampel, ditemukan bahwa ruang alternatif dapat dimanfaatkan sebagai media pameran. Selain itu, format pameran keliling pada ruang alternatif memberikan banyak manfaat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam proses pembelajaran dalam mengembangkan dan melihat masalah yang ada dalam teknis penyelenggaraan pameran keliling, serta penggunaan ruang alternatif sebagai situs pameran.

Kata kunci: pameran keliling, ruang alternatif, pameran “Art & Diplomacy 1945-1950”

ABSTRACT

This study aims to see and compare the management of various exhibition spaces designated and shown in the traveling exhibition “Art & Diplomacy 1945-1950” organized by the Antara Journalistic Photo Gallery in 2019. Of the eleven spaces that became the site of this traveling exhibition, data was successfully collected through the interview method with seven persons in charge of the spaces as research samples. Through the results of sample analysis, it was found that alternative spaces can be used as exhibition sites. Furthermore, the format of traveling exhibition in alternative spaces provides many benefits. The results of this study provide students with references in their practice to develop and see the problems existing in the making of a traveling exhibition, and the use of alternative spaces as exhibition sites.

Keyword: traveling (pop-up) exhibition, alternative space, “Art & Diplomacy 1945-1950” Exhibition

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada tahun 2019, diselenggarakan sebuah pameran atas inisiasi Galeri Foto Jurnalistik Antara bekerja sama dengan Direktorat Sejarah, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Pameran dengan tajuk “Art & Diplomacy 1945-1950” ini dikuratori oleh Oscar Motuloh yang juga merupakan Kepala Divisi Galeri Foto Jurnalistik Antara. Pameran ini berlangsung selama satu bulan mulai dari 16 Agustus sampai 16 September 2019.

Pameran “Art & Diplomacy 1945-1950” diselenggarakan secara keliling (*traveling* atau *pop-up*). Susanto menyatakan, pameran keliling adalah pameran temporer yang dilangsungkan dari satu tempat ke tempat lain dan biasanya bertujuan untuk menjangkau penonton yang lebih luas (Susanto, 2016: 51-52). Pameran ini diselenggarakan di sepuluh kota, dengan total sebelas ruang pameran. Sebelas ruang tersebut berlokasi di DKI Jakarta, Bali, Bangka Belitung, Papua, Karimun Jawa, Pati, Pontianak, Semarang, dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Karena dikelilingkan di sepuluh kota berbeda di Indonesia, pameran ini dapat disebut berskala nasional. Di sepuluh kota ini, pameran “Art & Diplomacy 1945-1950” berlangsung secara hampir bersamaan pada jangka waktu 16 Agustus–16 September 2019.

Sebelas ruang yang menjadi *venue* atau situs pameran “Art & Diplomacy 1945-1950” antara lain:

1. Galeri Foto Jurnalistik Antara (GFJA), DKI Jakarta.
2. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia (Perpusnas RI), DKI Jakarta.
3. Awor Gallery and Coffee, Yogyakarta.
4. Black Orchid Gallery, Jayapura.
5. Bumdes Coworking Space, Pati.
6. Colony Creative Hub yang bertempat di Plaza Renon, sebuah *mall* di tengah Kota Denpasar.
7. Kesekretariatan Komunitas Mahima, Singaraja.
8. KJ Coffeeshop, Karimun Jawa.
9. PMK Coworking Space, Pontianak.
10. Galeri 360 (atas inisiasi Prisma Undip), Semarang.
11. Yummy Cafe & Restaurant, Tanjung Pandan, Bangka Belitung.

Penyelenggaraan pameran keliling ini dikelola dan dikoordinasikan langsung oleh mitra Galeri Foto Jurnalistik Antara, yaitu Gandarrana. Gandarrana adalah serikat ruang visual di berbagai kota di Indonesia yang memiliki tujuan memasyarakatkan fotografi melalui pameran dan diskusi. Dalam pelaksanaannya, Gandarrana banyak bekerja sama dengan Galeri Foto Jurnalistik Antara, mengelola pameran keliling sebagai mediator antara GFJA yang disebut sebagai pihak pertama dan ruang-ruang di kota selain Jakarta sebagai pihak ketiga.

Pameran ini dikelilingkan untuk memberikan semangat perjuangan serta menyebarkan semangat nasionalisme. Semangat perjuangan ini dihasilkan melalui arsip-arsip perjuangan dalam bentuk karya seni dan diplomasi dari tahun 1945 sampai 1950. Karya atau materi yang dibawakan dalam pameran ini berupa sketsa, lukisan, foto, poster, serta potongan arsip surat kabar yang merupakan saksi bisu revolusi tahun 1945-1950. Melalui pameran ini, kurator ingin menyampaikan bahwa perjuangan pada masa revolusi tak hanya dilakukan dengan cara angkat senjata atau militer, melainkan juga melalui jalan diplomasi dan seni.

Pameran “Art & Diplomacy 1945-1950” secara format terbilang unik karena merupakan pameran arsip sekaligus pameran keliling (*traveling* atau *pop-up*). Pameran arsip secara umum memang jarang diselenggarakan, baik itu arsip mengenai perjuangan selayaknya pameran ini, atau arsip-arsip lain. Pameran keliling lebih jarang lagi ditemukan.

Per-21 Oktober 2021, dalam koleksi perpustakaan Indonesian Visual Art Archive (IVAA) di Yogyakarta, terdapat lebih dari sejumlah 2.000 katalog pameran seni rupa. Angka ini memuat katalog pameran tunggal, pameran kelompok, pameran dua tahunan, *documenta*, dan lain-lain. Namun, dari angka ini, jumlah katalog pameran keliling yang dikoleksi IVAA hanya berjumlah kurang dari 20 katalog. Hal ini menunjukkan bahwa pameran keliling memang jarang digelar. Selain itu, pameran ini juga menggunakan ruang-ruang yang “tak lazim” digunakan sebagai ruang pameran (ruang selain galeri formal), atau dapat disebut sebagai ruang alternatif. Josephine menyatakan, dalam konteks pameran seni, ruang alternatif adalah ruang di luar galeri komersial dan museum formal (Josephine, 1978: 64). Beberapa di antaranya adalah Perpustakaan Nasional Republik Indonesia di Jakarta, serta sejumlah ruang dengan fungsi utama kafe, restoran, atau *coworking space*.

Rumusan Masalah

Penelitian ini berfokus untuk membandingkan pengelolaan pada ruang-ruang pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950”. “Pengelolaan” yang dimaksud dalam konteks penelitian ini mengungkapkan dasar kerja sama dan koordinasi antara Galeri Foto Jurnalistik Antara, Gandarrana, serta ruang-ruang yang menjadi venue atau situs pameran keliling. Selain itu, persoalan atau hambatan yang dilalui dalam penyelenggaraan pameran ini, serta proses dan tata letak pemasangan (*display*) materi arsip yang dipamerkan, juga termasuk dalam ranah “pengelolaan” yang dimaksud dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan terhadap tujuh dari sebelas ruang yang merupakan venue atau situs pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950”. Berikut ini adalah kriteria pemilihan sampel ruang yang dijadikan subjek penelitian:

1. Ruang merupakan bagian dari pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950” yang berlokasi di luar DKI Jakarta.
2. Ruang bersedia diwawancarai untuk melengkapi data yang perlu dihimpun untuk keperluan penelitian.

Metodologi Riset

Penelitian ini merupakan analisis kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian di mana hasil penelitian lebih berfokus pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016). Pada penelitian kualitatif,

dilakukan komparasi dengan maksud uji validitas data dengan cara membandingkan sumber yang satu dengan yang lain. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif tidak dipandu teori, melainkan oleh fakta-fakta yang ditemukan saat penelitian langsung di lapangan. Menurut Sudjana dan Ibrahim, penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada masa sekarang (Sudjana dan Ibrahim, 1989:65).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen penelitian utama atau *human instrument* (Sugiyono, 2012). Dalam penyusunan penelitian ini, dilakukan studi literatur terhadap buku-buku dan jurnal-jurnal berisi teori yang mendukung, juga katalog-katalog pameran terkait dan sejenis. Selain studi literatur, dilakukan pula wawancara untuk menghimpun data yang memang tidak dipublikasikan. Untuk menghimpun data, dilakukan wawancara dengan delapan figur yang terlibat dalam penyelenggaraan pameran “Art & Diplomacy 1945-1950”. Berikut narasumber yang telah berkontribusi dalam penelitian ini:

1. Goenawan, *Co*-kurator pameran “Art & Diplomacy 1945-1950”.
2. Octa Christi, Ketua Gandarrana.
3. Resti, pengelola Awor Gallery & Coffee Yogyakarta.
4. Gusti Tanati, pengelola Black Orchid Gallery Jayapura.
5. Syafiudin Vifick, pengelola dua ruang pameran di Bali (Komunitas Mahima di Singaraja dan Colony Creative Hub di Denpasar).
6. Febrian Ahmadi, pengelola KJ Coffeeshop Karimun Jawa.
7. Victor Fidelis Sentosa, pengelola PMK Coworking Space Pontianak.
8. Inthan Dyah Hayuningrum, ketua Perhimpunan Seni Foto Mahasiswa Universitas Diponegoro (Prisma UNDIP) sekaligus pengelola pameran di Galeri 360 Semarang.

Tinjauan Pustaka

Sebagai pembanding, penelitian ini merujuk kepada tiga studi sebagai berikut: “*A Comparative Study of A Traveling Exhibition at Four Public Settings in Canada*” yang ditulis oleh Rosalyn Rubenstein, Andrea Paradis, dan Leslie Munro. Sebuah studi tahun 1993 yang merupakan studi evaluasi komparatif mengenai empat ruang yang digunakan dalam pameran keliling Gould Exhibition yang dikelola oleh The National Library of Canada (NLC). Studi ini mengevaluasi sekaligus membandingkan pameran keliling Gould Exhibition dengan menggunakan sepuluh pembanding; kegunaan asli ruang pameran, koleksi ruang pameran, biaya tiket masuk pameran, ketersediaan keanggotaan (*membership*), total luas ruang pameran, total pengunjung galeri pertahun, kehadiran pengunjung

pertahun, jumlah pengunjung pameran, lokasi pameran, dan jumlah pintu di pameran.

“Traveling Exhibitions as Sites for Informal Learning: Assessing Different Strategies with Field Trips to Traveling Exhibitions at Non-Museum Sites” yang ditulis oleh Richard J. W. Harker dan James Badger. Sebuah studi tahun 2015 yang mencari tahu kegunaan pendekatan pedagogis yang berbeda untuk pelajar K-12 (*Kindergarten to 12th Grade*) dengan pameran bertema sejarah. Studi ini membandingkan hasil kegiatan pembelajaran di situs pameran tetap di museum dan *pop-up exhibition* di situs non museum. “Diplomasi Kebudayaan Indonesia terhadap Australia (Analisis Kasus Pameran AWAS! 1999-2000 di Australia)” yang ditulis oleh Sukiyati. Sebuah skripsi S-1 pada tahun 2001 yang mengangkat pameran keliling *AWAS! Recent Art from Indonesia* yang diselenggarakan Cemeti Art Foundation.

PEMBAHASAN

Pameran “Art & Diplomacy 1945-1950” dikelilingkan di sepuluh kota dan sebelas ruang. Dari sebelas ruang tersebut, terhimpun tujuh ruang yang menjadi sampel penelitian ini. Tujuh ruang tersebut di antara lain:

1. Awor Gallery and Coffee, Yogyakarta.
2. Black Orchid Gallery, Jayapura.
3. Colony Creative Hub yang bertempat di Plaza Renon.
4. Kesekretariatan Komunitas Mahima, Singaraja.
5. KJ Coffeeshop, Karimun Jawa.
6. PMK Coworking Space, Pontianak.
7. Galeri 360 (atas inisiasi Prisma Undip), Semarang.

Pameran “Art & Diplomacy 1945-1950” dikelilingkan dengan bantuan Gandarrana, rekan kerja Galeri Foto Jurnalistik Antara. Gandarrana menginisiasi pameran “Art & Diplomacy 1945-1950” untuk dikelilingkan. Ketika sudah disepakati pameran akan dikelilingkan, GFJA mengkoordinasikan masing-masing ruang di luar Jakarta. Akhirnya, sebelas ruang dipilih sebagai bagian dari pameran keliling. Pemilihan tujuh ruang ini didasari hubungan personal antara pihak, yang mana tiap-tiap pengelola ruang sudah mengenal pihak Gandarrana secara personal sebelum pameran ini berlangsung.

Pada awal terjalannya kerja sama, setiap ruang dihubungi oleh pihak Gandarrana secara personal untuk ikut berpartisipasi dalam pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950” sebagai penyedia ruang. Setelah sepakat untuk ikut berpartisipasi sebagai penyedia ruang, masing-masing ruang tersebut diikat dengan surat perjanjian kerja sama. Surat perjanjian kerja sama ini mendasari penggunaan karya foto di masing-masing ruang dan mencakup hak dan kewajiban masing-masing pihak, yang mana Gandarrana berposisi sebagai Pihak I dan masing-masing ruang sebagai Pihak II. Surat perjanjian kerja sama ini meliputi keseluruhan proses kerja sama dari awal, perihal pemasangan materi pameran, sampai akhir, perihal dokumentasi foto dan daftar pengujung untuk arsip atau pemberkasan.

Selama terjalannya hubungan kerja sama dalam rangka pameran “Art & Diplomacy 1945-1950”, dari tujuh ruang yang terlibat, kendala hanya ditemukan pada kasus KJ Coffee Shop. Kendala yang dihadapi oleh KJ Coffee Shop berkaitan dengan komunikasi dan pengiriman materi pameran. Menurut Ahmadi, komunikasi dengan pihak Gandarrana tidak berjalan dengan optimal karena satu dan lain hal (Febri Ahmadi, pengelola KJ Coffee Shop dalam wawancara pada tanggal 1 Desember 2021). Miskomunikasi antara pihak KJ Coffee Shop dan Gandarrana ini mengakibatkan keterlambatan penerimaan materi pameran. Akan tetapi, keterlambatan materi pameran ini terjadi pula karena kesulitan terkait lokasi yang cukup sulit ditempuh oleh pihak ekspedisi. Sementara untuk ruang-ruang lain, tidak ditemukan kendala dari awal proses kerja sama sampai pameran berakhir.

Materi pameran yang dipajang dalam rangka pameran “Art & Diplomacy 1945-1950” dihimpun oleh Galeri Foto Jurnalistik Antara oleh kurator. Materi pameran yang diberikan kepada tujuh ruang terkait adalah materi yang sama dengan arsip-arsip yang dipamerkan di Galeri Foto Jurnalistik Antara dan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia di Jakarta (pameran utama “Art & Diplomacy 1945-1950”). Akan tetapi, materi dari Jakarta tersebut disusun kembali agar memadai ruang-ruang di luar Jakarta. Materi karya yang diberikan kepada tujuh ruang berupa lembaran kertas yang berisi koleksi sejarah berupa teks, karya seni, arsip foto, dan surat kabar. Materi karya ini dilengkapi dengan keterangan ukuran yang tertera dalam surat perjanjian kerja sama dan urutan materi yang perlu di-*display*. Teknis *display* termasuk tata letak atau *layout* yang merespon masing-masing ruang dibebaskan kepada pihak pengelola ruang.

Di Awor Gallery & Coffee, tim display mereka berinisiatif untuk menggunakan pigura dalam proses *display* agar materi pameran tersusun dan terlihat lebih rapi. Penyediaan pigura secara keseluruhan bersifat mandiri dari pihak Awor Gallery & Coffee. Di Singaraja, tepatnya di Kesekretariatan Komunitas Mahima, materi pameran dipajang di atas selembur kertas hitam dan dinding asli ruangan ditutupi oleh latar bambu yang dibuat khusus dalam rangka pameran “Art & Diplomacy 1945-1950”. Berbeda dari Yogyakarta dan Singaraja, ruang-ruang lain dalam hal

display langsung menempelkan materi pameran ke permukaan dinding masing-masing ruang.

Setiap ruang juga dibebaskan untuk menggelar acara pendukung (*side event*), selain acara pembukaan pameran. Selain Awor Gallery & Coffee dan Komunitas Mahima, ruang lain tidak menggelar acara apapun selain pembukaan pameran, Komunitas Mahima membuka forum diskusi mengenai sejarah daerah Singaraja. Sedangkan ruang Awor Gallery & Coffee setelah pembukaan pameran menggelar forum diskusi yang dipandu oleh Mikke Susanto yang juga turut berkontribusi “menyumbangkan” dokumen-dokumen arsipnya dalam pameran ini. Materi *display* yang dikirimkan oleh Gandarrana kepada masing-masing ruang tidak dikembalikan lagi melainkan menjadi arsip bagi masing-masing ruang.

	AGC	BOG	KJC	CCH	KM	PMK	360
Fungsi Utama Ruang	Café dan Galeri	Galeri	Coffee-shop	Creative Hub Kitchen & Bar	Sekretariat Komunitas	Coworking space	Galeri
Total Luas Ruang Pameran	6,6x4,9 m	18x16 m	4x3 m	N/A	8x6 m	5x6 m	8x6 m
Jumlah Materi Display	32 karya	30 karya	22 karya	32 karya	32 karya	20 karya	32 karya
Jumlah Pengunjung (opening)	31	20	N/A	40	N/A	N/A	25
Side Event	Ada	N/A	N/A	N/A	Ada	N/A	N/A
Materi Publikasi	Mandiri	Gandarrana	Gandarrana	Gandarrana	Gandarrana	Gandarrana	Mandiri
Domisili Ruang	Yogyakarta	Jayapura	Karimun Jawa	Denpasar	Singaraja	Pontianak	Semarang

Tabel 1. Komparasi tujuh ruang pamer, data berdasarkan hasil wawancara.

Keterangan tabel: AGC (Awor Gallery & Coffee), BOG (Black Orchid Gallery), KJC (KJ Coffeeshop), CCH (Colony Creative Hub), KM (Komunitas Mahima), PMK (PMK Coworking Space), 360 (Galeri 360).

Tabel 1. menampilkan komparasi yang berfokus pada tujuh aspek yang diaplikasikan pada tujuh ruang yang menjadi sampel *venue* atau situs pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950”. Tujuh aspek yang menjadi fokus komparasi dalam penelitian ini adalah fungsi utama ruang, total luas ruang pameran, jumlah materi *display*, jumlah pengunjung pada saat pembukaan pameran berlangsung, *side event*, materi publikasi, dan domisili ruang.

Fungsi utama ruang menjadi salah satu poin utama komparasi dalam penelitian ini karena beberapa ruang yang menjadi situs pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950” adalah ruang alternatif. Dari tujuh ruang yang menjadi

sampel situs pameran, hanya dua ruang yang fungsi utamanya adalah galeri seni, yaitu Black Orchid Gallery Jayapura dan Galeri 360 Semarang. Selain dua situs itu, ada pula Awor Gallery & Coffee yang pada dasarnya memang merupakan sebuah ruang alternatif, di mana ia merupakan sebuah ruang yang diperuntukkan sebagai coffee shop dengan dinding yang sudah dirancang untuk memudahkan pemasangan karya. Awor Gallery & Coffee juga memang memiliki sebuah ruang yang diperuntukkan sebagai ruang pameran di lantai atas coffee shop-nya. Selain ketiga ruang tersebut, terdapat pula coffee shop, restoran, kesekretariatan komunitas, dan coworking space yang menjadi situs pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950” ini.

Total luas ruang pameran menjadi salah satu fokus komparasi dalam penelitian ini. Luas ruang pameran perlu diketahui untuk membandingkan total area dan kapasitas ruang dalam hal pemasangan materi pameran. Maka, aspek total luas pameran berkaitan langsung dengan aspek jumlah materi *display* yang juga ditampilkan dalam tabel 1. Dari tujuh ruang yang menjadi situs pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950”, data menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan dalam hal luas ukuran masing-masing ruang. Ruang dengan luas paling sempit adalah KJ Coffee Shop di Karimun Jawa dengan luas 4x3 meter saja. Dengan luas 4 x 3 meter, KJ Coffee Shop menampilkan 22 materi *display* yang ditempel langsung di atas permukaan dinding dan kaca yang mengelilingi ruang tersebut.

Jumlah pengunjung pada saat pembukaan pameran berlangsung menjadi salah satu aspek komparasi dalam penelitian ini. Jumlah pengunjung dapat menggambarkan hasil dari publikasi yang telah dilakukan dalam rangka pameran keliling “Art & Diplomacy 1945”, juga mencerminkan eksistensi masing-masing ruang, serta antusiasme audiens dari masing-masing kota. Dari tujuh ruang tersebut, berhasil dihimpun data pengunjung dari empat ruang melalui proses wawancara dengan pengelola. Adanya kendala dalam hal kurangnya dokumentasi dan arsip berkaitan dengan pameran ini menyebabkan data pengunjung tidak dapat dihimpun dari KJ Coffee Shop di Karimun Jawa, Komunitas Mahima di Singaraja, dan PMK Coworking Space di Pontianak.

Adanya acara pendukung atau *side event* juga menjadi salah satu poin pembandingan dalam penelitian kali ini. Adanya acara pendukung dapat mencerminkan kapasitas serta antusiasme pengelola dan audiens dalam hal pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950” ini. Dari tujuh ruang yang menjadi sampel situs pameran, hanya dua di antaranya yang menggelar sebuah acara pendukung. Awor Gallery & Coffee menggelar diskusi seputar tema dan materi yang dipajang dalam pameran ini. Ada juga Komunitas Mahima yang menggelar

diskusi seputar tema pameran keliling dan sejarah Kota Singaraja. Lima ruang di luar dua ruang tersebut tidak menggelar sebuah acara pendukung secara formal, tetapi hadirnya pameran ini justru menciptakan forum baru pada beberapa kasus. Misalnya pada kasus Black Orchid Gallery Jayapura, yang mana pameran, baik pameran seni rupa, maupun pameran arsip, memang baru diselenggarakan. Tanati, pengelola Black Orchid Gallery mengatakan, antusiasme serta respon dari audiens pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950” sangat baik. Pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950” sebagai pameran perdana Black Orchid Gallery disebut sukses dan timbul pembicaraan bahwa pameran harus tetap dan kembali diselenggarakan di Jayapura (Gusti Tanati, pengelola Black Orchid Gallery dalam wawancara tanggal 8 Desember 2021). Selain itu, hal yang sama juga terjadi pada kasus PMK Coworking Space Pontianak, yang mana audiens yang saat itu banyak berdatangan dari kalangan pelajar dan mahasiswa sejarah menyambut dengan baik pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950” dan menganggap pameran arsip seperti pameran “Art & Diplomacy 1945-1950” harus kembali digelar.

Selain lima aspek komparasi yang sudah dipaparkan, materi publikasi juga merupakan aspek yang menjadi poin pembandingan dalam penelitian ini. Materi publikasi yang dimaksud dalam tabel 1 adalah materi publikasi dalam bentuk poster sebelum acara. Dari tujuh ruang yang menjadi situs pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950”, hanya dua ruang yang secara mandiri membuat materi publikasinya sendiri. Dua ruang tersebut adalah Awor Gallery & Coffee Yogyakarta dan Prisma Undip di Galeri 360 Semarang. Resti, pengelola Awor Gallery & Coffee menyatakan bahwa materi publikasi yang dibuat oleh pihak Awor Gallery & Coffee sebetulnya bertujuan untuk menyesuaikan poster dengan gaya visual yang sudah menjadi branding atau identitas merek Awor Gallery & Coffee (Resti, 2021).

Aspek pembandingan terakhir yang menjadi fokus komparasi dalam penelitian ini adalah domisili ruang, yang mana aspek ini menunjukkan bahwa pameran keliling “Art & Diplomacy 1945-1950” dapat dikatakan sebagai pameran berskala nasional. Tujuh ruang yang menjadi sampel penelitian ini masing-masing berlokasi di Yogyakarta, Jayapura, Karimun Jawa, Denpasar, Singaraja, Pontianak, dan Semarang. Tujuh kota ini tersebar mulai dari pulau Jawa, Kalimantan, Bali, sampai Papua.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang terhimpun dalam penelitian, sebuah pameran dapat dilakukan pada ruang galeri ataupun ruang-ruang alternatif seperti kafe dan gedung serbaguna. Setiap pemilihan tempat akan memberikan pengaruh pada jumlah dan ragam penonton. Hubungan relasi dan pertemanan dapat digunakan untuk melakukan pameran keliling dengan sistem komunikasi dan pengawasan yang baik. Petunjuk teknis, perjanjian kerja, dan komunikasi laporan tetap perlu diterapkan dengan baik untuk meminimalisasi kemungkinan terjadinya masalah atau kendala dalam penyelenggaraan pameran. Pameran keliling dinilai positif bagi penyelenggara yang berada di pusat maupun di daerah. Kesempatan untuk memanfaatkan format pameran seperti ini masih sangat terbuka karena masih jarang dilakukan.



Gambar 1. Foto ruang pamer Komunitas Mahima
Sumber: Dokumen pribadi Komunitas Mahima



Gambar 2. Foto Ruang Pamer Black Orchid
Sumber: Dokumen Pribadi Black Orchid



Gambar 4. Foto Ruang Pamer Galeri 360
Sumber: Dokumen Pribadi Prisma Undip



Gambar 5. Foto Ruang Colony Creative Hub
Sumber: Dokumen Pribadi Colony Creative Hub



Gambar 6. Foto Ruang KJ Coffeeshop
Sumber: Dokumen Pribadi KJ Coffeeshop



Gambar 7. Foto Ruang PMK Co-working Space
Sumber: Dokumen Pribadi PMK Co-Working Space

Daftar Pustaka

- Galeri Foto Jurnalistik Antara. (2019). *Katalog Pameran "Art and Diplomacy 1945-1950"*.
- Kelly, Sara. (2002). *Travelling Exhibition, A Practical Handbook for Metropolitan and Regional Galleries and Museums*. Melbourne: NETS Victoria.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Mikke. (2018). *Diksi Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Susanto, Mikke. (2016). *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Oupkum, Anothai. (2014). An Alternative Contemporary Art Space, dalam katalog *Concept Context Contestation, Art and The Collective in Southeast Asia, Bangkok Art and Culture Centre Foundation*.
- Pimentel, Christina. (1994). *Towards Alternative Space*. England: University of Essex.

Media Online

- Pameran Art and Diplomacy. *Pameran Art and Diplomacy 1945-1950* Kompas.id, diakses pada 2 Oktober 2021
- Astro, Masuki. (2019). *Pameran Art and Diplomacy Gambarkan Perjuangan Diplomasi Indonesia*. <https://www.antaraneews.com/berita/1012716/pameran-art-diplomacy-gambarkan-perjuangan-diplomasi-indonesia> diakses pada 2 Oktober 2021.
- Saptiyulda, Erafzon. (2019). *GFJA dan Perpunas Gelar Pameran Art and Diplomacy*. <https://www.antaraneews.com/berita/1012236/kemendikbud-gfja-dan-perpunas-gelar-pameran-art-and-diplomacy> (diakses pada 2 Oktober 2021)
- Fajria, Rizqa. (2019). *Galeri Foto Antara Gelar Pameran Foto*. <https://www.berita24.com/2019/08/galeri-foto-antara-gelar-pameran-foto.html>, diakses pada 2 Oktober 2021.
- Tunggal, Nawa. (2019). *Ketika Foto Berbicara*. <https://www.kompas.id/baca/gaya-hidup/2019/08/25/ketika-foto-berbicara/>, diakses pada 3 Oktober 2021.
- Ucha. (2019). *Kemendikbud Gelar Pameran Kesenjaraan dan Seminar Diplomasi*. <https://www.gatra.com/detail/news/437736/milenial/kemendikbud-gelar-pameran-kesenjaraan-dan-seminar-diplomasi>, diakses pada 3 Oktober 2021.
- Purnawati, Tri. (2019). *Pameran Foto “Art and Diplomacy” Upaya Agar Bangsa Tak Amnesia Sejarah*. <https://kumparan.com/hipontianak/pameran-foto-artdiplomacy-upaya-agar-bangsa-tak-amnesia-sejarah-1rjV5rs2ja4>, diakses pada 3 Oktober 2021.

PENATAAN KARYA-KARYA DI ARTJOG 2018

Arkan Bima Ferbiansyah - arkanbima@gmail.com

Angelina Manar - angelinamanar99@gmail.com

Asa Binti Sholikhah - asabinti.s@gmail.com

Viola Deshirlia - vhiolliaa@gmail.com

ABSTRAK

ARTJOG merupakan peristiwa seni rupa kontemporer yang telah membangun jejaring seni rupa kontemporer di tingkat lokal dan juga komunitas seni rupa global. ARTJOG 2018 dipakai sebagai objek pengamatan dalam riset ini. Secara khusus meneliti sejauh mana peran dan fungsi strategi penataan dalam konteks pameran beserta implementasi dan penerapannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penataan karya-karya seni pada pameran seni di ARTJOG 2018, sebagai acara rutin tahunan. Dari penelitian tersebut dapat diketahui keefektifan strategi penataan karya sesuai dengan kondisi sosial dengan kelanjutan tema besar setiap tahunnya, sebagai indikasi dari peran disiplin penataan karya dalam mengembangkan segmentasi benda seni rupa sehingga tercapai optimalisasi aspek strategi penataan pada pameran di ARTJOG 2018.

Kata kunci: Pameran Seni, Penataan Karya, ARTJOG, ARTJOG 2018

ABSTRACT

ARTJOG is a contemporary art event that has built a network of contemporary art at the local level as well as the global art community. ARTJOG 2018 is used as the object of observation in this research. In particular, it examines the extent of the role and function of the structuring strategy in the context of the exhibition and its implementation and implementation. This study uses a qualitative-descriptive approach. This study aims to determine the strategy for arranging works of art at the art exhibition at ARTJOG 2018, as an annual routine event. From this research, it can be seen the effectiveness of the work arrangement strategy in accordance with social conditions with the continuation of the big theme every year, as an indication of the role of the work arrangement discipline in developing the segmentation of fine art objects so as to achieve optimization of aspects of the arrangement strategy at the exhibition at ARTJOG 2018.

Keywords: Art Exhibition, Arrangement of Works, ARTJOG, ARTJOG 2018

PENDAHULUAN

Latar Belakang

ARTJOG merupakan sebuah peristiwa seni yang telah membangun jejaring seni rupa kontemporer di tingkat lokal dan juga komunitas seni rupa global. ARTJOG berkomitmen untuk menampilkan karya-karya terbaik dari para seniman undangan yang telah ditunjuk oleh ARTJOG (Yendra, 2020). Pada tahun 2018, ARTJOG dituliskan sebagai salah satu event seni kontemporer berskala internasional terbesar di Yogyakarta (Nowjakarta.co.id, 2018).

ARTJOG selalu menggunakan tema yang berbeda di tiap tahunnya. Karya-karya seniman yang dipamerkan merupakan karya yang berasal dari para pelaku seni yang sengaja dipilih oleh tim ARTJOG (seniman undangan dan *commission artist*), juga karya-karya dari belasan seniman yang telah berhasil lolos proses kurasi melalui peluang yang dibuka tim ARTJOG melalui *open application* sehingga karya-karya yang dipamerkan merupakan karya yang relatif baru dengan berbagai jenis media karya meliputi lukisan, grafis, foto, instalasi multimedia, patung, mekanik-kinetik, dan *performance art* (Pepad, 2021). Pada tahun 2018, terdapat 54 seniman undangan dan aplikasi yang memamerkan karyanya (Katalog ARTJOG, 2018).

Penataan karya-karya di ARTJOG merupakan penataan ruang dan karya yang merespon terhadap tema yang telah ditentukan setiap tahunnya. Tema yang digunakan pada ARTJOG 2018 adalah “Enlightenment” yang memiliki arti sebuah

pencerahan dan proyeksi mengenai filsafat, karya seni budaya, bahkan pengetahuan yang menjadi satu kesatuan (Hipwee.com, 2018). Pada tahun 2018, dilansir dari konferensi pers saat pengenalan tema ARTJOG, pemilihan tema “Pencerahan” juga disebabkan karena di Indonesia, belum ada institusi seni rupa yang bersifat nasional sehingga masyarakat Indonesia tidak bisa melihat kekayaan seni rupa Indonesia sebagai salah satu sumber pencerahan. Semua kekayaan seni rupa tersebut dipingit di ruang-ruang pribadi, di rumah-rumah orang, di tempat kolektor, atau di ruang-ruang pameran yang sifatnya privat. Tidak adanya ruang publik untuk memamerkan karya-karya yang dimaksud sebagai sumber pencerahan terhadap sejarah seni rupa menjadikan ARTJOG menyediakan ruang publik untuk memamerkan karya-karya yang merespon tema tersebut (Satuharapan.com, 2018). ARTJOG 2018 memberi tawaran dalam melihat kaitan antara eksperimentasi seni, sejarah seni, dan resepsi seni. Pencerahan adalah upaya mengeksplisitkan hal-hal tersebut dalam realitas dan tantangan budaya digital global saat ini (Kompas.com, 2018).

Salah satu faktor utama yang harus diperhatikan dalam menyampaikan konsep dan tema melalui karya-karya yang ada dalam ARTJOG 2018 adalah penataan karya. Selain merespon tema yang telah ditentukan, penataan karya-karya di ARTJOG juga mempertimbangkan berbagai hal, seperti kenyamanan pengunjung, nilai estetika karya, dan sebagainya (Witjaksono, 2021). Maka dari itu, Riset ini dilakukan untuk mengetahui strategi penataan karya-karya di ARTJOG 2018, sebagai salah satu event pameran berskala internasional.

Selain itu, dalam kurun waktu dua puluh tahun penelitian manajemen seni dan budaya hanya berfokus pada pemasaran, perilaku konsumen, manajemen, keuangan, kebijakan kebudayaan sumber daya, teknologi, dan hal lain tentang pariwisata budaya, program edukasi, dan isu sosial. (Perez-Cabanero dan Cuadrado-Garcia, 2011 dalam Yendra, 2020). Hingga kini, penelitian mengenai tata karya (display) masih jarang ditemukan, khususnya penelitian yang mengambil studi kasus ARTJOG. Oleh karena itu, hal ini juga menjadi alasan mengapa riset ini menjadi penting untuk dilakukan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, riset ini dilakukan berdasarkan satu rumusan masalah, yaitu “Bagaimana strategi penataan karya-karya di ARTJOG 2018?”. Berdasarkan pertanyaan tersebut, riset ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apa yang terjadi di balik proses penataan karya, terkhusus untuk mengetahui strategi penataan karya-karya yang dilakukan oleh tim penyelenggara ARTJOG 2018.

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka pertama yang digunakan dalam riset ini adalah jurnal berjudul “Membaca Basoeki Abdullah Melalui Penataan Pameran ‘Rayuan 100 Tahun Basoeki Abdullah’” yang ditulis oleh Ika Yuni Purnama pada tahun 2018. Jurnal ini telah diterbitkan dalam JSRW (*Jurnal Seni Rupa Warna*). Dalam Jurnal ini, peneliti membahas tentang penataan karya-karya dan ruang dalam pameran “Rayuan 100 Tahun Basoeki Abdullah”, juga analisis mengenai penataan, pemilihan, penempatan karya, warna ruang, dan keseluruhan tata ruang pameran yang merepresentasikan pandangan dan pengetahuan budaya yang dimiliki Basoeki Abdullah.

Artikel kedua yang digunakan sebagai tinjauan pustaka adalah “Deliberation on Display: An Exhibition Review ‘Review of How Do We Know?: Recreating Domestic Interiors’” yang ditulis oleh Camille Wells dan diterbitkan dalam Winterthur Portfolio pada tahun 2001. Artikel ini berisi tentang analisis penataan karya-karya, layout ruang, dan peletakan karya-karya instalasi dengan studi kasus pameran “How Do We Know?” yang dilaksanakan di The Octagon, Museum of The American Architectural Foundation, Washington DC.

Tinjauan pustaka yang ketiga adalah “Art Jog and Indonesia's New Art Public” yang ditulis oleh Katherine Bruhn pada tahun 2017. Artikel ini membahas mengenai perkembangan event seni kontemporer di Indonesia, yaitu pameran berskala besar seperti Biennale serta festival seni seperti ARTJOG, terkhusus ARTJOG sebagai *new public art* dan festival seni kontemporer berskala besar di Indonesia. Dari sejumlah tinjauan pustaka tadi, tampak bahwa belum ada yang meneliti khusus mengenai penataan pameran, terutama ARTJOG 2018.

Landasan Teori

Menurut Isabel Briggs Myers (dalam Christianti, 2020), pameran adalah suatu aktivitas yang melibatkan ruangan sebagai galeri untuk memamerkan atau menampilkan hasil karya seni. Misalnya dalam hal ini adalah lukisan, ukiran patung, gambar foto, fotografi, dan karya lainnya. Henrietta Lidchi (dalam Susanto, 2016) memberi pernyataan bahwa pameran dianggap sebagai sebuah peristiwa yang memiliki ciri-ciri tersendiri dengan mengartikulasi atau memikirkan objek-objek, teks-teks, representasi-representasi visual, juga rekonstruksi-rekonstruksi dan bahkan suara-suara yang dikreasikan melalui sistem representasional yang rumit dan terbatas.

Berkaitan dengan pameran dalam pengertian tertentu adalah sebagai “medium” seni kontemporer dalam menjadi agen komunikasi. Oleh karena itu, aksi merencanakan, menata, merancang, mengatur, merekayasa, dan menyusun berbagai unsur yang ada dalam kegiatan kesenirupaan adalah seperangkat tindakan atau sistem representasi untuk mengupayakan, mewujudkan, dan menggagas

pameran. (Bruce W. Ferguson dalam Susanto, 2016). Salah satu fungsi pameran adalah untuk mengorganisasi unsur-unsur atau objek-objek berdasarkan pertimbangan praktis, ekonomis, estetis, dan ergonomis untuk disajikan kepada publik. Sejalan dengan hal tersebut, tujuan utama dari penataan pameran itu sendiri adalah untuk menyesuaikan materi karya yang dipamerkan, memudahkan pengamat atau penonton agar proses pengamatan berlangsung secara intensif atau bahkan interaktif (Susanto, 2016).

Dalam suatu pameran, terdapat tiga poin penting demi mencapai kesuksesan dalam kegiatan menata atau mendesain. Poin penting pertama yaitu unsur atau bentuk karya maupun non karya apa yang ingin ditata. Kemudian untuk siapa pengguna hasil penataan. Yang terakhir adalah prinsip atau kaidah penataan yang terkait erat dengan kemampuan manajemen pengetahuan kurator/penggagas, khususnya pada persoalan mendisplai ruang (Susanto, 2016).

Dalam menata karya juga diperlukan keseimbangan-keseimbangan untuk memaksimalkan ruang dan dan keindahan karya. Estetika dalam penataan karya merupakan unsur penting dalam mencapai keseimbangan dalam penataan karya dengan menghubungkan satu karya dengan yang lainnya. Penulisan teks dan peletakan label mengenai informasi dari sebuah karya juga diperlukan keseimbangan serta intensitas kesadaran tentang bahan yang digunakan dalam karya seni Secara keseluruhan, penataan karya-karya bertujuan untuk membuat karya yang dipamerkan tampak khas, menarik, gagah, dan megah (Susanto, 2016).

Metodologi Riset

Artikel ini merupakan hasil dari riset dengan menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moeloeng, 2007). Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian (Sugiyono, 2016).

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam riset ini adalah dengan studi literatur melalui buku, jurnal, artikel, dan katalog mengenai penataan karya dalam pameran, juga mengenai ARTJOG dan ARTJOG 2018. Pengumpulan data juga dilakukan dengan wawancara tiga narasumber, yaitu:

1. Heri Pemas selaku Direktur ARTJOG.

2. Nanda Guntur Saputra selaku anggota Tim Display inti ARTJOG 2018.
 3. Bambang Toko Witjaksono selaku perwakilan dari Tim Kurator ARTJOG 2018.
- Keseluruhan proses pengumpulan data dilakukan dengan bantuan alat riset, yaitu alat tulis, telepon seluler, laptop, WhatsApp, dan Zoom.

PEMBAHASAN

ARTJOG 2018

ARTJOG pertama kali diselenggarakan pada tahun 2008 di lokasi Taman Budaya Yogyakarta dengan nama Jogja Art Fair yang merupakan bagian dari rangkaian acara Festival Kesenian Yogyakarta XX. Pada tahun 2016, tempat penyelenggaraan ARTJOG berpindah ke Jogja National Museum (JNM) hingga penyelenggaraan ARTJOG 2021. ARTJOG 2021 telah terselenggara untuk yang ke-14 kalinya. ARTJOG diprakarsai oleh Heri Peadar bersama dengan timnya, Heri Peadar Art Management. Pada penyelenggaraannya di tahun 2018, ARTJOG diselenggarakan dengan Heri Peadar selaku direktur serta di bawah naungan Yayasan Hita Pranajiwa Mandaya (Artjog.id, 2018).

Pada tahun 2018, ARTJOG diselenggarakan untuk yang ke-11 selama sebulan mulai pada tanggal 4 Mei - 4 Juni 2018 di Jogja National Museum (JNM) dengan mengusung tema “Enlightenment - Toward Various Future” (Pencerahan - Menuju Berbagai Masa Depan). Heri Peadar, Direktur ARTJOG (2021) memaparkan latar belakang Enlightenment yang dipilih sebagai tema pada penyelenggaraan ARTJOG tahun 2018 karena pada tahun ini ARTJOG memasuki tahun ke-11 penyelenggaraannya. Angka 1 dalam angka 11 diartikan sebagai awal baru dan langkah baru yang kemudian dimaknai menjadi “kelahiran kembali”. Dalam hal ini, penyelenggaraan ARTJOG dianggap memasuki babak baru pada penyelenggaraannya yang ke-11, setelah penyelenggaraannya yang ke-10, yang mana mengacu pada angka 0 dalam angka 10 diartikan sebagai titik nol atau titik awal dalam sejarah penyelenggaraan ARTJOG dengan cara menyajikan karya-karya yang dapat memberi pencerahan.

Bambang Toko Witjaksono, tim kurator ARTJOG 2018 memaknai tema Enlightenment sebagai pencerahan sesungguhnya merupakan segala daya upaya untuk mengusir kegelapan, membawa siapa pun yang terbelenggu dari kegelapan ke dalam terang (Kompas.id, 2018). Tema ini merupakan tema lanjutan dari tema dari tiga tahun sebelumnya yang diusung ARTJOG dan menjadi bagian dari trilogi pengalaman berdasarkan tema tiga tahun sebelumnya, yaitu pengalaman indrawi, pengalaman universal, dan perubahan kesadaran yang menghantarkan pada momentum pencerahan (Artjog.id, 2018).

Di satu sisi, “Pencerahan” mengacu pada sebuah era pasca Revolusi Prancis di abad ke-18, dikenal sebagai kelahiran rasionalisme dan humanisme. Kedaulatan, individualitas, pengetahuan, modernitas, demokrasi, dan laicite (konsep republik sekuler di mana pemisahan antara negara dan agama berlaku), merupakan gagasan di balik pemahaman tema “Enlightenment” yang diusung ARTJOG 2018 karena seni selalu menjadi media yang signifikan untuk mengekspresikannya (Theartling.com, 2018).

ARTJOG 2018 dikuratori oleh Bambang Toko Witjaksono dan Ignatia Nilu. Terdapat 54 seniman (undangan dan aplikasi) yang berpartisipasi memamerkan karyanya di ARTJOG 2018. Adapun seniman undangan (commission artist) yang menjadi sorotan di penyelenggaraan ARTJOG 2018 adalah Mulyana, seniman asal Bandung dengan karya instalasinya yang berjudul “Sea Remembers” (Katalog ARTJOG, 2018).

Desain Tata Letak Karya-Karya di ARTJOG 2018

Pameran yang diselenggarakan di ARTJOG 2018 bertempat di Jogja National Museum dengan menggunakan keseluruhan ruang pada tiga lantai yang ada di gedung tersebut. Berikut ini merupakan gambar desain tata ruangan di mana karya-karya dari 54 seniman didisplai.

Pada gambar desain tersebut, terdapat tiga lantai yang masing-masing lantai diisi dengan jumlah dan jenis karya yang berbeda-beda. Pada lantai pertama, terdapat 11 ruangan yang digunakan untuk mendisplai 30 karya dua dimensi, 9 karya multidimensi. Total jumlah karya yang didisplai di lantai pertama adalah 39 karya, dengan total karya non-interaktif sebanyak 36 karya, dengan 2 karya interaktif dan 1 karya semi-interaktif.

Pada lantai kedua, terdapat 11 ruangan yang digunakan untuk mendisplai karya, tetapi ada juga karya-karya yang presentasinya diletakkan di luar ruangan. Pada lantai ini terdapat 20 jumlah keseluruhan karya yang didisplai, dengan jumlah karya dua dimensi sebanyak 16 karya, karya multidimensi sebanyak 4 karya. Dari keseluruhan karya tersebut merupakan karya non-interaktif.

Pada lantai ketiga, terdapat 14 jumlah ruang yang digunakan untuk mendisplai 43 karya. Total karya dua dimensi adalah sebanyak 40 karya dan terdapat 3 karya multidimensi. Dalam lantai ini, tidak terdapat karya interaktif yang didisplai, melainkan hanya terdapat 1 karya semi-interaktif, dengan total karya non-interaktif yaitu sebanyak 42 karya.

Di depan gedung Jogja National Museum, di depan pintu masuk, juga terdapat karya instalasi dari commission artist di ARTJOG 2018, yaitu Mulyana Mogus. Karyanya berjudul “Sea Remembers”, merupakan dengan fasad berbentuk berlian yang memiliki ukuran 9 x 12 meter didisplai untuk menyambut para pengunjung yang datang ke ARTJOG 2018.



Gambar 1. Desain Tata Letak Displai
 Sumber: Tim Displai ARTJOG 2018



Gambar 2. Tampilan eksterior gedung Jogja National Museum dengan fasad berbentuk berlian di ARTJOG 2018, Sumber: theartling.com

Strategi Penataan Karya-Karya di ARTJOG 2018

Dalam menata karya, terdapat tiga hal pokok yaitu terkait unsur apa yang ditata, siapa pengguna hasil penataannya, dan prinsip atau kaidah penataannya (Susanto, 2016).

1. Unsur apa yang ditata.

Karya-karya seni yang dipamerkan di ARTJOG 2018 memiliki berbagai varian media, yaitu meliputi lukisan, grafis, foto, instalasi multimedia, patung, mekanik-kinetik, dan performance art, sehingga dalam penataannya, masing-masing karya seni memiliki treatment yang berbeda-beda, mempertimbangkan bahan karya seni, estetika karya seni, konsep pameran, juga kenyamanan pengunjung.

2. Siapa pengguna hasil penataan

Pengguna hasil penataan berkaitan dengan pengunjung/pengamat yang datang ke ARTJOG 2018. Pengunjung ARTJOG 2018 datang dari berbagai latar belakang budaya, sosial, ekonomi, dan pendidikan. Tidak hanya didatangi oleh para kolektor, pelaku, dan penikmat seni, melainkan masyarakat awam tak ragu dan justru bersemangat untuk ikut mengapresiasi karya-karya seni yang dipamerkan di ARTJOG (Yendra, 2020).

3. Prinsip atau kaidah penataan.

Penataan karya-karya seni dalam pameran di ARTJOG 2018 mempertimbangkan berbagai aspek berdasarkan tema enlightenment yang merupakan tema besar yang diangkat. Menentukan tema dan konsep pameran adalah hal pertama yang dilakukan oleh tim ARTJOG, dalam hal ini merupakan

peran seorang kurator, sehingga konsep penataan karya bisa dirancang menyesuaikan tema besar pameran dari jauh hari. Proses penentuan tema tersebut dilakukan sejak satu tahun sebelum pameran diselenggarakan (Witjaksono, 2021).

Setelah menentukan tema pameran, seniman yang akan dihadirkan dalam pameran akan ditentukan lima bulan sebelum hari pelaksanaan pameran. Karya-karya yang ada di ARTJOG 2018 semuanya relatif karya baru sehingga tim ARTJOG akan menginformasikan mengenai tema, ukuran, konsep, dan bentuk ruang kepada seniman setelah nama-nama seniman ditentukan. Hal ini dilakukan agar tim ARTJOG bisa menyesuaikan konsep display karya mereka dengan perencanaan tata ruang berdasarkan infrastruktur yang tersedia. Dalam hal ini, Jogja National Museum (JNM) merupakan gedung yang akan digunakan sebagai ruang pameran. Perencanaan ruang untuk menentukan lokasi penempatan karya-karya seniman mempertimbangkan konsep karya dan flow pengunjung pameran. Pemilihan ruang dan tempat peletakan karya juga mengikuti pemaknaan dari karya yang akan didisplay, juga mempertimbangkan nilai artistik berdasarkan pandangan seniman sehingga seniman juga turut andil dalam proses berdiskusi mengenai pemilihan ruang dan tempat di mana karya mereka akan letakkan.

Proses pendisplayan karya dilakukan minimal 1,5 bulan sebelum hari penyelenggaraan pameran. Pada ARTJOG 2018, proses penentuan ruang dan proses pendisplayan karya-karya dilakukan selama satu bulan sebelum pameran. Waktu tersebut terhitung sejak persiapan, mulai dari keberangkatan karya dan kedatangan karya. Selanjutnya, dalam satu bulan tersebut, dua minggu pertama digunakan tim ARTJOG, baik tim kurator, tim artistik, dan tim display, dengan seniman untuk berdiskusi dan menentukan ruang mana yang akan digunakan untuk mempresentasikan karya-karya dari tiap-tiap seniman yang berpartisipasi dalam pameran. Lalu, dua minggu setelahnya digunakan oleh tim display untuk proses pendisplayan karya, yaitu meletakkan tiap-tiap karya di ruang yang telah ditentukan.

Dalam proses pendisplayan karya di ARTJOG, tim display sebenarnya merupakan tanggung jawab seniman, tetapi ARTJOG juga menyediakan sendiri tim display untuk membantu seniman mendisplay karya-karya mereka dengan jumlah tim display yang akan disesuaikan setiap pemasangan karya, menyesuaikan kebutuhan dari masing-masing karya. Terdapat 10 orang anggota tim display inti dari tim ARTJOG yang merupakan art handler dalam proses penataan karya di ARTJOG. Tim ARTJOG juga menyediakan peralatan lengkap yang dibutuhkan saat proses pendisplayan karya. Meskipun begitu, ARTJOG membebaskan seniman mendisplay karya mereka dengan tim display mereka sendiri, tetapi tetap melalui diskusi dengan tim ARTJOG.

Nanda Guntur Saputra selaku anggota Tim Display inti ARTJOG 2018 mengungkapkan bahwa perbedaan utama dalam proses pendisplayan karya di ARTJOG 2018 terdapat pada proses pembuatan dan pemasangan, baik karya maupun ruangan untuk *commission artist*, yaitu Mulyana bersama teman-teman Mogus dengan karyanya “Sea Remembers” dilakukan mulai dari 0 di Jogja National Museum (JNM).

Pada tahun-tahun sebelum dan sesudahnya, karya *commission artist* yang akan didisplay di ruang yang menjadi tempat di mana karya tersebut dipresentasikan sudah jadi dan siap pasang. Sementara untuk karya Mulyana, pendisplayannya dilakukan di ruangan dalam fasad berbentuk berlian tersebut bahkan sejak proses pembuatan karya itu sendiri. Dalam proses penataan “Sea Remembers”, Mulyana dibantu oleh ibu-ibu yang merupakan bagian dari tim display karya yang dibawa oleh Mulyana sendiri.

Karya-karya instalasi di ARTJOG 2018 yang terjual dan akan didisplay di tempat yang baru, maka yang mengerjakan proses display di tempat baru tersebut juga merupakan tim display ARTJOG. Seperti karya “Mogus” yang dibeli oleh salah satu brand untuk didisplay di salah satu pusat perbelanjaan di Jakarta juga didisplay oleh tim display dari ARTJOG. Hal ini sesuai dengan pertimbangan bahwa tim display ARTJOG telah lebih mengerti mengenai tata letak dan konsep karya tersebut sehingga karya yang didisplay di tempat baru tetap mempertahankan estetikanya.

Mikke Susanto (2016) menuliskan bahwa dalam proses menata/mendesain juga diperlukan keseimbangan-keseimbangan, seperti:

1. Estetika peletakan karya

Kurator ARTJOG 2018, Bambang Toko Witjaksono dan Ignatia Nilu, bertanggung jawab atas nilai estetika karya. Hal ini berkaitan dengan konsep dan tema besar pameran yang ditentukan oleh kurator. Kenyamanan pengunjung, eye level, dan label karya juga diperhatikan. Peletakan karya disesuaikan dengan porsi karya seni masing-masing, agar tidak hanya satu karya yang mendapat sorotan, tetapi agar semua karya juga bisa terlihat eye catching (Witjaksono, 2021).

Karya *commission artist* yang menjadi bagian penting di ARTJOG, pada penyelenggaraannya di tahun 2018, karya Mulyana sebagai *commission artist* diletakkan di depan pintu masuk Jogja National Museum (JNM) karena karya tersebut merupakan sorotan dari ARTJOG 2018. Namun, tidak semua karya seniman *commission artist* di setiap penyelenggaraan ARTJOG diletakkan di depan gedung Jogja National Museum (JNM). Penataan karya yang meminjam dari seniman yang sebelumnya pernah dipamerkan disesuaikan kembali menyesuaikan kondisi ruangan dan didisplay dengan format baru agar memiliki bentuk presentasi yang baru, tanpa mengurangi estetika dari karya seni tersebut. Dalam proses peletakan karya, tim kurator bersama dengan direktur ARTJOG akan melakukan

simulasi untuk mengetahui kenyamanan pengunjung saat datang ke ARTJOG, termasuk sirkulasi pengunjung, juga mempertimbangkan risiko-risiko apabila pameran padat pengunjung.



Gambar 3-4. Sea Remembers (2018). Wool yarn, acrylic yarn, polyester yarn, fiber, dacron, resin, welded wire mesh and felt fabric. Variable dimensions. Sumber: Instagram Mulyana @mangmoel

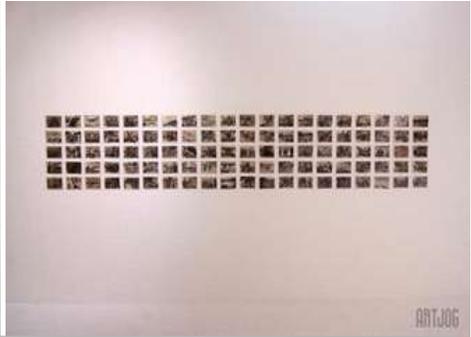


Gambar 5. Teman-teman Mogus, tim displai Mulyana, commission artist, 2018. Sumber: Instagram Mulyana @mangmoel



Gambar 6 - 7. Proses pendisplaian karya “Sea Remembers” oleh tim display Mulyana, 2018. Sumber: Instagram Mulyana @mangmoel

Berikut ini merupakan dokumentasi peletakan karya-karya di ARTJOG 2018.



Gambar 8 - 9. Dokumentasi hasil penataan karya-karya di ARTJOG 2018. Sumber: IndoArtNow.com



Gambar 10 - 11. Dokumentasi hasil penataan karya-karya di ARTJOG 2018. Sumber: IndoArtNow.com



Gambar 12 – 13. Dokumentasi hasil penataan karya-karya di ARTJOG 2018. Sumber: IndoArtNow.com



Gambar 14 – 15. Dokumentasi hasil penataan karya-karya di ARTJOG 2018.
Sumber: IndoArtNow.com



Gambar 16 – 17. Dokumentasi hasil penataan karya-karya di ARTJOG 2018.
Sumber: IndoArtNow.com



Gambar 18 – 19. Dokumentasi hasil penataan karya-karya di ARTJOG 2018.
Sumber: IndoArtNow.com



Gambar 20. Dokumentasi hasil penataan karya-karya di ARTJOG 2018.
Sumber: IndoArtNow.com



Gambar 21. Dokumentasi hasil penataan karya-karya di ARTJOG 2018.
Sumber: IndoArtNow.com

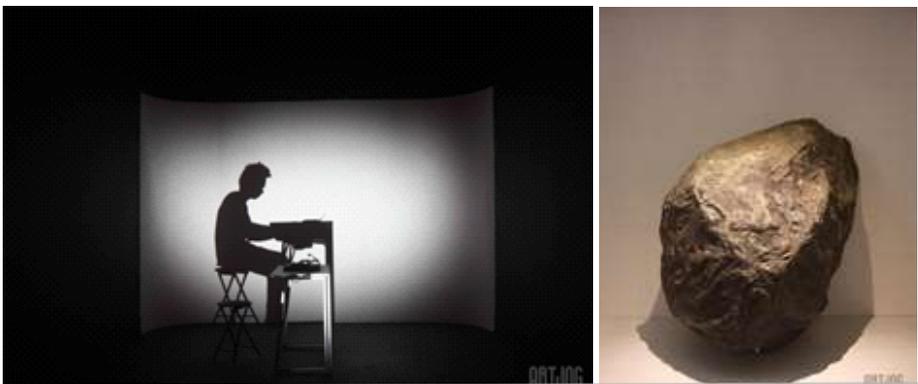
2. Hubungan antara satu karya dengan karya lain

Dalam penataan karya-karya di ARTJOG 2018, setiap penataan karya tentunya mempertimbangkan hubungan antara satu karya dengan karya lain. Seperti *commission artist*, Mulyana dengan karyanya “Sea Remembers” di dalam fasad berbentuk berlian (gambar 2, 3, dan 4). Karya tersebut juga merupakan hasil diskusi bersama dengan tim ARTJOG 2018. Fasad berlian tersebut berbentuk mengerucut ke atas merupakan simbol dari pencerahan, dengan asal pemaknaan berlian yang hanya bisa didapatkan lewat usaha terlebih dahulu. Fasad tersebut semakin tinggi semakin terang, seperti penggambaran lautan. Hal ini berhubungan dengan karya “Sea Remembers” yang menunjukkan kekayaan maritim sebagai penggambaran alam Indonesia yang kaya akan kekayaan alam bawah laut.

3. Penulisan teks dan peletakan label

Bambang Toko Witjaksono (2021) mengungkapkan bahwa dalam penataan karya-karya di ARTJOG, peletakan *caption* dan label tidak semata-mata diseragamkan ukurannya dan letaknya, tetapi juga mempertimbangkan estetika karya, agar semua karya mendapat mendapat porsi yang adil, tidak hanya satu karya saja yang terlihat mencolok. Untuk beberapa karya, label dan *caption* diletakkan sesuai kebutuhan karya, yang juga mempertimbangkan apakah karya tersebut merupakan karya interaktif atau karya non-interaktif. Peringatan mengenai karya, yang berisi mengenai larangan untuk menyentuh karya, diletakkan di depan karya, kecuali untuk karya interaktif yang memiliki instruksi khusus. Pembatas hanya diletakkan di sekitar karya seni yang memiliki nilai tinggi dan riskan rusak.

Berikut ini merupakan contoh karya yang memiliki instruksi khusus di ARTJOG 2018.



Gambar 22 - 23. Karya yang memiliki instruksi khusus di ARTJOG 2018.
Sumber: IndoArtNow.com



Gambar 24 - 25. Karya yang memiliki instruksi khusus di ARTJOG 2018.
Sumber: IndoArtNow.com

Untuk karya *commission artist* di ARTJOG 2018, peletakan label disesuaikan dengan ukuran karya yang diletakkan khusus di dalam satu ruangan, sehingga caption karya “Sea Remembers” memiliki ukuran yang sama besarnya dengan teks kuratorial. Bambang Toko Witjaksono (2021) sebagai kurator ARTJOG 2018 menilai bahwa hal tersebut dilakukan karena memang diperlukan untuk memberikan ketegasan dan keterangan karya seniman, tetapi juga tidak mengurangi estetika dari karya seniman tersebut. Kurator adalah penentu konsep dan di mana peletakan label dan caption masing-masing karya, juga melalui diskusi dengan seniman dan tim artistik. Kemudian, tim display ARTJOG yang akan membantu dalam proses pemasangan label dan caption.

4. Intensitas kesadaran tentang bahan yang dipakai pada karya seni

Kurator bersama seniman yang karyanya akan dipamerkan di ARTJOG 2018 akan melakukan diskusi mengenai bahan-bahan yang digunakan dalam karya seni sehingga kurator bisa memetakan peletakan karya-karya di masing-masing ruang berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut.

Negosiasi mengenai perubahan ruangan juga dilakukan dengan seniman. Perjanjian dengan seniman mengenai batasan perubahan mengenai karya dilakukan untuk menghindari perubahan ekspektasi pengunjung dari apa yang sudah dipublikasikan. Perubahan display dapat dilakukan jika diizinkan oleh manajemen, tetapi dalam penataan karya-karya di ARTJOG 2018, tidak ada perubahan besar yang dapat mengubah konsep selama proses penataan karya-karya di ARTJOG 2018.

Jogja National Museum (JNM) dipilih sebagai tempat penyelenggaraan ARTJOG 2018 karena dinilai masih memenuhi kebutuhan ARTJOG, tetapi bukan tidak mungkin perubahan tempat dilakukan di penyelenggaraan ARTJOG yang akan datang menyesuaikan dengan kebutuhan, konsep, dan keuangan yang

tersedia. Namun, ada beberapa kekurangan Jogja National Museum (JNM) sebagai tempat penyelenggaraan ARTJOG. ARTJOG merupakan event kelas internasional, tetapi tidak memiliki standar internasional dari segi infrastruktur, seperti pelayanan kesehatan, keamanan, air minum, juga belum memenuhi standar internasional. Selain itu, tidak adanya akses disabilitas disebabkan karena tidak adanya fasilitas tersebut di gedung Jogja National Museum (JNM). Tidak adanya storyline dan sirkulasi pengunjung tetap, dengan strategi bahwa pengunjung bebas menentukan jalurnya masing-masing. ARTJOG hanya menyediakan jalur khusus pintu masuk dan pintu keluar (sesuai infrastruktur di Jogja National Museum). Hal tersebut tersebut terjadi karena melalui pertimbangan jika alur pengunjung dibuat, dapat menyebabkan pengunjung terkumpul hanya di satu tempat dan dapat menghentikan jalannya pengunjung lain.

PENUTUP

Kesimpulan

Pada penataan karya di ARTJOG 2018 dipertimbangkan nilai estetika dalam ruangan dan satu karya dengan karya lainnya, dengan tema yang sudah ditentukan. Penataan karya melalui tahap dari penentuan tema besar oleh kurator, manajemen, dan tim artistik perwakilan dari ARTJOG. Setelah tema besar ditentukan, barulah mendata seniman yang akan berpartisipasi melalui undangan ataupun pendaftaran. Dilakukan juga diskusi antar kurator, manajemen, dan seniman dalam peletakan karya. Setelah itu dikomunikasikan pada tim artistik dan displai untuk pertimbangan material karya dan keadaan ruangan. Peran kurator, manajemen, dan tim artistik, juga displai sebagai mata awal dari kenyamanan (sirkulasi udara, sirkulasi pengunjung, dan nilai estetika karya di setiap ruangan) pengunjung ARTJOG 2018. Mereka melakukan simulasi setelah mapping peletakan karya-karya di ARTJOG. Penataan karya-karya di ARTJOG 2018 juga menjadi berbeda daripada tahun yang lain, karena membangun utuh karya undangan dari awal, yaitu fasad berbentuk berlian, menjadikan simbol berlian yang mengerucut ke atas sebagai tanda pencerahan (tema besar ARTJOG 2018 “Enlightenment”). Di dalam fasad berbentuk berlian terdapat karya Mulyana yang membawa kekayaan laut Indonesia dengan bahan rajut. Tim displai ARTJOG menata secara keseluruhan mulai dari pencahayaan hingga penataan letak karya dan tulisan keterangan karya (caption) agar pesan dari karya seniman tetap hidup dan selaras dengan tema besar ARTJOG 2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Bruhn, K. (2017). *Art Jog and Indonesia's New Art Public*.
- Christianti, J. M., Imbar, R. V., Suteja, B. R., & Syahputra, N. (2020). "Information System Analysis and Design for Final Assignment Exhibition (Case Study: Informatics Engineering Department of Maranatha Christian University Bandung)". *International Journal of Computer Science Issues (IJCSI)*, 17(6), 82-86.
- Purnama, I. Y. (2018). "Membaca Basoeki Abdullah Melalui Penataan Pameran "Rayuan 100 Tahun Basoeki Abdullah"". *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 6(1), 101-111.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: PTAlfabet.
- Susanto, Mikke. (2016). *Menimbang ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya.
- Wells, C. (2001). "Deliberation on Display: An Exhibition Review "Review of How Do We Know?: Recreating Domestic Interiors"". *Winterthur Portfolio*, 36(1), 39-47.
- Yendra, S. (2020). *Model efektivitas & efisiensi sponsorship Heri pamad art management (studi kasus Artjog)*. Disertasi. ISI Yogyakarta.

Website

- Katalog ARTJOG 2018. ARTJOG 2018 Enlightenment. <https://www.artjog.id/detail-events.php?id=11>.
- Kompas.com. "Usung Tema "Enlightenment", Art Jog 2018 Berkembang Jadi Pergelaran Seni Visual". <https://regional.kompas.com/read/2018/04/27/08141731/usung-tema-enlightenment-art-jog-2018-berkembang-jadi-pergelaran-seni-visual?page=all>, diakses pada 18 Desember 2021.
- IndoArtNow. *ARTJOG2018, ENLIGHTENMENT*. <https://indoartnow.com/exhibitions/artjog-2018-enlightenment>, diakses pada 27 November 2021.

Media Online

- Instagram ARTJOG. <https://www.instagram.com/artjog.id>, diakses pada 5 Desember 2021.
- Instagram Mulyana. https://www.instagram.com/p/BxFWZXwgN-G/?utm_medium=copy_link, diakses pada 5 Desember 2021.

Nowjakarta.co.id. *Art and Culture Arts ARTJOG 2018 Enlightenment*. <https://nowjakarta.co.id/art-and-culture/arts/artjog-2018-enlightenment-though-art>, diakses pada 18 Desember 2021.

Satuharapan.com. *Sosialisasi ARTJOG 11 2018*. <https://www.satuharapan.com/read-detail/read/sosialisasi-artjog-11-2018-enlightenment>, diakses pada 16 Desember 2021.

Theartling.com. *ARTJOG 2018 to Convey Light Trough Art*. <https://theartling.com/en/artzin/artjog-2018-to-convey-light-through-art/>, diakses pada 18 Desember 2021.

TwitterARTJOG. <https://twitter.com/artjog>, diakses pada 5 Desember 2021.

Wawancara

Heri Pamad, Direktur ARTJOG. Dilakukan pada 20 Oktober 2021 di Kantor Heri Pamad Manajemen Soboman, Kasihan, Bantul.

Nanda Guntur Panca Saputra, Tim display ARTJOG sejak tahun 2012. Dilakukan pada 5 Desember 2021 via telepon WhatsApp.

Bambang Toko Witjaksono, Tim Kurator ARTJOG 2018. Dilakukan pada 11 Desember 2021 via Zoom.

DISPLAY STAND PERMAINAN TRADISIONAL DI PEKAN KEBUDAYAAN NASIONAL 2019

Temanku Lima Benua - temankulimabenua15@gmail.com

Dinda Shinta Dewi - dindashintadewi79@gmail.com

Nadia Nina Herlina G - nadianina868@gmail.com

ABSTRAK

Pekan Kebudayaan Nasional 2019 dengan tema “Ruang Bersama Indonesia Bahagia” diselenggarakan di Istora Senayan dari tanggal 7–13 Oktober dengan menampilkan: Sawala Wicara, Pasanggiri, Pameran, Pawai, dan Gelaran. Penelitian ini lebih fokus ke Pasanggiri di Kampung Permainan Rakyat, bagaimana display pameran permainan tradisional seluruh Nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permainan tradisional dipamerkan dan seberapa menarik permainan ini di mata masyarakat modern. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah kurator pameran, pelaksana lapangan, dan peserta pameran. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan display pameran permainan tradisional meliputi tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Ada hampir 1000 jenis permainan tradisional yang dipamerkan dan sebagian bisa langsung dimainkan. Jenis permainan dua dimensi atau tiga dimensi yang memungkinkan untuk dipajang di dinding rumah, permainan lainnya di pajang dengan menggunakan stand, dan yang tidak memungkinkan disajikan di pelataran rumah menyatu dengan arena permainan.

Kata kunci : Permainan Tradisional, Pekan Kebudayaan Nasional, Penataan Ruang

ABSTRACT

The 2019 National Cultural Week with the theme “Happy Indonesia Together Room”, was held at Istora Senayan from 7–13 October featuring: Sawala Dialogue, Pasanggiri, Exhibitions, Parades, and Events. This reset focuses on Pasanggiri, especially in the People's Game Village, how the displays at exhibitions of traditional games throughout the archipelago are exhibited. This reset aims to find out how traditional games are exhibited and how attractive these folk games are to modern society. This research is descriptive research with a qualitative approach. The subjects of this research are exhibition curators, field implementers, and exhibitors. Data was collected using observation, interview, and documentation techniques. The data analysis technique used is data collection, data reduction, data presentation, and evaluation. The results of the study indicate that there are almost 1000 types of traditional games on display and directly played. Types of two-dimensional or three-dimensional games that allow to be displayed on the walls of the house, other games are displayed using stands, and those that are not possible to be displayed in the courtyard of the house are integrated with the game arena.

Keywords : Game, Traditional, National Culture Week, Display.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pekan Kebudayaan Nasional pertama kali digelar tahun 2019 pada tanggal 7–13 Oktober dengan tema “Ruang Bersama Indonesia Bahagia”. Tema ini mengacu pada stanza kedua lagu “Indonesia Raya”, yaitu “Marilah kita mendoa Indonesia bahagia”. Terdapat lima aktivitas utama, yaitu Pasanggiri atau kompetisi permainan tradisional berbasis objek pemajuan kebudayaan. Selain itu, Pekan Kebudayaan Nasional juga menghadirkan Kampung Permainan Tradisional yang memamerkan berbagai permainan tradisional beserta arena permainannya. Hal ini ditata sedemikian rupa sehingga menarik para pengunjung untuk melihat dan memainkannya.

Rangkaian acara yang kedua, yaitu Pameran Kekayaan Budaya, Wastra Nusantara, Warisan Budaya Takbenda, Warisan Dunia, Kultur Perkayuan, Capaian Pemajuan Kebudayaan, Desa Percontohan Pemajuan Kebudayaan, Seni Rupa, dan lainnya. Ketiga, Sawala Wicara atau konferensi yang membahas berbagai isu, mulai dari pengetahuan tradisional, florikultur, ekonomi budaya, ekologi, etno-astronomi, etnobotani, hingga ketahanan pangan. Keempat, Pagelaran Karya Budaya serta kultur urban. Kelima, Pawai Budaya bertajuk “Parade Digdaya Nusantara” yang diikuti 10.000 orang. Terdapat sekitar 245 kegiatan dalam

rangkaian acara Pekan Kebudayaan Nasional selama 7 hari yang meliputi 4 kompetisi permainan tradisional, 6 kompetisi karya budaya, 27 konferensi kebudayaan, 120 pertunjukan, 17 pameran budaya, 10 lokakarya warisan budaya, 50 ragam kuliner tradisional, dan sebuah pawai budaya.

Penelitian ini lebih fokus ke Pasanggiri, terutama di Kampung Permainan Tradisional, lebih tepatnya perihal penataan ruang pada pameran permainan tradisional dari seluruh Nusantara dipamerkan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana permainan tradisional atau permainan rakyat dipamerkan, seberapa menarik permainan rakyat ini di mata masyarakat modern saat ini, dan bagaimana di kemudian hari kita membuat dan menata pameran permainan tradisional agar lebih menarik sehingga generasi Z, Alpha, dan generasi-generasi berikutnya tertarik untuk melestarikan dan mengembangkannya. Harapan setelah penelitian ini dilakukan, yaitu masyarakat mampu mengasah dan mengembangkan permainan tradisional sehingga menjadi lebih menarik perhatian publik.

Rumusan Masalah

Bagaimana penataan ruang stand permainan tradisional di Pekan Kebudayaan Nasional 2019?

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka pertama yang digunakan dalam riset ini adalah buku yang berjudul *Manajemen Bisnis Retail* yang ditulis oleh Syihabudin dan Sopiah pada tahun 2008, diterbitkan oleh Andi Yogyakarta. Buku ini memuat tentang displai produk, bulk display pemajangan barang khusus, ends display pemajangan di ujung lorong, special display, island display, pemajangan secara terpisah untuk menarik pengunjung, cut-cases display, jumbled display, tie ins display, shelf extenders atau J. hook display. Displai barang sangat penting dilakukan, karena displai yang baik akan menimbulkan minat pelanggan untuk membelinya.

Tinjauan pustaka kedua adalah jurnal "Evaluation of Adequate Natural Light to Support the Visual Comfort of Show Room" yang ditulis Mirafawati SA yang diterbitkan *Trijurnal Trisakti* pada tahun 2021. Jurnal ini memaparkan mengenai penataan cahaya alami yang digunakan untuk ruang pamer. Tinjauan pustaka ketiga yang digunakan adalah *Jurnal Perancangan Portable Art Display STMIK STIKOM Indonesia* yang di tulis Dwi Novitasari dan Putu Satria Udyana Putra dan diterbitkan oleh Jurnal *Patra* pada Tahun 2020. Jurnal ini memuat perancangan sketsa display berupa bentuk, warna, material, dan perwujudan *portable art display*.

Landasan Teori

Permainan tradisional merupakan simbolisasi dari pengetahuan yang turun temurun dan mempunyai bermacam-macam fungsi serta pesan dibalikinya. Pada prinsipnya, permainan tetap merupakan permainan, yang dalam memainkannya dapat menyenangkan dan menggembirakan pemain. Permainan tradisional sebenarnya sangat baik untuk melatih fisik dan mental anak. Secara tidak langsung anak-anak akan dirangsang kreativitas, ketangkasan, jiwa kepemimpinan, kecerdasan, dan keluasan wawasannya, serta sportivitas melalui permainan tradisional.

Permainan Tradisional yang semakin hari semakin hilang ditelan perkembangan zaman sesungguhnya menyimpan sebuah keunikan, kesenian, dan manfaat yang lebih besar, seperti kerja sama tim, olahraga, terkadang juga membantu meningkatkan daya kerja otak. Permainan tradisional menurut James Danandjaja (1987) adalah salah satu bentuk berupa permainan anak-anak, beredar secara lisan di antara anggota kolektif tertentu, berbentuk tradisional, dan diwariskan secara turun temurun dengan berbagai variasi. Sifat atau ciri dari permainan tradisional tidak diketahui asal-usulnya, siapa penciptanya, dan dari mana asalnya. Biasanya disebar dari mulut ke mulut dan terkadang mengalami perubahan nama atau bentuk meskipun dasarnya sama. Jika dilihat dari akar katanya, permainan tradisional tidak lain adalah kegiatan yang diatur oleh suatu peraturan permainan yang merupakan pewarisan dari generasi terdahulu yang dilakukan manusia (anak-anak) dengan tujuan mendapat kegembiraan.

Menurut Atik Soepandi, Skar dkk. (1985-1986), permainan adalah perbuatan untuk menghibur hati, baik yang mempergunakan alat ataupun tidak mempergunakan alat. Sedangkan yang dimaksud tradisional adalah segala sesuatu yang dituturkan atau diwariskan secara turun temurun dari orang tua atau nenek moyang. Jadi, permainan tradisional adalah segala perbuatan baik mempergunakan alat atau tidak, yang diwariskan secara turun temurun dari nenek moyang, sebagai sarana hiburan atau untuk menyenangkan hati. Permainan tradisional ini bisa dikategorikan dalam tiga golongan, yaitu permainan untuk bermain (rekreatif), permainan untuk bertanding (kompetitif), dan permainan yang bersifat edukatif.

Pekan Kebudayaan Nasional merupakan agenda tahunan sebagai wujud implementasi dari agenda strategi pemajuan kebudayaan yang telah disepakati dalam Kongres Kebudayaan Indonesia 2018, yang diwujudkan dengan cara menyediakan ruang bagi keragaman ekspresi budaya, serta mendorong interaksi budaya guna memperkuat kebudayaan yang inklusif. PKN (Pekan Kebudayaan Nasional) menurut Hilmar Farid (2019), merupakan amanah Undang-undang Nomor 5 tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan.

Mikke Susanto (2016) dalam buku *Menimbang Ruang Menata Rupa* mengatakan bahwa ruang bisu itu terletak di salah satu sudut galeri, luasnya tidak seberapa, tetapi posisinya cukup strategis sehingga ketika orang masuk akan langsung menatapnya. Maka ketika pameran berlangsung, dalam sekejap ruang itu menjelma menjadi teks pertarungan sekaligus kompromi antar kepentingan. Tentu saja, makna dari kepentingan ini tergantung dari berbagai hal, semisal dari titik mana pameran tersebut dibangun, siapa yang bermain di baliknya, siapa yang memberi makna, dan seterusnya, mengingat makna bersifat relasional (Berger, 2005).

Evaluasi Penataan atau Display Produk, menurut Putri (2017), adalah penataan barang dagangan di tempat tertentu dengan tujuan menarik minat konsumen untuk melihat dan akhirnya membeli produk yang akan ditawarkan. Pengaruh penataan ruang yaitu adanya tata cahaya karena cahaya memperkuat informasi yang disampaikan berupa (Gerry Rachmat, 2017).

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian yaitu kurator pameran, pelaksana pameran, dan peserta pameran.

- a. Teknik pengumpulan data dengan
 - Wawancara dengan Alit Ambara, DR. M. Zaini Alif, S. SN., M. DRS, dan Endi Aras
 - Studi Literatur lewat tulisan, gambar, audio, dan visual (dokumentasi)
- b. Teknik Analisis Data

Analisis data dengan metode rasionalistik kualitatif data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Pekan Kebudayaan Nasional (PKN) merupakan agenda tahunan sebagai wujud implementasi dari agenda strategi pemajuan kebudayaan yang telah disepakati dalam Kongres Kebudayaan Indonesia 2018. Acara ini diwujudkan dengan cara menyediakan ruang bagi keragaman ekspresi budaya, serta mendorong interaksi budaya guna memperkuat kebudayaan yang inklusif. Ada empat panggung yang digunakan untuk mengekspresikan seni, di antaranya yaitu panggung Kalbauk dan panggung Guyub di Istora Senayan, panggung Singer di parkir timur Senayan dan panggung Nusantara. Terdapat lima kegiatan utama dalam PKN, di antaranya Sawala Wicara yang merupakan diskusi dalam bentuk seminar, kuliah umum, pidato, lokakarya atau diskusi terpimpin

tentang pemajuan kebudayaan, Pasanggiri, yaitu kompetisi permainan tradisional berbasis objek pemajuan kebudayaan dari daerah hingga pusat. Pameran yang memamerkan kekayaan budaya Indonesia dengan wujud kekinian. Pawai berupa atraksi budaya Parade Dikdaya Nusantara dan Pertunjukan Seni Tradisi, kultur urban, pertunjukkan jalanan berbasis objek kebudayaan dari daerah ke pusat.

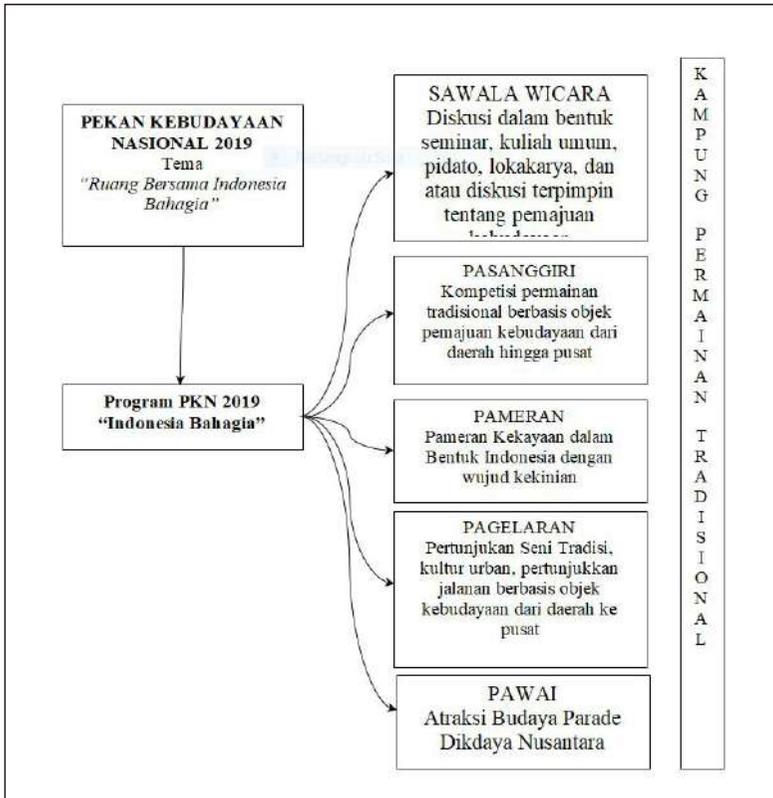


Diagram 1. Program Kegiatan PKN 2019

Sumber: pkn.id

PKN 2019 juga menyediakan ruang untuk permainan tradisional, yaitu “Kampung Permainan Tradisional”, yang akan dibahas. Ada 245 kegiatan dalam rangkaian Pekan Kebudayaan Nasional 2019. Terdapat 4 kompetisi permainan tradisional, 6 kompetisi karya budaya, 27 konferensi kebudayaan, 120 pertunjukan, 17 pameran budaya, 10 lokakarya warisan budaya, 50 ragam kuliner tradisional, dan sebuah pawai budaya.

Display Stand Permainan Tradisional di PKN 2019

Kampung Permainan Tradisional memiliki karakter manusia *homo ludens*, karakter yang melekat pada masyarakat yang senang bermain. PKN menampilkan permainan tradisional yang sederhana dan tidak memerlukan peralatan, fasilitas, atau logistik yang rumit. Kegiatan bermain permainan tradisional akan mengasah dan mengembangkan permainan rakyat tersebut menjadi perhatian publik. Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan, permainan tradisional termasuk dalam objek pemajuan kebudayaan.



Gambar 1. Welcome Gate Permainan Tradisional
Sumber: Dokumen Pribadi

Di Indonesia terdapat 2.500 jenis permainan tradisional dan yang ditampilkan di PKN tidak kurang dari 1000 jenis permainan. Di dalam permainan tradisional banyak pelajaran yang dapat dipetik dari permainan tersebut, di antaranya yaitu kejujuran dan sportivitas. Permainan tradisional semakin hari semakin hilang ditelan perkembangan zaman yang sesungguhnya menyimpan sebuah keunikan, kesenian, dan manfaat yang lebih besar seperti kerja sama tim, olahraga, dan peningkatan daya otak. Namun, seiring kemajuan zaman, sayangnya permainan yang bermanfaat bagi anak-anak ini mulai ditinggalkan. Anak-anak terlena oleh televisi dan video game yang nyatanya banyak memberi dampak negatif, baik dari segi kesehatan, psikologis, maupun penurunan konsentrasi dan semangat belajar. Pada saat ini, anak-anak lebih banyak bermain game daripada permainan tradisional. Sebagai mahasiswa Tata Kelola Seni, ini menjadi tantangan bahwa bagaimana permainan tradisional ini dibuat dan ditampilkan menjadi lebih menarik sehingga tidak kalah dengan *game* yang di gandrungi anak-anak zaman sekarang.

Display yang menarik akan memberikan ketertarikan bagi pengunjung saat di dalam ruang pameran karena pengunjung yang senang diharapkan akan memberikan apresiasi, baik untuk disebarakan ke orang lain atau bahkan membeli karya tersebut. Maka dalam penataan ruang, perencanaan dan proses perancangan harus memperhatikan elemen seperti eksterior, interior, storyline, dan interior display. Perencanaan yang tepat dapat menciptakan nuansa, suasana, dan estetika yang menarik bagi pengunjung.

Penataan karya untuk menciptakan kenyamanan bagi pengunjung untuk membeli juga menjadi tantangan bagi setiap penyelenggara pameran. Penataan karya dapat dilakukan dengan cara mengembangkan penataan karya yang sudah ada menjadi lebih nyaman dan lebih menarik. Penyelenggara pameran yang tidak mampu menciptakan ataupun menata karya akan menghadapi risiko seperti sepinya pengunjung.

Permainan tradisional di PKN diberi ruang tersendiri di area parkir timur Senayan dengan nama Ruang Kampung Permainan Tradisional. Ruang ini ditata sebagaimana kehidupan sehari-hari di pedesaan atau perkampungan. Untuk mewakili kebhinekaan dibangun rumah adat dari lima daerah di Indonesia yang di gunakan untuk tempat display, yaitu Rumah Joglo (Jawa), Rumah Gadang (Minangkabau, Sumatera Barat), Rumah Tongkonan (Toraja), Rumah Honai (Papua), dan Rumah Panggung (Kalimantan). Rumah Joglo berada di tengah-tengah di antara rumah yang lain, digunakan untuk memajang lukisan dengan judul “Tri Sakti” diatas kanvas ukuran 12x3 meter dengan material cat akrilik yang menyambung dengan adanya burung Garuda di depan rumah sehingga menjadi satu kesatuan cerita akan makna dan substansinya, yaitu “Ruang Bersama, Indonesia Bahagia”. Untuk melengkapi kebahagiaan, di teras dipajang aneka macam permainan yang bisa dimainkan oleh pengunjung sambil melepas penat.



Gambar 2. Halaman Rumah
Sumber: Dokumen Pribadi

Seperti pada pameran seni rupa, pada penataan permainan tradisional ini, kurator dan tim artistik juga memperhatikan keamanan dan kenyamanan para pengunjung dengan memperhitungkan sirkulasi pengunjung, sudut pandang tata letak, dan juga ada rest area pengunjung yang merangkap sebagai media permainan. Meskipun area pameran ada di outdoor, tetap dibuat pembatas dengan areal luar dan ada welcome gate. Jenis permainan yang tidak bisa di pameran di dinding rumah di pasang di sketsel, standing, ataupun meja pajang dan lemari display.

Di teras rumah terdapat meja kursi kuno yang selaras dengan desain rumah adat sehingga terasa berada di kampung sendiri. Serasa berada di masa lalu bagi orang tua, juga berasa bermain di pedesaan bagi remaja masa kini. Selain meja kursi kuno, permainan yang menggunakan meja juga diletakkan di teras rumah sehingga pengunjung bisa istirahat sambil bermain. Kebanyakan jenis permainan yang mengandalkan pikiran seperti permainan Surakarta. Permainan Surakarta adalah permainan strategi yang menyerupai permainan catur. Permainan dengan ukuran tidak lumrah karena besar dan spesifik diletakkan di luar dengan trading yang aman dan dapat dilihat dari beberapa sudut pandang sehingga barang yang di pasang aman dan pengunjung pun puas dapat menikmatinya.

Di halaman rumah terdapat arena bermain beserta dengan alat permainan yang di pajang di standing yang sederhana, tetapi menarik. Pengunjung bisa mengambil untuk digunakan bermain, seperti permainan momoge (sepeda dari kayu), dibuatkan sebagaimana tempat parkir seperti sepeda di parkir di depan toko swalayan di perkotaan. Di pameran permainan tradisional ini juga ada pemandu yang menjelaskan jenis-jenis permainan sebagaimana tour kuratorial di pameran seni rupa. Ada juga pemandu yang mengajari bagaimana menggunakan alat permainan dan juga bagaimana cara bermainnya. Permainan fisik dan strategi juga di tempatkan di halaman rumah, sedangkan permainan yang sedikit berbahaya diletakkan di tepi area yang dapat di jangkau sudut pandang pengawas.



Gambar 3. Teras dan Halaman Rumah
Sumber: Dokumen Pribadi

Tata pencahayaan sangat diperhitungkan karena tata cahaya adalah unsur tata artistik yang cukup penting dalam pameran. Tata cahaya yang ada di pameran menyinari semua karya yang sesungguhnya ingin menghadirkan kemungkinan bagi seniman dan penikmat karya untuk saling melihat dan berkomunikasi. Semua karya yang disinari memberikan gambaran yang jelas kepada penikmat karya tentang segala sesuatu yang akan dikomunikasikan. Untuk produk permainan tradisional yang berada di dinding dan stand diberi pencahayaan yang cukup dan dengan cahaya yang tidak merusak. Sedangkan pencahayaan yang diberikan saat malam hari, seperti untuk membuat suasana padang bulan di pedesaan sehingga pengunjung bisa bermain jamuran dan delikan seperti mereka bermain di malam hari di suatu desa. Hanya saja, di Pekan Kebudayaan ini, lampu yang digunakan adalah lampu sorot yang mengakibatkan suasana bulan purnama kurang dapat.

Perbedaan dengan pameran seni rupa terletak pada penataan alat permainan yang berada di halaman atau arena permainan. Penjaga akan lebih lelah karena selain menjelaskan dan mengajari, mereka harus sering menata kembali karena pengunjung tidak mau mengembalikan pada tempat semula, bahkan menaruhnya sembarangan dan terkadang jauh dari tempat mereka mengambilnya. Pada intinya, penataan ruang pameran permainan tradisional di Pekan Kebudayaan Nasional 2019 ini prinsipnya sama dengan pameran seni rupa, yaitu tetap memperhatikan jenis barang yang akan dipamerkan, bahan, ukuran, keamanan, tata letak, sudut pandang untuk pengunjung, pencahayaan, serta kenyamanan pengunjung.



Gambar 4. Permainan Surakarta
Sumber: Dokumen Pribadi

PENUTUP

Kesimpulan

Pekan Kebudayaan 2019 menjadi salah satu cara untuk mengenalkan dan melestarikan budaya tradisi di saat ini dan di masa depan, salah satunya permainan tradisional. Tampilan ruang pameran dan tempat permainan sudah sangat menarik. Namun, akan lebih menarik lagi jika peralatan permainan tradisional ini dikemas dengan kekinian sehingga anak-anak akan lebih tertarik untuk memainkannya. Akan lebih eksotis jika di saat malam hari, lampu yang digunakan bukan lampu sorot yang tajam, tetapi dibuat redup menyerupai malam dengan penerangan rembulan. Ruang inklusif lebih mudah menarik masyarakat untuk berkunjung, berinteraksi, dan menikmati pameran. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa menambah pengetahuan penulis dan pembaca untuk kedepannya agar penyelenggaraan event seperti ini menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Adi, BS. (2020). *Implementasi Permainan Tradisional dalam Pembelajaran Anak Usia Dini*. Volume 14. <https://journal.unesa.ac.id>.
- Adiyanto, A. (2021). *Habitus dan Praktik Aktor dalam Arena Pemajuan Kebudayaan*. *Biokultur*, 10(1), 14-24.
- Barker, C. (2003). *Cultural studies: Theory and Practice*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Rachmat, Gerry. (2017). *Tata Cahaya Dalam Pameran Seni Rupa: Cahaya Memperkuat Informasi yang Disampaikan Perupa*. *Jurnal ATRAV* 5(1), 1.
- Putri. (2008). *Evaluasi Penataan atau Display Produk*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Seni, Koalisi. (2017). *Seni Perubahan Sosial: Bacaan Singkat tentang Tendensi Praktik Seni Kontemporer*. <https://koalisiseni.or.id/bacaan-singkat-tentang-tendensi-praktik-seni-kontemporer/> diakses pada 29 Oktober 2021 pukul 20.09 WIB.
- Susanto, Mikke. (2016). *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Utama, D. A. W. (2016). *Pembuatan Game Bergenre Casual Bertema Gasing Tradisional Dengan Memanfaatkan Fitur Gyroscope Pada Smartphone*. Disertasi. Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Wiretrotomo, Suwarno. (2020). *Kuasa Rupa, Kuasa Negara*. Yogyakarta: Buku Balik.

Media Sosial

Budaya, Kemah. (2020). *Pekan Kebudayaan Martin Surajaya*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Bmw2shivuBE>, diakses pada 23 November 2021 pukul 15.55 WIB.

Talks, TEDx. (2011). *The Secret Meaning of "Hom Pim Pa"*. YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=hRVrm3svaUk>, diakses pada 29 Oktober 2021 pukul 10.45 WIB.

Talks, TEDx. (2019). *Wisdom Custodian*. <https://www.youtube.com/watch?v=CovqOrnaoxs>, diakses pada 1 Desember 2021 pukul 17.35 WIB.

Wawancara

Alif M. Z. Wawancara tahun 2019 tentang jenis permainan tradisional Pekan Kebudayaan Nasional di Istora Senayan, Jakarta.

Alit Ambara. Kurator Pekan Kebudayaan Nasional. Wawancara tahun 2021 di Jl. Medan Merdeka Timur no. 14 Jakarta.

Endi Aras. Wawancara tahun 2019 tentang penataan pameran permainan tradisional Pekan Kebudayaan Nasional di Istora Senayan, Jakarta.

PUBLIKASI

PUBLIKASI PAMERAN

“RAVEN IS ODD” MELALUI LAMAN INSTAGRAM

Ita Setyo Pratama Wulandari - itasetyo09@gmail.com

Abdullah Zidane Ozora - abdzidaneo@gmail.com

Nandya Arum K A - nandyaarum@gmail.com

A Rouf A K - roufbambang@gmail.com

ABSTRAK

Pameran Raven is Odd merupakan pameran kontemporer yang mengangkat isu kesehatan mental. Latar penelitian ini adalah Pameran Raven is Odd pada 2019 dengan tema “Mental Health Issues”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis praktik publikasi yang telah dilakukan karena dapat dilihat bahwa publikasi yang dilakukan oleh pihak dari Raven is Odd terbilang cukup sukses dan sempat menghebohkan media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan menggunakan acuan kerangka teori publikasi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua metode, yaitu observasi dan wawancara. Pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa publikasi yang dilakukan oleh pada pameran Raven is Odd cenderung menggunakan media sosial Instagram.

Kata kunci: Raven is Odd, Publikasi, Instagram

ABSTRACT

Raven is Odd exhibition is a contemporary exhibition that addresses the issue of mental health. The background of this research is the 2019 Raven is Odd Exhibition with the theme "Mental Health Issues". The purpose of this research is to find out and analyze the publication practices that have been carried out because it can be seen that the publications carried out by the Raven is Odd were quite successful and had shocked the social media Instagram. The research method used is descriptive qualitative by using the reference frame of publication theory. Data collection techniques were carried out by two methods, namely observation and interviews. In this riset, it can be concluded that publications carried out by Raven Is Odd using social media Instagram.

Keywords: Raven is Odd, Publication, Instagram

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sejak dulu, manusia sebenarnya telah menggunakan seni sebagai media untuk berkomunikasi. Dengan adanya pengaruh dari modernisasi, munculah istilah seni kontemporer, yaitu seni yang tidak terikat dengan aturan-aturan zaman dulu dan berkembang sesuai zaman sekarang. Seni kontemporer di Indonesia saat ini berkembang cukup pesat. Eksistensi seni kontemporer di Indonesia berawal dari pameran patung salah satu seniman Indonesia yang cukup terkenal yang kemudian terus mengalami peningkatan sampai dengan hari ini. Saat ini, seni kontemporer khususnya seni instalasi memiliki ruang khusus di hati masyarakat khususnya kaum milenial. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya pameran-pameran seni instalasi di Indonesia. Salah satu *event* seni kontemporer yaitu pameran Raven is Odd.

Raven is Odd merupakan gelaran yang cukup menghebohkan para pengguna media sosial Instagram khususnya kaum milenial. Banyak sekali selebriti, *selebgram*, maupun YouTuber yang turut serta mempublikasikan acara ini. Sebagai salah satu bagian yang penting dalam proses sebuah pameran, publikasi berfungsi mengajak masyarakat untuk melihat dan menanggapi hal-hal yang terdapat dalam pameran tersebut.

Penelitian ini perlu dilakukan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai publikasi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara Raven is Odd karena dinilai cukup berhasil menarik target audiens. Penelitian ini diharapkan mampu memaparkan praktik publikasi yang telah diterapkan oleh penyelenggara *event*

Raven is Odd ini, mengingat belum ada riset mengenai publikasi dalam penyelenggaraan pameran ini. Untuk itu, diharapkan adanya keberlanjutan penelitian ini agar lebih lengkap dan sempurna.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan kami teliti, yaitu “Bagaimana strategi publikasi Raven is Odd sehingga bisa meraih publisitas tinggi khususnya di media sosial Instagram?”, dengan tujuan untuk mengetahui strategi publikasi Raven is Odd, menambah wawasan dan pengetahuan dalam publikasi suatu pameran, juga untuk mengetahui bagaimana media sosial bisa berpotensi besar sebagai sarana publikasi sebuah pameran.

Metodologi Riset

Penelitian yang berjudul “Publikasi Pameran Raven is Odd Melalui Laman Instagram” ini merupakan penelitian mengenai pengelolaan publikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan metode riset yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode (Denzin & Lincoln, 1994). Adapun penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi sekarang (Sudjana & Ibrahim, 1989).

Teknik pengumpulan data:

1. Mengumpulkan data melalui studi literatur jurnal, artikel yang relevan, serta portal berita.
2. Observasi dan mempelajari lebih lanjut proses publikasi pameran Raven is Odd melalui akun media sosial resmi.

Tinjauan Pustaka

Jurnal pertama yang memaparkan tentang kesamaan tujuan dengan riset ini, yaitu “Pemanfaatan Social Media oleh Praktisi Public Relations di Yogyakarta” yang diterbitkan dalam *Jurnal Komunikasi Vol. 9, No. 2* pada April 2015. Dalam jurnal ini, pemanfaatan media sosial dapat diakui secara efektif menekan pengeluaran biaya untuk penyebaran informasi dibanding melalui media massa karena yang menjadi kunci penting dalam mengelola media sosial adalah pada perencanaan strategis mengenai konten informasi yang akan disebarluaskan kepada publik.

Tinjauan pustaka yang kedua adalah “Strategi Pemilihan Media Partner dan *Influencer* dalam Penyelenggaraan Pameran CRAFINA 2019” dalam *JBEvent; Vol. 1, No. 2*, yang diterbitkan pada Desember 2020. Dalam jurnal ini, penulis menjelaskan mengenai strategi pemilihan media partner dan *influencer* dalam Pameran CRAFINA 2019. Strategi pemilihan media partner dan *influencer* dalam penyelenggaraan pameran dirasa cukup efektif karena banyak media iklan *online* yang memiliki cukup banyak pengikut dan memiliki *engagement* yang baik sehingga dapat menyebarkan informasi dengan efektif. Kesamaan riset tersebut dengan riset ini adalah strategi publikasi yang digunakan, yang mana publikasi Raven is Odd juga sangat didukung oleh para *influencer* di Instagram.

Tinjauan pustaka yang ketiga, yaitu “The Effect of Social Media Influencer on Brand image, Self-concept, and Purchase Intention” yang diterbitkan dalam *Journal of Consumer Sciences; Vol. 04, No. 02*, 76-89. Jurnal ini menjelaskan tentang fungsi *influencer* pada strategi publikasi, yang mana *influencer* media sosial dapat meningkatkan penjualan secara signifikan dan menampilkan citra yang baik untuk para konsumen.

Tinjauan pustaka yang keempat, yaitu “Komunikasi untuk Mendukung Mental *Illness* Melalui *Event*” dalam *Jurnal Komunikasi Vol. 7, No. 2*, yang diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Telkom University, Bandung di tahun 2020. Jurnal ini menjelaskan tentang betapa pentingnya kesehatan mental bagi masyarakat. Sesuai dengan riset ini, pameran Raven is Odd juga berusaha mendukung seberapa penting kesehatan mental melalui karya-karya yang ada dalam pameran tersebut.

Landasan Teori

Pameran adalah alat sajian pertanggungjawaban bagi perupa (maupun kurator) dengan melakukan atau untuk menunjukan kerja (kreatif) seninya pada khalayak (Susanto, 2016). Salah satu aspek yang harus diperhatikan dalam penyelenggaraan pameran adalah publikasi. Publikasi adalah membuat bahan berita, atau serangkaian tindakan untuk mencatat acara yang berhubungan (baik yang menjadi program utama maupun pendukung) atau membuat bahan-bahan yang berhubungan dengan pameran tersebut (Susanto, 2016). Seiring berkembangnya teknologi, publikasi semakin mudah dilakukan, salah satunya menggunakan media sosial. Hampir setiap orang mempunyai media sosial. Media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi dan tempat untuk mendapatkan informasi dengan lebih mudah. Media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual (McGraw Hill's Dictionary, 2007).

PEMBAHASAN

Raven is Odd

Sejak dulu, manusia sebenarnya sudah menggunakan seni sebagai media untuk berkomunikasi. Eksistensi seni kontemporer di Indonesia berawal dari pameran patung. Saat ini, seni kontemporer khususnya seni instalasi memiliki ruang khusus di hati masyarakat, khususnya kaum milenial. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya pameran-pameran seni instalasi yang diadakan, baik di Jakarta maupun di luar Jakarta. Tidak sedikit juga pameran yang ada dibuat dengan tujuan sosial dan edukatif yang berkaitan dengan kesehatan mental. Berdasarkan data resmi dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, saat ini tingkat penderita kesehatan mental terus mengalami peningkatan. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan mental. Ironisnya, hal ini masih dianggap tabu oleh sebagian masyarakat Indonesia sendiri.

Raven is Odd adalah pagelaran seni kontemporer interaktif dengan mengangkat *mental health issue* atau isu kesehatan mental. Pameran seni ini mengusung tema kesehatan mental karena di Indonesia banyak yang masih menganggap hal tersebut tidaklah penting. Isu kesehatan mental ini justru dikemas menjadi sebuah karya yang dihadirkan dalam pameran ini. Pameran Raven is Odd digelar sejak 2 Agustus hingga 29 September 2019 di lantai 2, Mall Kuningan City, Jakarta Selatan, Indonesia. Ada 13 spot karya instalasi yang penuh dengan warna serta penataan instalasi yang *eye-catching*. Selain itu, tentunya instalasi-instalasi tersebut bisa dikategorikan sebagai tempat yang “Instagramable”.

Pengunjung juga akan mendapat dampingan untuk penjelasan mengenai makna dari tiap instalasi seni yang ditampilkan di Raven is Odd. Terdapat 13 instalasi seni yang masing-masing memiliki makna tersirat di dalamnya. Setiap pengunjung bebas menginterpretasikan makna yang ada dalam instalasi seni sesuai dengan analisis masing-masing. Petugas akan menjelaskan filosofi setiap instalasi untuk para pengunjung, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa pengunjung bebas mengekspresikan makna setiap spot sesuai dengan persepsi mereka sendiri. Untuk menjaga ketertiban, pihak pengelola menerapkan peraturan dilarang membawa makanan dan minuman, dilarang membawa tripod atau monopod, serta kamera profesional. Harga tiket untuk masuk ke instalasi seni di Raven is Odd adalah Rp100.000,00/orang di hari kerja dan Rp130.000,00/orang di akhir pekan.

Berdasarkan panduan, terdapat beberapa pilihan untuk menuju lokasi pameran. Jika pengunjung ingin menuju Mall Kuningan City menggunakan Transjakarta, pengunjung bisa turun di halte Satrio. Jarak halte Satrio ke Mall Kuningan City ialah kurang lebih 120 meter dan perlu waktu maksimal 5 menit berjalan kaki. Jika menggunakan Commuter Line atau Kereta Rel Listrik, bisa

turun di Stasiun Tebet dan melanjutkan perjalanan dengan jalan kaki atau bisa juga dengan ojek yang memakan waktu sekitar 8 menit.

Publikasi Pameran Raven Is Odd

Rachel Vennya sendiri merupakan seorang *influencer* atau Selebriti Instagram (*Selebgram*) dengan 6,5 juta pengikut di Instagram. Rachel Vennya berusaha memanfaatkan keuntungan tersebut untuk mempublikasikan pameran yang ia buat. Tak heran jika Rachel Vennya memiliki banyak sekali teman dengan profesi yang sama dan pengikut Instagram yang sama banyaknya. Keuntungan sebagai seorang *selebgram* salah satunya adalah dapat dengan mudah mempengaruhi para pengikut serta mendapat bantuan dari teman-temannya yang turut mempublikasikan pameran Raven is Odd sehingga banyak sekali pengguna Instagram yang merasa penasaran dengan acara tersebut.

Unsur-unsur publikasi, yaitu sumber publisitas (inisiator dan perencanaan), *message* atau pesan (informatif, persuasif, dan konstruktif), media (ruang publik dan media massa), ada pengelolaan atau manajemen kegiatan (aktivitas), ada *audience* (audiens), dan memiliki tujuan. Dalam melakukan strategi publikasi, tim memanfaatkan laman Instagram sebagai fokus publikasi pameran Raven is Odd ini. Publikasi Raven is Odd sebenarnya dimulai pada September 2015, tetapi setelahnya tidak ada kejelasan kapan dimulainya pameran ini, seperti mangkrak. Lalu, di 2019, pameran ini mulai menunjukkan keseriusannya, mulai dari promosi dan kampanye, tercantum tanggal, hingga tempat lokasi pameran berangsur-angsur dipublikasikan. Publikasi pameran ini dilakukan melalui berbagai media, utamanya seperti pada poster, Instagram, dan YouTube. Ditambah juga dengan media massa seperti televisi, koran, serta *broadcast* radio.

Selama 14 hari pertama, hanya terdapat 12 spot instalasi karena banyaknya peminat pameran tersebut. Lalu tim pameran Raven is Odd akhirnya menambahkan satu instalasi seni lagi di hari ke-15 yang membuat proses publikasi semakin kencang dan padat. Sajian programnya pun beragam. Pameran ini dapat diakses dengan gratis sepenuhnya dan disediakan kursi terbatas hanya untuk *side event* seperti *talkshow* dan *sharing session* dengan banyak narasumber yang membawakan topik yang berbeda-beda, tetapi tetap sejalan dengan tema pameran.

Strategi Publikasi

Publikasi utama Raven is Odd hanya berfokus pada pemanfaatan laman Instagram, dengan strategi sebagai berikut.

1. Publik Marketing

a. Publikasi secara umum

Mempublikasikan info mengenai waktu dan tempat penyelenggaraan pameran, acara-acara yang akan dihadirkan dan pelaksana pada platform yang telah ditentukan.

b. Laporan konten

Selain informasi general mengenai pameran, pastinya terdapat banyak program yang disuguhkan. Tim melaporkan konten atau program yang akan dilaksanakan serta hasil.

c. Pra-acara

Pastinya acara ini butuh dilirik oleh publik. Maka dari itu, tim membuat konten menarik di platform *Instagram* guna untuk menaikkan *engagement* dan *insight*. Konten menarik yang dimaksud seperti pemanfaatan fitur-fitur di *Instagram*, menjawab komentar serta membalas pertanyaan di *direct message*.

2. Pelaksanaan Strategi Publikasi

a. Aktif media sosial

Tidak hanya dengan aktif dalam publikasi mengenai informasi yang diperlukan, tetapi juga perlunya aktif dalam berhubungan baik dengan publik juga sangat diperlukan. Selalu mem-*follow up direct message* atau komentar dengan ramah adalah strategi yang dapat dilakukan.

b. Publikasi selain Instagram

Dalam pelaksanaan strategi, tim tidak hanya memanfaatkan laman *instagram* tapi juga memanfaatkan laman *youtube* dari Rachel Venny serta dimuat di beberapa artikel online serta diiklankan oleh salah satu stasiun televisi swasta.

c. Feeds program

Selalu *posting* program yang sudah terlaksana agar *feeds* konten tidak terlalu bertabrakan, seperti program *artist talk* dan *exhibition tour*.

Konten Media Sosial

Instagram merupakan platform yang menyediakan informasi secara keseluruhan dari pameran *Raven is Odd*. Konten yang disajikan pada laman *instagram* ini mulai dari pengenalan seniman, pengenalan program yang diadakan, beberapa foto karya, dan poster kegiatan. Banyaknya fitur di *Instagram* juga dimanfaatkan sebagai alat publikasi, seperti fitur *story* yang mampu bertahan selama 24 jam. Selain informatif, fitur ini sering digunakan dan dilihat oleh pengguna *Instagram*. Melalui *story* juga, tim publikasi melakukan interaksi melalui *quiz* ataupun *poll*. Informasi-informasi yang di unggah di *story* ini akan terarsip dan

kemudian diunggah kembali dalam bentuk *highlight*. Konten unggahan seperti yang disebutkan di atas, berisi poster kegiatan dan beberapa dokumentasi kegiatan.

PENUTUP

Kesimpulan

Raven is Odd oleh Rachel Vennya merupakan pameran yang diselenggarakan di Jakarta dengan mengangkat masalah di sekitar kita yang tak banyak dibahas, yaitu masalah kesehatan mental. Pameran ini memiliki berbagai cara dalam melakukan publikasi acara yang dilaksanakan, mulai dari publikasi *online* maupun *offline*. Dari publikasi yang telah dilakukan, pihak tim pameran Raven is Odd sukses mengajak pengunjung dengan jumlah yang cukup besar. Selain itu, Instagram yang digunakan sebagai media publikasi pameran ini juga bisa dikatakan sangat interaktif karena selalu membagikan program-program utama maupun pendukung yang ramai respons pengunjung.

Di era perkembangan teknologi, yang mana media sosial tidak dapat lepas dengan kehidupan sehari-hari untuk mencari informasi atau melakukan kegiatan lainnya. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media publikasi sangatlah efektif, terutama jika kebetulan masa pandemi seperti di beberapa waktu ke belakang selama awal 2020 sampai 2021. Setiap orang lebih mudah mengakses informasi di Instagram sehingga publikasi lebih mudah dan menjangkau banyak target audiens. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media publikasi juga harus dibarengi dengan memperhatikan strategi dalam membuat *caption* serta waktu saat pengunggahan konten. Pameran Raven is Odd ini terbilang sukses dalam publikasi melalui laman Instagram. Namun, sayangnya dari banyaknya media sosial, hanya laman Instagram yang digunakan. Kedepannya, mungkin bisa memanfaatkan laman lain seperti Tiktok, Twitter, YouTube, dan banyak media sosial lainnya. Raven is Odd menggunakan media sosial tak hanya untuk berbagi informasi saja, tetapi ada strategi serta pendekatan khusus yang digunakan dalam publikasi pada setiap media sosial. Pemanfaatan media sosial ini juga dibarengi dengan pemanfaatan *image* Rachel Vennya yang sudah banyak dikenal orang. Tak heran banyak pula *influencer* yang ikut meramaikan acara ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Halloweenation. 2013. Jawa Timur. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Hermanda, Atika dkk. 2019. *The Effect of Social Media Influencer on Brand Image, Self-Concept, and Purchase Intention*. Jawa Barat Institut Pertanian Bogor.
- Johan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Freepik.
- Nana Sudjana dan Ibrahim. 1989. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Bandung: Sinar Baru.
- Roland, Rachel Vennya. 2019. *Pameran "Raven is Odd" untuk Kesadaran Kesehatan Mental*. Jakarta: LSPR.
- Setiadi, Ahmad. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. Banten. AMIK BSI Karawang.
- Olga, Sandra. 2013. *Strategi Media Relations Ciputra World Surabaya dalam Special Event*.
- Puspitarani, Dinda Sekar & Nuraeni, Reni. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)". *Jurnal Common*. 3(1). 71-80.
- Rustian, Rafifi. 2012. *Apa Itu Sosial Media*. Pasundan: Universitas Pasundan.
- Sari, Puspita dan Indra Novianto Adibayu Pamungkas. 2020. *Komunikasi untuk Mengedukasi Mental Illness melalui Event*. Jawa Barat. Telkom University Bandung.
- Spears, R. A. 2007. *McGraw-Hill's Dictionary of American Idioms Dictionary*. McGraw-Hill ESL References.
- Susanto, Mikke. 2016. *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Takari, Muhammad. 2008. *Manajemen Seni*. Sumatera Utara: Studio Kultura
- Watie, Erika. 2011. *Komunikasi & Media Sosial*. THE MESSENGER. 3(1). 69-75.

PUBLIKASI MEDIA SOSIAL ARTJOG 2021

Kristiana Melan Dewanti - kristianamel15@gmail.com

Rafael Marius - rafaelmarius200301@gmail.com

Shafa Azzahra - shafaazzahra30@gmail.com

Gilary Fin Gemilar - gfgemilar@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial memiliki peran penting dalam publikasi dari suatu acara. ARTJOG sebagai perhelatan seni budaya yang tetap eksis dari tahun ke tahun juga memanfaatkan media sosial dalam publikasinya. Pada tahun 2021 ini, ARTJOG juga masih menggunakan media sosial. Melalui unggahan ARTJOG 2021 tersebut, maka dapat dirumuskan beragam upaya untuk menarik atensi publik, seperti susunan strategi, interaksi dengan publik, juga pedoman yang dipegang untuk mengelola publikasi daring ARTJOG pada setiap media sosial yang digunakan. Dengan menilik publikasi ARTJOG 2021 tersebut diharapkan dapat menambah wawasan terkait bagaimana pameran merespons teknologi untuk dimanfaatkan dalam promosi suatu acara.

Kata kunci: Publikasi, Media Sosial, ARTJOG.

ABSTRACT

Social media has an essential role in the publication of an event. ARTJOG, as an art and cultural event that continues to exist from year to year, also uses social media in its publication. In 2021, ARTJOG is also still using social media. Through the upload of ARTJOG 2021, various efforts can be formulated to attract the public's attention, such as the composition of strategies, interaction with the public, and guidelines held to process ARTJOG's online publications on every social media they use. By looking at the publication of ARTJOG 2021, we hoped that it could add insight regarding how the exhibition responds to technology to be used in the promotion of an event.

Keywords: publication, social media, ARTJOG.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menanggapi kemutakhiran teknologi, publikasi dalam membangun pengetahuan publik terhadap satu peristiwa semakin beralih ke dalam ruang virtual. Melalui media sosial, batasan batasan semakin diperkeruh dan membuka peluang menjangkau audiens terluas. Dalam menciptakan daya tarik publik terhadap suatu pameran, kepaiwaan merencanakan publikasi digital menjadi penting dalam suksesnya suatu kegiatan.

Publikasi merupakan bagian terpenting dari jalannya sebuah acara. Publikasi dapat dijadikan tolok ukur kesuksesan dari suatu acara. Mikke Susanto (2016) dalam bukunya *Menimbang Ruang Menata Rupa* menyebutkan bahwa publikasi adalah membuat bahan berita, atau serangkaian tindakan untuk mencatat acara yang berhubungan (baik yang menjadi program utama maupun pendukung) atau membuat bahan-bahan yang berhubungan dengan pameran tersebut. Publikasi secara daring dengan memanfaatkan media sosial yang ada menjadi pilihan bagi ARTJOG untuk tetap mempertahankan eksistensinya di tengah kalangan masyarakat seni khususnya di Yogyakarta. Media sosial sendiri merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Hal ini relevan dengan keadaan yang ada saat ini khususnya dengan pelaksanaan publikasi ARTJOG yang mana pengujung dan pelaksana acara ini hanya dapat berinteraksi melalui media sosial secara virtual. Media sosial juga memudahkan segala kegiatan karena dapat dikatakan bahwa di zaman modern ini, hampir seluruh masyarakat menggunakan gawai pintar yang memiliki akses internet. Kehadiran internet memunculkan

inovasi baru, yaitu kegiatan yang dilaksanakan secara daring dan salah satunya adalah pameran virtual. Pameran sendiri merupakan alat saji pertanggungjawaban bagi perupa (maupun kurator) sesuai melakukan atau menunjukkan kerja (kreatif) seninya pada khalayak (Susanto, 2016: 34).

ARTJOG 2021 merupakan festival seni tahunan yang berada dibawah naungan Yayasan Hita Pranajiwa Mandaya yang merupakan salah satu agenda pameran yang tiap tahunnya dikunjungi ribuan pengunjung. Seperti pada tahun 2019, jumlah pengunjung ARTJOG bisa mencapai 2.500 hingga 3.000 orang per hari. Pada tahun 2021 ini ARTJOG diselenggarakan secara *online*, dibuka secara resmi pada tanggal 8 Juli hingga 31 Agustus 2021. Pada Tahun 2021 ini ARTJOG mengangkat tema "ARTJOG MMXXI: *Arts in Common - Time (to) Wonder*". ARTJOG hadir sebagai sebuah wadah berkesenian bagi seniman. ARTJOG 2021 ini dilaksanakan secara *online* yang dapat dikunjungi melalui *website* resmi ARTJOG.id.

Dengan diadakannya ARTJOG secara daring, publikasi yang dilakukan juga tentu memiliki perbedaan. Publikasi ARTJOG 2021 difokuskan pada media sosial karena pada pelaksanaannya dilakukan pada saat PPKM darurat sehingga semua kegiatan acara ARTJOG 2021 dilaksanakan melalui media dalam jaringan. Pendekatan yang dilakukan ARTJOG dalam merangkai publikasi pada tahun 2021 ialah dengan melakukan pendekatan pada penikmat seni dalam menyampaikan informasi kegiatan, yaitu dengan rajin mem-*posting* konten menuju hari pelaksanaan ARTJOG. Tahun ini juga terdapat beberapa konten baru yang cukup menarik, seperti bincang kurator via Zoom, konten "*Trivia Tuesday*" yang berisi fakta - fakta menarik dari ARTJOG, dan film dokumenter ARTJOG. Selain itu, tim kami merasa masih kurangnya riset yang membahas mengenai publikasi ARTJOG menjadi salah satu alasan mengapa kami memilih topik tersebut untuk dilakukan riset.

Rumusan Masalah

Dengan latar belakang tersebut, rumusan masalah riset ini adalah "Bagaimana strategi publikasi media sosial ART JOG 2021 dalam situasi pandemi?"

Tinjauan Pustaka

Jurnal pertama yang digunakan sebagai tinjauan pustaka dalam riset ini, yaitu jurnal yang berjudul "Komunikasi dan Media Sosial" oleh Errika Dwi Setya Watie yang dimuat dalam *Jurnal The Messenger, Vol.3, No.1* yang diterbitkan pada Juli 2011. Jurnal ini membahas tentang komunikasi untuk menunjukkan atau

menyampaikan sebuah info kepada orang lain, media sosial sebagai media baru yang berfungsi sebagai pengendali keluarnya info, dan pembahasan mengenai dunia virtual.

Jurnal yang kedua, yaitu jurnal dengan judul "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi" yang ditulis oleh Dinda Sekar Puspitarani dan Reni Nuraeni dan diterbitkan dalam *Jurnal Common, Vol.3, No.1*, pada Juni 2019. Jurnal ini berisi riset mengenai bagaimana cara menarik perhatian publik dengan media sosial dan strategi publikasi melalui media sosial.

Landasan Teori

- Publikasi

Publikasi adalah membuat bahan berita atau serangkaian tindakan untuk mencatat cara yang berhubungan (baik yang menjadi program utama maupun pendukung) atau membuat bahan-bahan yang berhubungan dengan pemeran tersebut (Susanto, 2016: 136).

- Media Sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. (Nasrullah, 2015).

Metodologi Riset

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik penulisan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan mendeskripsikan studi kasus secara deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara narasumber serta memanfaatkan *website* resmi dan buku literatur yang relevan (Ratna, 2009: 46). Sumber-sumber penelitian diperoleh dengan mengumpulkan data melalui studi literatur seperti jurnal, artikel yang relevan, observasi langsung dengan mengamati, mempelajari lebih lanjut *website* resmi dan akun media sosial dari ARTJOG 2021, dan wawancara langsung dengan narasumber yang terlibat langsung dalam pameran ARTJOG 2021, yaitu Direktur dari ARTJOG 2021, Bapak Heri Pamad dan Kandida Rani Nyaribunyi selaku tim publikasi dari ARTJOG 2021.

PEMBAHASAN

Publikasi ARTJOG 2021

ARTJOG merupakan pameran seni kontemporer yang diadakan secara tahunan di kota Yogyakarta dan biasanya berlangsung selama satu bulan penuh

dalam kisaran periode bulan Mei, Juni, atau Juli pada setiap tahunnya. Pada mulanya, lokasi digelarnya festival dan pameran ARTJOG adalah di Taman Budaya Yogyakarta (TBY) hingga tahun 2015. Kemudian sejak tahun 2016 hingga tahun 2019, dilaksanakan di Jogja Nasional Museum (JNM). ARTJOG yang pertama diadakan pada tahun 2008 di Taman Budaya Yogyakarta (TBY) dengan mengusung nama “Jogja Art Fair” yang merupakan rangkaian acara Festival Kesenian Yogyakarta XX (FKY). Kemudian pada tahun 2009, ARTJOG memisahkan diri dan tidak lagi menjadi bagian dari acara Festival Kesenian Yogyakarta hingga pada tahun 2010 resmi mengubah namanya menjadi ARTJOG. Saat ini ARTJOG diselenggarakan oleh Heri Peadar Manajemen yang berbasis di Yogyakarta.

ARTJOG juga dianggap sebagai barometer seni kontemporer di Indonesia yang selalu menghadirkan seniman dari berbagai macam kalangan, dari dalam negeri hingga luar negeri. Fokus dari pameran ARTJOG adalah karya seni dua dimensi, tiga dimensi, seni instalasi, dan seni pertunjukan. Pada tahun 2021 ini, ARTJOG mengusung tema “*Arts in Common*” dengan sub-tema tahun ini “*Time to Wonder*” yang menggunakan waktu sebagai konsep kunci dari pameran ARTJOG 2021.

Pelaksanaan dari pameran ARTJOG 2021 diadakan secara daring dengan memanfaatkan teknologi dan sosial media yang ada. Dilaksanakannya pameran ARTJOG secara daring karena pada hari pelaksanaannya bertepatan dengan keputusan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) sehingga terpaksa seluruh acara dari ARTJOG dialihkan menjadi daring. Namun, khusus untuk beberapa tamu undangan diberikan akses berkunjung ke galeri untuk mengapresiasi karya seni secara luring.

Dilaksanakannya ARTJOG 2021 secara daring ini memberikan perubahan yang cukup signifikan. Dapat dilihat dari publikasi yang dilakukan oleh tim publikasi ARTJOG yang lebih rajin dan lebih padat untuk memberikan info-info mengenai pelaksanaan ARTJOG 2021. Platform yang digunakan oleh tim publikasi untuk mempublikasikan seluruh kegiatan mulai dari pra-acara hingga acara selesai antara lain dengan Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan *website* resmi dari ARTJOG. Pemilihan penggunaan lima media sosial utama tersebut adalah mempertimbangkan audiens dari masing-masing platform, seperti Instagram dan Twitter didominasi oleh remaja dan anak muda, sedangkan untuk Facebook didominasi oleh pengguna berusia lanjut.

ARTJOG memiliki strategi sendiri untuk tetap mempertahankan eksistensinya, yaitu dengan memfokuskan promosi dan publikasi secara *online* karena mengingat ketertarikan anak muda pada seni belakangan ini sedang tinggi-tingginya. ARTJOG juga memiliki strategi publikasi, yaitu dengan memberitahukan bulan dilaksanakannya ARTJOG berikutnya pada penutupan

ARTJOG sebelumnya. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memberikan perhatian kepada pengunjung setia ARTJOG agar tetap bersama ARTJOG. Publikasi juga sudah dilakukan kurang lebih 5 bulan sebelum pelaksanaan acara. Biasanya pada bulan-bulan Februari atau Maret sudah diunggah publikasi dengan isi konten berupa penyampaian tema, nama-nama seniman yang terlibat, dan tempat akan dilaksanakannya ARTJOG.

Keunikan lain dari ARTJOG adalah tidak menggunakan iklan fisik berupa baliho, poster, spanduk, dan lain-lain. Iklan fisik dianggap sebagai sampah dan tidak bermanfaat di kemudian hari. Jadi, tim publikasi ARTJOG lebih memilih memanfaatkan media sebagai media iklan, promosi, dan publikasi dari pelaksanaan ARTJOG.

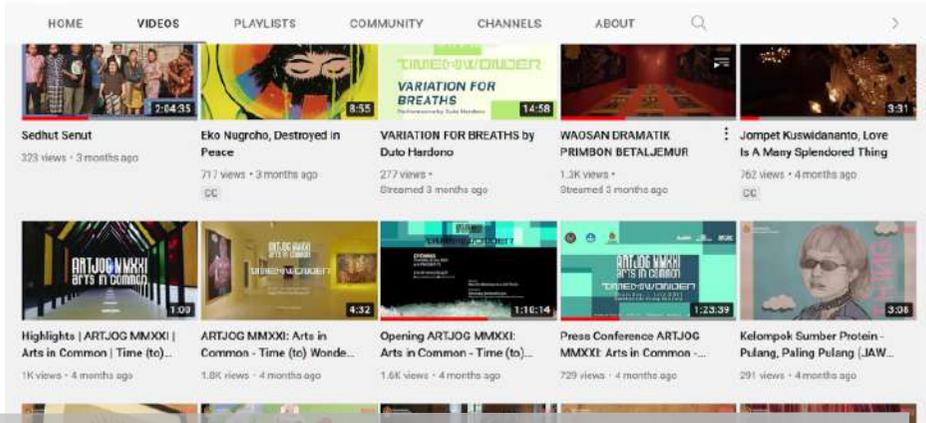
Konten Media Sosial ARTJOG 2021

a. YouTube

YouTube merupakan kanal media sosial berbasis video, ARTJOG memanfaatkan YouTube untuk mengunggah konten dalam format video dengan variasi durasi. Jenis video yang diunggah dapat berupa rekaman, siaran langsung, maupun dokumentasi. Keberadaan YouTube berfungsi menopang media sosial ARTJOG lainnya serta situsnya untuk menyimpan konten video dalam durasi panjang sehingga YouTube adalah media sosial paling tepat.

Beberapa konten yang ada dalam YouTube dapat dibagi menjadi beberapa jenis video antara lain:

- Video berupa *highlight* karya umumnya berdurasi singkat dibawah 5 menit berfokus pada muatan dari karya seni rupa serta seniman yang tampil dalam ARTJOG 2021. Balurannya dinarasikan oleh seniman dengan visual yang merekam karya didalam ruang pameran.
- Video *Exhibition Tour* merupakan tour daring terbimbing dalam bentuk video yang dibahas oleh representatif dari ARTJOG. Ada 3 video *Exhibition Tour* ARTJOG 2021, dibimbing oleh Bambang Toko Witjaksono, Ignatia Nilu, serta Agung Hujatnikajenong. Tampilan visual dengan figur yang membawa narasi dari tur, mengangkat wacana yang diangkat dalam ARTJOG 2021.
- *Meet The Artist* merupakan konten video yang sifatnya seperti dialog antara moderator dengan seniman membahas karyanya yang ditampilkan dalam ARTJOG. Terdapat 3 video yang memiliki tajuk *Meet The Artist* bersama Jompot Kuswidananto, Nadiah Bamadhaj, dan Agung Kurniawan bersama Sirin Farid Stevy. Masing-masing berdurasi sekitar kurang lebih 90 menit.
- Video *Daily Performance*, Merupakan konten video yang mengunggah seni pertunjukan yang menjadi bagian ARTJOG 2021.



Gambar 1: Channel YouTube ARTJOG
Sumber: Dokumentasi Pribadi

b. Facebook

Facebook menjadi platform yang menyediakan informasi umum dari publikasi ARTJOG, menyesuaikan dengan publik yang ada di Facebook. Keunikan dari platform tidak dieksplorasi sehingga konten yang tersedia berupa unggahan program yang akan diadakan, unggahan dokumentasi kegiatan, serta unggahan dokumentasi kunjungan. Walaupun bisa mengunggah status saja tanpa materi visual pendamping, konten Facebook serupa dengan konten media sosial Instagram dan Twitter.



Gambar 1-2. Unggahan Dokumentasi Acara dan Kunjungan di Facebook ARTJOG.
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3. Unggahan Dokumentasi Acara dan Kunjungan di Facebook ARTJOG.
Sumber: Dokumentasi Pribadi

c. Twitter

Disamping 3 jenis konten yang sama dengan unggahan Facebook, linimasa Twitter yang utamanya diusung oleh fitur tweet dan berfokus pada kata-kata menjadikan publikasi Twitter tak hanya gambar beserta caption namun juga terbatas berbasis teks.

- Utas atau thread berupa rangkaian dari reply yang saling terhubung secara kronologis dan dibaca dalam cuitan-cuitan berantai vertikal karena twitter memiliki batasan karakter, tiap-tiap tweet dihubungkan secara berulang sehingga aktivitas membaca disesuaikan dengan scroll lini masa.
- Respon berupa reply yang diberikan oleh ARTJOG dan tweet akun lain mampu tampil di linimasa sehingga menampilkan interaksi ARTJOG terhadap publik.
- Penggunaan retweet atau tweet kembali dari akun lain untuk memberikan respon di atasnya membangun jejaring tweet antar akun. Terlebih ini membuka kesempatan ARTJOG untuk merespon media massa maupun publik dan dengan treatment Twitter yang lebih informal kerap ditemukan emoji sebagai respon sebagai ekspresi menggunakan visual daripada verbal saja.

d. Instagram

Pemanfaatan fitur-fitur yang dimiliki oleh Instagram mempengaruhi bentuk konten yang terdapat pada media sosial, seperti pada:

- Konten *story* yang mampu mengudara selama 24 jam, selain informatif juga bisa bersifat interaktif dengan adanya *quiz* ataupun *polling*. Kebanyakan *story* akan terarsip dan beberapa diunggah ulang dalam bentuk *highlight*.
- Konten unggahan *post* yang bertepatan dengan momen-momen tertentu, seperti ucapan dengan menyesuaikan karya seni yang ditampilkan di ARTJOG ataupun ucapan belasan kawa.



Gambar 6. Ucapan Hari Raya Melalui Unggahan di Instagram ARTJOG.
Sumber: *Instagram.com*

Strategi Publikasi ARTJOG 2021

Dalam melaksanakan strategi publikasi, Tim Publikasi memanfaatkan laman Instagram, Twitter, dan Facebook. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan seperti *public marketing*, pelaksanaan strategi, serta kendala dan solusinya. Berikut penjelasannya.

1. *Public Marketing*

- Publikasi umum

Mempublikasikan info mengenai waktu dan tempat penyelenggaraan pameran yang akan dilaksanakan pada platform yang telah ditentukan.

- *Report* Konten

Selain informasi general mengenai pameran, terdapat banyak program yang disuguhkan, masing-masing *platform* tersebut tim melaporkan konten atau program yang akan dilaksanakan.

- Pra-acara

Acara ini butuh dilirik oleh publik. Tim membuat konten *gimmick* pada masing masing platform untuk menaikkan *engagement* dan *insight*. *Gimmick* yang dimaksud seperti pemanfaatan fitur tanya jawab di instagram, menjawab komen di twitter dengan bahasa yang *friendly*, untuk dilaman facebook tim hanya memposting informasi general dan report program saja.

2. *Pelaksanaan Strategi Publikasi*

- Aktif Media Sosial

Tidak hanya dengan aktif dalam publikasi mengenai informasi yang diperlukan, tetapi aktif dalam berhubungan baik dengan publik juga sangat diperlukan. Dalam hal ini, panitia harus selalu membalas *direct message* atau komen dengan ramah.

- Publikasi Selain Media Sosial

Dalam melaksanakan strateginya, tim tidak hanya memanfaatkan laman media sosial tetapi juga memanfaatkan koran dan radio. Beberapa media koran dan radio yang bekerja sama adalah Kedaulatan Rakyat, Koran Bernas, I-Radio Jogja, Swaragama, Jogja Family FM, Radio Q, dan Geronimo. Informasi yang disajikan merupakan informasi general seperti waktu dan tempat pelaksanaan acara.

- Feeds Program

Selalu posting program yang sudah terlaksana agar feeds konten tidak terlalu bertabrakan, seperti program *Artist Talk* dan *Exhibition Tour*.

- Media Partner dan Sponsorship

Bekerja sama dengan berbagai media partner mulai dari ruang seni seperti Tumurun Museum dan Semarang Gallery, media informasi seperti Detikcom dan Metro TV, berbagai media partner koran dan radio, berbagai hotel sebagai contoh Royal Ambarukmo dan PORTA. Agenda ini juga dibantu oleh Kementerian Pariwisata serta Pendidikan dan juga Dinas Kebudayaan. Selain itu acara ini juga mendapat sponsor dari Djarum Foundation, Indihome, Pegadaian, Bank Mandiri, PT Sri Rejeki Isman Tbk, dan lain sebagainya.

- Trivia Tuesday

Program setiap hari selasa yang berisi fakta - fakta mengenai apa yang terjadi di ART JOG, selain itu ada karya seniman dan informasi lain yang perlu disampaikan.



Gambar 7. konten Trivia Tuesday di Instagram ARTJOG. Sumber: dokumentasi penulis.

3. Kendala dan Solusi

- Insight Menurun

Tidak semua konten yang disuguhkan mendapat *feedback* dan *insight* yang diinginkan, dengan kendala ini maka tim akan mengevaluasi kembali kekurangan dari konten tersebut dan memanfaatkan fitur iklan berbayar di tiap platform media sosial.

- Pergantian Acara

Dengan adanya PPKM yang terjadi pastinya acara yang awalnya direncanakan offline berubah menjadi *online*, dan tidak sedikit pula publik yang merasa kecewa akan hal ini, oleh karena itu tim merangkul publik yang sudah mengenal ARTJOG atau bahkan sudah menantikan acara ini dengan menjawab rasa kekecewaan mereka dengan ramah dan berusaha memberi pengertian untuk memelihara publik serta membuat program menarik untuk mengatasi rasa kekecewaan mereka.

A. PENDEKATAN ARTJOG DALAM MERANGKAI PUBLIKASI

Dalam melaksanakan publikasi media sosial, terdapat tim dengan jumlah tiga orang yang mengelola serta memilih konten untuk diunggah di media sosial. Dimana masing-masing orang tersebut memegang satu akun dan memiliki satu tugas yang berkaitan dengan perencanaan konten. Pembagian tugas tersebut terbagi seperti berikut :

1. Admin Twitter & Penanggung Jawab Caption : Kandida Nyari Bunyi
2. Admin Instagram & Penanggung Jawab Foto : Hamid Ilham
3. Admin Facebook-YouTube & Penanggung Jawab Video : Nurhadi Bangkit

Dengan adanya berbagai macam platform media sosial yang digunakan, maka cara pendekatannya pun akan berbeda, berikut cara dari masing- masing platform :

1. Instagram
 - Konten publikasi pada instagram lebih mengedepankan aspek visual yang menarik.
 - Membangun interaksi dengan pengikut melalui platform tanya jawab yang terdapat pada Instagram Story, membalas komentar pada postingan dan membalas *Direct Message*.
2. Twitter
 - Konten publikasi pada twitter lebih mengedepankan caption, seperti memberi hastag di setiap caption postingan agar konten yang diberikan dapat dicari melalui hastag.
 - Membangun interaksi dengan pengikut dengan mencari pada kolom pencarian, kemudian membalas cuitan yang berkaitan dengan ARTJOG
 - Bahasa yang digunakan di twitter lebih santai seperti berinteraksi dengan teman.
3. Facebook dan YouTube
 - Konten publikasi pada facebook & YouTube lebih berfokus pada apa yang diposting seperti informasi general dan berbagai program yang akan dilaksanakan.
 - Facebook terkadang menggunakan bahasa Inggris untuk berinteraksi karena banyak pengikut dari luar negeri
 - YouTube digunakan untuk mengunggah konten video panjang yang tidak bisa diunggah di platform sosial media twitter, facebook, atau instagram. Berisi rekaman, live, serta hasil rekam dokumentasi acara.

PENUTUP

Kesimpulan

Pada era saat ini, media sosial sangat lekat dengan kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan media sosial sebagai suatu media publikasi lebih efektif, terutama saat pandemi seperti di tahun 2021 ini. ARTJOG menggunakan media sosial tidak hanya sebagai media untuk memberikan informasi saja namun adanya strategi-strategi serta pendekatan khusus di tiap media sosial yang digunakan. Pemilihan konten serta *caption* juga menjadi hal penting dalam melakukan kegiatan publikasi di media sosial. Untuk mengelola pengikut yang ada di media sosialnya, ARTJOG juga rajin melakukan interaksi dengan para pengikut.

Daftar Pustaka

Buku dan Jurnal

- Banyumurti, Indriyatno. 2018. *Media Sosial*. Banyumurti.net
- Puspitarani, Dinda Sekar & Nuraeni, Reni. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)". *Jurnal Common*. 3(1). 71-80.
- Raharjo, R. 2015. "Media Relations di Media Massa (Analisis Deskriptif Kualitatif Terhadap Watie, Erika. 2011)". *Komunikasi & Media Sosial. THE MESSENGER*. 3(1). 69-75.
- Setiadi, Ahmad. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. Banten. AMIK BSI Karawang.
- Susanto, Mike. 2016. *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory
- Takari, Muhammad. 2008. *Manajemen Seni*. Sumatera Utara : Studio Kultura.
- Marionsyah, La. 2015. "Social Media Marketing Antecedents and Consequences". *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No.3*, Desember 2015: 187-196.
- Katherine Bruhn. 2016. *ART JOG AND INDONESIA'S NEW ART PUBLIC*. California. University of California Berkeley.
- Muna, Cut Nailil. 2020. "Integrated Marketing Communication pada Heri Pamad Management Studi Kasus International ARTJOG MMXIX". *Jurnal Tata Kelola Seni Vol.6. No. 1*, Juni 2020.
- Watie, Erika. 2011. *Komunikasi & Media Sosial. THE MESSENGER*. 3(1). 69-75

Website

ARTJOG.id. "ARTJOG". 2021. <ARTJOG.id>. [diakses pada 7 Oktober 2021].

Suara jogja id. "ARTJOG Digelar di Tengah Pandemi, Jumlah Pengunjung Dibatasi". 25 Agustus 2020. <<https://jogja.suara.com/read/2020/08/25/174106/ARTJOG-digelar-di-tengah-pandemi-jumlah-pengunjung-dibatasi>>. [Diakses pada 6 Oktober 2021].

goethe.de. "ARTJOG: DARI JOGJA UNTUK ARTWORLD". Agustus 2017. <https://www.goethe.de/ins/id/id/m/kul/mag/21031617.html>. [Diakses pada 6 oktober 2021].

Kemenparekraf.go.id. "ARTJOG 2021: Semangat Para Seniman yang Tak Pernah Padam di Tengah Pandemi". 6 Agustus 2021. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/ARTJOG-2021:Semangat-Para-Seniman-yang-Tak-Pernah-Padam-di-Tengah-Pandemi>. [Diakses pada 7 Oktober 2021].

Resilience.artjog.co.id. "ARTJOG". 2020. <https://resilience.artjog.co.id/about-us/>. [Diakses pada 7 Oktober 2021]

Jogja.idntimes.com. "ARTJOG Hadir Kembali Mulai 8 Juli 2021, 41 Seniman Bergabung". 1 Juli 2021. <https://www.google.com/amp/s/jogja.idntimes.com/news/jogja/amp/siti-umayah/artjog-hadir-kembali-mulai-8-juli-2021-41-seniman-bergabung>. [Diakses pada 10 Oktober 2021]

Wawancara Narasumber

Kandida Rani Nyaribunyi (Publikasi ARTJOG 2021)

Heri Pemas (Pendiri & Direktur Artistik ARTJOG 2021).

PUBLIKASI BIENNALE JOGJA XVI 2021

Tanaya Aly' Amara G. - tanayamaraghazy@gmail.com

Edesius Yudhistira T. - yudaedesius@gmail.com

Sinta Nuraini - sintanuraini1030@gmail.com

Bertha A. Akeyla - berthaakeyla@gmail.com

ABSTRAK

Yayasan Biennale Jogja adalah yayasan non profit yang bergerak di bidang seni budaya sebagai upaya dalam menjaga keberlangsungan perhelatan Biennale Jogja secara berkala. Latar penelitian ini adalah Pameran Biennale Jogja XVI 2021 dengan tema “Indonesia with Oceania”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis praktik publikasi yang telah dilakukan. Metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan menggunakan acuan kerangka teori publikasi yang terdiri dari adanya sumber publisitas, pesan, media, aktivitas, audiens, dan mempunyai tujuan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga metode yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Temuan-temuan fenomena yang terjadi di lapangan sudah mengaplikasikan aspek publikasi sesuai teori. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa publikasi yang dilakukan oleh pihak Biennale Jogja XVI 2021 menggunakan berbagai media. Penyebaran informasi dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Interaksi dua arah terjadi antara pihak admin media sosial Biennale dengan audiens. Publikasi dilakukan dengan berbagai strategi dan langkah-langkah yang sudah disiapkan dengan matang.

Kata kunci: Biennale Jogja XVI 2021, Publikasi, Media Sosial, Pameran Seni Rupa Kontemporer.

ABSTRACT

Yogyakarta Biennale Foundation is a non profit foundation engaged in the arts and culture as an effort to maintain the continuity of Biennale Jogja Exhibitions. The object of this research is the exhibition of Biennale Jogja XVI 2021 with theme "Indonesia with Oceania". The purpose of this study is to identify and analyze the application of publication practices. The research methods uses descriptive qualitative using publication theory which consist of source of publicity, message, media, activity, audiens, and have a purpose. The data collections technique was carried out using three methods, such as observation, interview, and documentation. The findings of phenomena that occur in the field include applying aspects of publication according to the theory. The result of the study concluded that publication by the Biennale Jogja XVI 2021 team using a lot of media. Information is carried out directly and indirectly. Two-way interaction occurs between the admin of Biennale social media and the audiens. Publication done by various strategies and steps that have been carefully prepared.

Keywords: Biennale Jogja XVI 2021, Publication, Social Media, Contemporary Art Exhibition.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seni budaya di Indonesia, khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I.Y) saat ini berkembang sangat pesat. Perhelatan acara seni budaya memiliki cakupan yang luas. Instansi pemerintah maupun swasta banyak yang menyelenggarakan acara seni budaya. Di antaranya adalah perhelatan yang rutin diselenggarakan seperti ARTJOG, Pesta Boneka, Festival Film Dokumenter, Ngayogjazz, dan Biennale Jogja. Salah satu dari peristiwa penyelenggaraan *event* tersebut yaitu Biennale Jogja yang menjadi latar penelitian ini.

Pada saat ini, konteks perhelatan acara seni budaya yang dirujuk memiliki cakupan yang lebih luas dan seringkali dibentuk sebagai acara festival. Seniman sebagai subjek pelaku seni dan karya seni sebagai objek yang dihasilkan membutuhkan suatu ajang pameran sebagai bentuk dari presentasi karya. Diperlukan juga untuk melihat kebutuhan dari berbagai jenis-jenis pameran yang memiliki beberapa aspek diantaranya mengenai Tipe Pameran, Karakter Pameran, Tempo Pameran, dan Struktur Lokasi yang nantinya akan berkaitan dengan strategi manajemen, pengaturan Sumber Daya Manusia, dan sumber daya lainnya. (Susanto, 2004). Keperluan dalam rangka mempublikasikan acara tersebut menjadi hal yang dibutuhkan agar sebuah pameran berhasil.

Biennale merupakan salah satu acara yang ditunggu-tunggu oleh banyak kalangan. Publikasi dilakukan tidak hanya mengunggah konteks yang ada di dalam Biennale, tetapi juga mengangkat respon masyarakat terhadap Biennale, terutama orang-orang yang berpengaruh besar terhadap suatu bidang tertentu. Orang-orang tersebut secara langsung datang untuk melihat Biennale Jogja XVI 2021.

Sebagai salah satu bagian dari proses pameran, publikasi termasuk divisi penting karena berfungsi mengajak masyarakat untuk melihat dan menanggapi hal-hal yang terdapat pada sebuah pameran. Penelitian ini dilaksanakan karena Biennale Jogja masih berlangsung sampai pertengahan bulan November sehingga perkembangannya masih dapat diikuti. Publikasi Biennale kali ini berbeda dari tahun sebelumnya karena Biennale tahun ini diadakan dengan sistem *hybrid*.

Penelitian ini perlu dilakukan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai publikasi yang dipraktikkan oleh tim Komunikasi Publik Biennale Jogja XVI 2021. Mengingat sebelumnya belum ada riset mengenai publikasi Biennale. Untuk itu, diharapkan terdapat peneliti-peneliti lanjutan agar penelitian mengenai publikasi Biennale menjadi berkelanjutan.

Rumusan Masalah

Apa saja langkah-langkah publikasi yang dilakukan Biennale Jogja XVI 2021?

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui apa saja langkah-langkah publikasi yang dilakukan Biennale Jogja XVI 2021.
2. Untuk hasil observasi di lapangan dengan landasan teori yang bertujuan untuk mendapatkan hasil berdasarkan pada komparasi antara teori dengan realitas yang ada di lapangan.

Metode Penelitian

Penelitian dengan judul “Publikasi Biennale Jogja XVI 2021” ini merupakan penelitian mengenai ranah pengelolaan publikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut atau perspektif partisipan dengan menggunakan latar alamiah, dimaksudkan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Dezin & Lincoln, 1994). Kemudian untuk menambahkan pemahaman yang khusus

diperlukan pendeskripsian suatu gejala, peristiwa, serta kejadian yang terjadi sekarang. (Sujana & Ibrahim, 1989).

Metode Penelitian kualitatif deskriptif memiliki ciri-ciri, di antaranya adalah (1) mampu menggambarkan proses dari waktu ke waktu dalam situasi yang alami tanpa rekayasa peneliti, (2) memungkinkan pendokumentasian sistematis tentang pelaksanaan program, (3) memungkinkan untuk pendeskripsian perilaku manusia dalam konteks natural, yaitu konteks kebulatan menyeluruh.

Teknik Pengumpulan Data:

1. Observasi proses publikasi di Jogja National Museum (JNM), media massa, dan media sosial Biennale Jogja 2021.
2. Dokumentasi di Jogja National Museum (JNM) dan Taman Budaya Yogyakarta (TBY).
3. Wawancara dengan Huhum Hambilly, Koordinator Komunikasi Publik Biennale Jogja 2021 pada 12 November 2021, pukul 17:14 WIB.

Tinjauan Pustaka

Teori-teori publikasi digunakan sebagai kerangka acuan untuk melihat implementasi praktik di lapangan. Sumber pustaka yang digunakan adalah buku-buku, jurnal, serta penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan publikasi. Pada Skripsi Ladyja Triana Dewi berjudul “Manajemen Sumber Daya Manusia pada Pameran Biennale Jogja XV Equator #5” tahun 2021 menyebutkan bahwa Biennale Jogja XV Equator #5 telah dilakukan proses Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) pada proses analisis dan deskripsi pekerjaan yang dilakukan dengan melihat kebutuhan pameran. Adapun spesifikasi pekerjaan terkait kualifikasi SDM secara garis besar masih mengandalkan portofolio dan pengalaman kerja serta relasi. Perencanaan pengadaan SDM dilakukan dengan perekrutan internal dan eksternal. Metode perekrutan secara internal dilakukan untuk mengisi posisi pekerjaan inti seperti kurator dan koordinator divisi. Adapun metode perekrutan eksternal menggunakan panggilan terbuka yang merupakan upaya Biennale Jogja dalam memperhatikan regenerasi SDM. SDM yang direkrut secara eksternal memiliki kemungkinan untuk direkrut kembali secara internal pada penyelenggaraan berikutnya dengan melihat kinerja sebelumnya.

Karakter pengolahan seni dalam satu tempat dengan yang lain sangat dimungkinkan adanya perbedaan sehingga dalam merumuskan praktek manajemennya tidak hanya mengadopsi teori atau sistem di tempat lain, tetapi juga memerlukan adaptasi di berbagai bidang. Pameran Biennale Jogja XV Equator #5 memerlukan metode evaluasi praktik Manajemen SDM yang tepat dengan merujuk

pada hasil evaluasi dan menimbang karakteristik Yayasan sesuai visi misi, serta untuk membentuk efektivitas kebijakan praktik Manajemen SDM yang berdaya dengan lingkungan kerja. (Dewi, 2021).

Tinjauan pustaka lainnya adalah skripsi Herman Setyawan berjudul “*Strategi Publikasi Arsip kepada Masyarakat melalui Naskah Sumber Arsip: Studi pada Arsip Universitas Gadjah Mada*” tahun 2018 menyebutkan bahwa salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam rangka publikasi khazanah kearsipan adalah dengan penerbitan naskah sumber. Hingga saat ini, masih banyak tema-tema menarik yang dapat disusun menjadi naskah sumber arsip. Oleh karena itu, arsiparis hendaknya mengembangkan potensinya untuk tidak sekadar menata arsip, tetapi juga melayani publik melalui penerbitan naskah sumber arsip. Arsip Universitas mengemban tugas penting, yaitu selain mengakuisisi, mengolah, dan merawat arsip, hendaknya mampu menyajikan khazanah arsipnya. Dengan adanya hal ini, peran publikasi sangat penting agar dapat berdaya guna bagi masyarakat.

Landasan teori

Publikasi adalah membuat bahan berita, atau serangkaian tindakan untuk mencatat acara yang berhubungan (baik yang menjadi program utama maupun pendukung) atau membuat bahan-bahan yang berhubungan dengan pameran tersebut (Susanto, 2016). Dengan berkembangnya teknologi, proses publikasi semakin mudah dilakukan. Salah satunya yaitu penggunaan media sosial yang tidak dapat dipungkiri. Hampir semua orang dari berbagai kalangan memiliki media sosial sebagai media untuk mendapatkan informasi dan untuk berkomunikasi. Media Sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. (Rafi, 2012).

Kegiatan promosi merupakan suatu kegiatan yang menunjang proses publikasi. Hal ini dibuktikan dengan pendapat Kotler dan Keller yang mengungkapkan bahwa bauran pemasaran tidak hanya mencakup 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Di mana promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

Unsur-unsur Publikasi:

1. Adanya sumber publisitas: inisiator, perencanaan, dan penggagas sebagai sumber informasi.
2. Adanya *message* (pesan): bersifat informatif, persuasif, dan konstruktif.
3. Adanya media: ruang publik, gedung, tempat umum, ruang media massa.
4. Ada manajemen kegiatan (aktivitas).

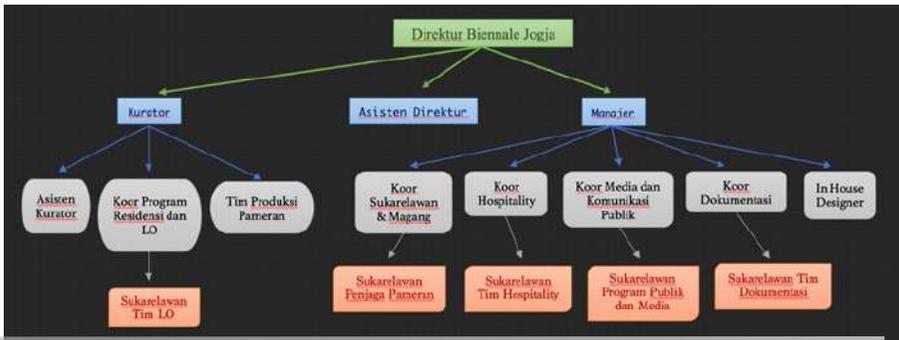
5. Adanya audiens.
6. Memiliki tujuan.

Biennale (Ing.) atau *bienial* atau *biennial*, *biannual* dalam kamus Inggris-Indonesia atau ditulis “bienale” dalam *The Oxford Dictionary of Art* (1994), berarti peristiwa berkala dua tahunan. Kegiatan apa saja dapat diwadahi dalam istilah tersebut, musik, karikatur, film, seminar, atau jenis kegiatan lain (Susanto, 2018). Biennale adalah pameran yang diselenggarakan dalam skala waktu dua tahun sekali.

PEMBAHASAN

Biennale Jogja XVI 2021

Salah satu pameran seni di Yogyakarta yang diselenggarakan dengan skala internasional adalah Biennale Jogja. Biennale adalah pameran internasional yang diselenggarakan dua tahunan. Biennale Jogja diselenggarakan pertama kali pada tahun 1988. Pada awalnya menggunakan nama Biennale Seni Lukis. Namun, penamaan ini banyak dikritisi oleh seniman karena dianggap membatasi keanekaragaman seni dan media dalam berkarya.



Gambar 1. Struktur Kepanitiaan Biennale Jogja XVI 2021.
Bagan dibuat oleh Bertha A. A.

Terdapat 22 divisi jabatan pekerjaan dengan total sejumlah 131 orang. Adapun tugas-tugas berdasarkan posisi pekerjaan adalah sebagai berikut:

- a. Direktur Yayasan Biennale Jogja
 - Menjalankan dan mengawasi perhelatan pameran Biennale Jogja sesuai visi misi Yayasan.
 - Menyusun perencanaan bersama staf.
 - Direktur Biennale Jogja
 - Membentuk divisi kerja dan susunan panitia.
 - Merekrut koordinator.
 - Memberikan wewenang kepada koordinator untuk membentuk tim dan mengoordinasikan tim.

- a. Koordinator Divisi
 - Membentuk tim.
 - Mengarahkan dan mendelegasikan pekerjaan kepada tim.
 - Berkoordinasi dengan divisi lain.
- b. Magang dan Sukarelawan
 - Melaksanakan pekerjaan sesuai arahan koordinator.
 - Berkoordinasi dengan anggota sesama divisi dan antar divisi
 - Memberikan laporan kepada koordinator divisi.

Biennale Jogja diselenggarakan oleh Pemda DIY di bawah Yayasan Biennale Yogyakarta (YBY). YBY dibentuk pada 23 Agustus 2010 atas dorongan Kepala Taman Budaya Yogyakarta yang menjabat saat itu, Dyan Anggraini. Terbentuknya Biennale Jogja juga didorong oleh inisiasi dari beberapa tokoh dan panitia yang terlibat pada pameran Biennale Jogja tahun 2009, di antaranya adalah Butet Kartaradjasa, Kusen, Kusworo Bayu Aji, Yustina Neni, Suwarno Wisetrotomo, Anggi Minarni, Oei Hong Djien, Nindityo, dan Mella Jaarsma. (Swastika, 2020).

Tahun ini adalah penyelenggaraan Biennale Jogja ke-16. Mulai tahun 2011, YBY meluncurkan Proyek Biennale Jogja seri Khatulistiwa/Equator yang berfokus pada kawasan khatulistiwa. Proyek ini merupakan satu rangkaian pameran jangka panjang yang akan berlangsung sampai dengan tahun 2022 mendatang. (Swastika, 2020). Program Biennale Jogja Equator telah bekerjasama dengan negara-negara dalam garis ekuator untuk mengangkat isu dan fenomena sosial budaya melalui karya seni. Perhelatan dengan konsep “Equator” yang diluncurkan setiap 2 tahun sekali ini telah bekerja sama dengan seniman dari beberapa negara, diantaranya: Indonesia dengan India (Biennale Jogja XI 2011), Indonesia dengan negara-negara Arab (Biennale Jogja XII 2013), Indonesia dengan negara-negara di benua Afrika (Biennale Jogja XIII 2015), Indonesia dengan negara-negara Amerika Latin (Biennale Jogja XIV 2017), Indonesia dengan negara-negara Asia Tenggara (Biennale Jogja XV 2019).

Pada seri ke-6 Equator Biennale Jogja XVI ini mempertemukan Indonesia dengan negara-negara khatulistiwa yang mempunyai sejarah dan kebudayaan spesifik sehingga menjadi bagian dari keragaman budaya dunia. Selain itu, YBY juga menjalin kerja sama dengan negara-negara mitra yang dilalui oleh garis khatulistiwa, membawa penyelidikan dan percakapan yang berkembang ke dalam berbagai aspek kehidupan dan konteks sosial politik: mulai dari bentang alam, iklim, atau perkembangan demokrasi. Biennale Jogja XVI 2021 mengusung tema “*Indonesia with Oceania*” yang diselenggarakan pada 6 Oktober hingga 14 November 2021. Biennale Jogja 2021 diselenggarakan di empat lokasi, yaitu Jogja Nasional Museum (JNM), Taman Budaya Yogyakarta (TBY), Museum dan Tanah Liat (MDTL), dan Indie Art House.



Gambar 2. Salah satu karya Biennale Jogja XVI 2021 yang ditampilkan di JNM, Sumber: dokumentasi pribadi

Publikasi Biennale Jogja XVI 2021



Gambar 3 - 4. Poster Biennale Jogja XVI 2021
Sumber: biennalejogja.org

Tim Publikasi Biennale Jogja XVI 2021

Koordinator Komunikasi Publik	: Huhum Hambilly
Staf Komunikasi Publik	: Muthia Rahma S., Shafira Annisa P., dan Ingrid K. G.
Koordinator Media Relasi	: Ovie Ernawati
Staf Media Relasi	: Larasati dan Tirza Kanya Bestari
<i>Website Programming</i>	: Kurniawan Pujiyanto dan Hidayat Surodijoyo

Tugas Divisi Publikasi Biennale Jogja XVI 2021

- a) Koordinator, merupakan orang yang bertanggung jawab atas jalannya publikasi.
- b) Komunikasi Publik
 - *Admin* media sosial, bertugas mengelola media sosial.
 - *Copywriter*, mengolah bahan seperti membuat *caption* dan artikel yang akan dipublikasikan di media sosial Biennale.
- c) Media Relasi, mendapatkan publisitas seluas mungkin mengenai acara yang dilaksanakan, seperti pada koran, televisi, dan *buzzer*.
- d) *Website Programming*, membuat dan mengurus jalannya *website*.

Untuk melakukan publikasi dalam suatu acara, sebuah tim harus mempersiapkan diri untuk memantapkan materi yang akan disebarluaskan. Sama halnya dengan tim publikasi Biennale Jogja. Anggaran biaya untuk divisi Komunikasi Publik Biennale Jogja XVI 2021 adalah sekitar 30 juta rupiah. Dengan anggaran tersebut, tim Biennale Jogja XVI 2021 telah memulai proses publikasi sejak bulan Maret 2021. Untuk dapat menjangkau masyarakat luas, tim publikasi harus cerdas dalam mengelola media publikasi yang digunakan.

Media penyebaran informasi dapat berupa media *offline* (secara langsung) dan *online* (tidak langsung). Media *offline* berupa poster yang ditempel atau disebar di sejumlah tempat seperti di Jogja Gallery, Museum dan Tanah Liat, serta galeri-galeri lainnya. Media *online* utama berupa *website* yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. *Website* menjadi media sosial utama publikasi Biennale Jogja XVI 2021. Media penunjang publikasi menggunakan beberapa aplikasi terkenal yang digunakan banyak orang misalnya Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, dan Tiktok. Ditambah dengan media massa seperti televisi, koran, serta *broadcast* pesan WhatsApp.

Bukti keberhasilan publikasi yang dilakukan tim Biennale Jogja, yaitu sebanyak 1,5 juta orang yang telah mengunjungi laman media sosial Biennale Jogja. Pada minggu pertama terdapat sebanyak 1.295 pengunjung yang datang

langsung ke pameran. Melalui artikel yang ditulis oleh pihak Biennale Jogja, disebutkan total pengunjung yang datang secara langsung yaitu sebanyak 14.590 orang dan 236.210 orang berkunjung secara *online* melalui *website*.

Interaksi yang tercipta antara pihak Biennale dengan audiens adalah dengan merespons konten atau unggahan publik mengenai pameran tersebut. Konten dapat berupa artikel, Instagram *story*, *Reels*, video Tiktok, tulisan sastrawan, dan lain-lain. Tim publikasi Biennale Jogja juga aktif mengunggah kegiatan selama Biennale berlangsung. Seperti tata cara masuk pameran, Biennale Forum, serta sajian seni pertunjukan. Pada platform Instagram, terdapat ribuan *direct message* yang masuk. Ratusan dibalas secepat mungkin, ratusan lainnya tenggelam. Isinya seputar registrasi pengunjung, jam buka pameran, dan persoalan lainnya yang datang tanpa henti.

Selain pameran, Biennale Jogja XVI 2021 juga menyuguhkan beragam pertemuan yang terbagi dalam 99 program. Awalnya hanya 70 program saja, kemudian berkembang dan meluas. Sajian program ini dapat dinikmati dan diikuti oleh semua orang dari semua kalangan secara langsung maupun secara *online*. Program yang diangkat di antaranya yaitu Biennale Forum atau diskusi, wicara kuratorial, kuratorial tur, *artist talk*, dan berbagai pertunjukan menarik. Banyaknya program tersebut membuat proses publikasi semakin kencang dan padat. Dari banyaknya jumlah pengunjung yang datang ke pameran, terdapat salah satu platform media sosial yang berperan penting dalam mendatangkan pengunjung. Melalui Tiktok, pengunjung Biennale membludak hingga menyebabkan tiket masuk Biennale habis dalam hitungan dua menit saja. Meskipun jumlah pengunjung telah dibatasi dengan adanya sistem registrasi secara *online*, masih terdapat pengunjung yang datang melakukan registrasi langsung di tempat.

Kesulitan publikasi terletak pada masa dimulainya publikasi, yaitu saat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Hal ini sempat menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlangsungan Biennale Jogja XVI 2021. Negosiasi dengan pihak Yayasan juga mengalami kendala karena adanya perbedaan generasi dari tim publikasi dengan pihak Yayasan. Terdapat usulan yang baru mendapat tanggapan persetujuan dari pihak Yayasan saat di tengah-tengah acara. Hal ini terjadi pada pembuatan akun Tiktok.

Keuntungannya adalah Biennale sebagai momentum publik untuk merayakan *event* kesenian, mengingat terselenggaranya tepat setelah adanya PPKM pada pandemi yang terjadi dua tahun belakangan ini. Masyarakat sudah lama tidak melakukan aktivitas di luar membuat tingginya antusias masyarakat untuk mencari hiburan, salah satunya menonton pameran sehingga publikasi dinilai sukses menarik pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan kunjungan di media sosial Instagram dan *website* dari tahun sebelumnya.

Strategi dan Langkah-langkah Publikasi Biennale Jogja XVI 2021

Untuk mendapatkan hasil yang memuaskan serta target yang diinginkan, tim publikasi harus menentukan strategi dan langkah-langkah yang tepat dalam membuat rencana agar terealisasi secara teratur dan terorganisir. Hal yang dilakukan pertama oleh tim publikasi Biennale Jogja yaitu melakukan *meeting* atau pertemuan secara internal. Kemudian melakukan negosiasi dengan pihak yayasan mengenai media dan cara publikasi yang akan digunakan agar tidak terjadi kesalahpahaman antar divisi. Selanjutnya, hal yang dilakukan adalah menyusun konten media sosial yang diarahkan langsung oleh koordinator yaitu dengan menentukan apa dan bagaimana bentuk informasi yang akan diberikan kepada masyarakat. Hal ini sangat penting agar proses publikasi terlihat menarik dan tidak monoton.

Tim publikasi terbiasa dengan strategi visual (linimasa) pada unggahan, konten, jadwal publikasi program, kegiatan, hingga membangun ritme publikasi di media sosial untuk menghiasi unggahan-unggahan yang telah dibuat. Media sosial menjadi ruang untuk mendistribusikan informasi dari *website*. Suguhan cerita di Instagram, video-video di YouTube, cuitan di Twitter, hingga tagar di Tiktok diunggah dengan penuh pertimbangan. Berkaitan dengan isi konten pada media sosial, tim publikasi sangat jeli terhadap isu-isu yang ada karena isu-isu tersebut akan diangkat menjadi bahan publikasi. Hal inilah yang menimbulkan ketertarikan terhadap pengikut media sosial Biennale Jogja XVI 2021.

Untuk menciptakan suasana yang aktif hingga terjadi komunikasi dua arah antara pihak publikasi dan audiens atau pengguna media sosial, *admin* mengombinasikan sebaran informasi seperti menge-*tag* foto dan menyebut akun Biennale Jogja di Instagram *story*. Selanjutnya, konten yang diunggah oleh publik dapat diolah oleh *admin* untuk dijadikan bahan publikasi. Hal ini terjadi secara berkelanjutan hingga kemudian masuk menjadi jadwal publikasi Biennale Jogja XVI 2021. Selain itu, *admin* media sosial juga merespons unggahan berupa artikel atau tulisan seseorang mengenai pameran yang berlangsung.

Untuk menambah target, tim publikasi memanfaatkan aplikasi yang sedang *booming* dan disukai oleh banyak orang akhir-akhir ini, yaitu Tiktok. Aplikasi ini menjadi salah satu platform media sosial yang cepat mendapatkan respons dari masyarakat. Untuk pertama kalinya Biennale Jogja melakukan proses publikasi menggunakan aplikasi Tiktok dan ternyata mendapat respons yang sangat baik dari pengguna aplikasi ini.

Media Publikasi Biennale Jogja XVI 2021

Media publikasi yang digunakan Biennale Jogja ada dua macam, yaitu media utama dan penunjang. Media utama yang digunakan berupa *website*. Media sosial lainnya hanya sebagai penunjang, seperti pada Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, dan Tiktok. Ditambah dengan media massa seperti televisi, koran, serta *broadcast* pesan WhatsApp.



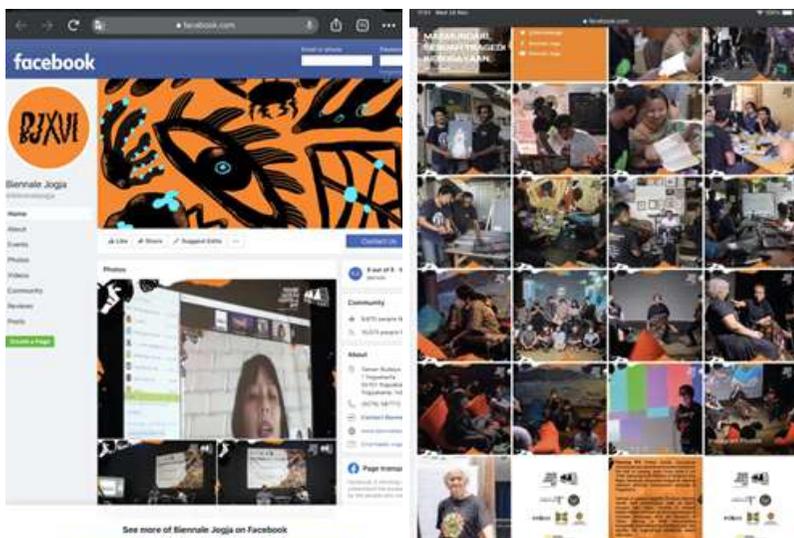
Gambar 5. *Website* Biennale Jogja XVI 2021
Sumber: *biennalejogja.org*

1. *Website*

Pada *website* disajikan berbagai macam informasi mengenai Biennale Jogja XVI 2021, mulai dari panduan untuk mengunjungi pameran, penjelasan pameran, program publik, dan sarana media penunjang yang dapat diakses langsung oleh audiens. Pengunjung *website* hanya perlu menekan ikon aplikasi media sosial yang tertera di *website*. Untuk mengetahui informasi lebih lanjut, audiens dapat menghubungi kontak person yang sudah dicantumkan.

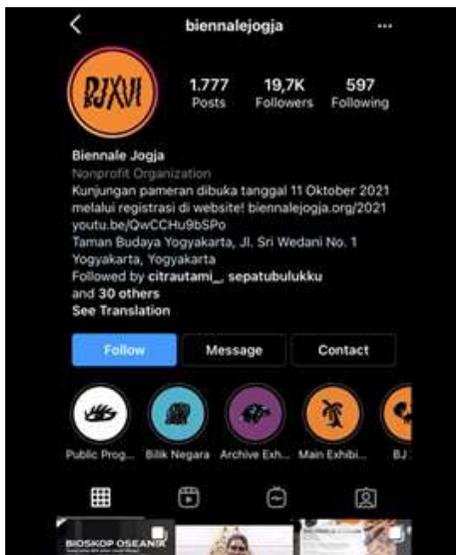
2. Facebook

Media lain yang digunakan sebagai penunjang publikasi yaitu Facebook. Facebook merupakan salah satu aplikasi yang terkenal sejak berdiri di tahun 2004. Aplikasi ini digunakan lebih dari 5 juta orang di seluruh dunia. Penggunaanya berasal dari berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga lanjut usia. Konten yang diunggah di laman Facebook berupa dokumentasi dari program-program yang diadakan oleh Biennale Jogja. Dokumentasi berupa foto maupun video dapat dinikmati oleh setiap pengguna Facebook.



Gambar 6-7. Facebook Biennale Jogja XVI 2021
 Sumber: *facebook.com*

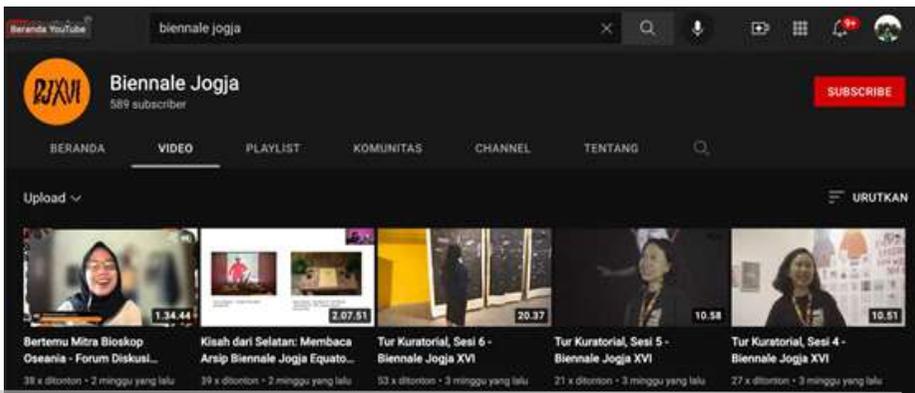
3. Instagram



Gambar 8. Instagram Biennale Jogja XVI 2021
 Sumber: *instagram.com*

Aplikasi penunjang selanjutnya tidak kalah penting. Instagram menjadi pusat publikasi berbasis visual. Seluruh informasi dari awal hingga akhir acara selalu tertera dalam media sosial Instagram. Banyak informasi yang sudah disebarluaskan, seperti persiapan pencarian atau panggilan terbuka untuk peserta magang dan relawan. Selain itu, terdapat pula konten mengenai seniman yang ikut serta dalam pameran, foto seniman beserta karyanya, pengenalan program yang akan diadakan melalui poster kegiatan, juga Instagram *story* yang berisi ragam kegiatan yang akan maupun sedang berlangsung. Kegiatan-kegiatan yang sudah berlangsung juga dapat dilihat melalui sorotan di Instagram.

4. YouTube

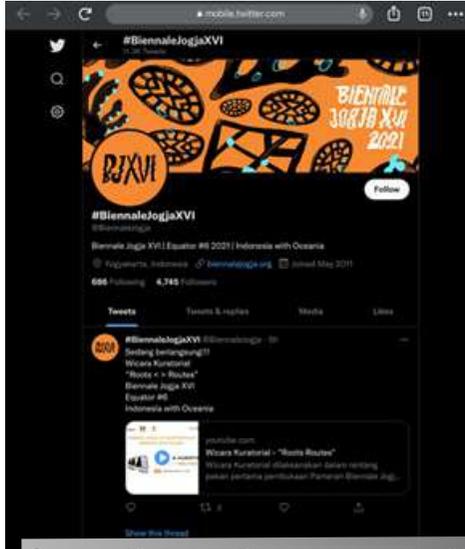


Gambar 9. YouTube Biennale Jogja XVI 2021
Sumber: [youtube.com](https://www.youtube.com)

Media keempat yang digunakan, yaitu YouTube. YouTube merupakan platform media sosial yang menghadirkan konten berupa video. Tim publikasi Biennale mengunggah berbagai macam dokumentasi berupa video ke akun YouTube Biennale Jogja. Beberapa video yang dihadirkan yaitu *Curatorial Talk*, *Artist Talk*, *Studio Visit*, dan Forum Diskusi Publik. Durasi video yang diunggah bermacam-macam, mulai dari durasi singkat 4-10 menit hingga 1-2 jam.

5. Twitter

Selanjutnya, aplikasi yang dinilai memiliki kecepatan penyebaran informasi yaitu Twitter. Pengguna Twitter dapat dengan cepat mendapat informasi mengenai hal yang sedang naik daun atau *trending*. Platform media sosial ini mendistribusikan artikel yang ditulis mengenai Biennale. Program terbaru juga selalu diunggah beserta link menuju aplikasi Zoom yang akan digunakan untuk melakukan siaran dan berdiskusi dengan publik. Masyarakat yang ingin ikut serta dalam program dapat langsung mengakses dengan mudah.



Gambar 10. Twitter Biennale Jogja XVI 2021
Sumber: twitter.com

7. Koran

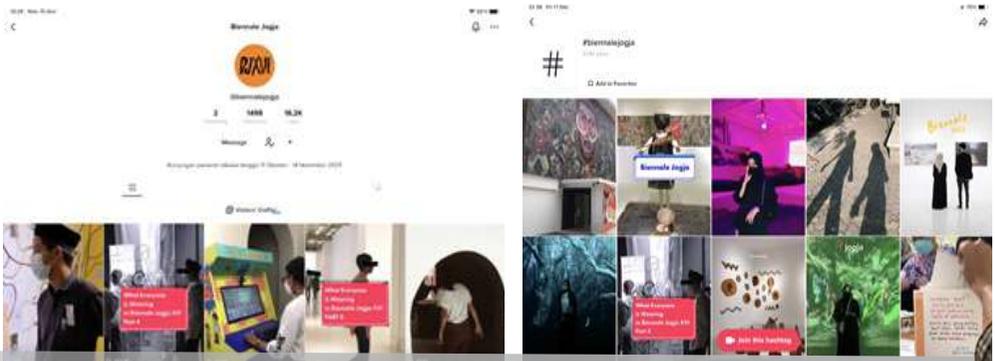


Gambar 11. Media koran sebagai penunjang publikasi Biennale Jogja XVI 2021, Sumber: dokumentasi pribadi

Media penyebaran informasi ini merupakan media yang selalu hadir dalam setiap pelaksanaan Biennale Jogja, yaitu koran. Artikel mengenai pameran Biennale Jogja selalu menghiasi lembaran-lembaran koran. Artikel pada koran mayoritas berisi ulasan karya dari seniman yang mengikuti pameran.

8. Tiktok

Merupakan aplikasi yang sempat menghebohkan dunia maya, yaitu Tiktok. Untuk pertama kalinya Biennale Jogja menggunakan Tiktok sebagai sarana penunjang publikasi, tak disangka-sangka ternyata media sosial ini menjadi wadah publikasi yang paling bisa mengambil hati masyarakat. Komunikasi yang diciptakan oleh pengguna Tiktok mengenai Biennale yang sedang berlangsung mendapatkan respons yang sangat baik dari penggunanya. Tim publikasi Biennale baru membuat akun resmi Tiktok pada tanggal 13 Oktober 2021 dan baru mengunggah sejumlah 11 video. Beberapa video berbicara mengenai baju apa yang dipakai pengunjung saat menonton pameran, panduan registrasi, dan kompilasi karya seni yang dipamerkan. Dari media sosial ini Biennale Jogja mendapatkan 2 juta *views* tertanggal 13 Desember 2021.



Gambar 12-13. Tiktok dan Tagar Biennale Jogja XVI 2021
Sumber: *Tiktok*



Gambar 14. Media Partner Biennale Jogja XVI 2021
Sumber: *biennalejogja.org*

Terdapat 26 Media Partner yang membantu publikasi Biennale Jogja XVI 2021. Peran Media Partner adalah membantu menyebarkan informasi pameran Biennale yang dilakukan dengan cara meliput acara yang diselenggarakan oleh pihak Biennale Jogja seperti menulis artikel dan berita. Contohnya pada tulisan dari koran Kompas dan Radio Sonora, serta memberikan informasi melalui berbagai media *story* dan unggahan di Instagram seperti yang dilakukan oleh Buku Seni Rupa.

PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

Publikasi yang dilakukan oleh pihak Biennale Jogja sangat beragam, mulai dari mengunggah konten berupa video perkenalan, foto-foto kegiatan, Instagram *story*, serta video kreatif lainnya melalui berbagai media. Media yang digunakan berupa media *online* dan juga *offline*. Publikasi yang banyak menarik pengunjung untuk datang berasal dari media *online* yaitu Tiktok dan Instagram. Selain itu, interaksi yang terjadi antar pengguna media sosial dan pihak publikasi Biennale sangat aktif karena publikasi tidak hanya dilakukan satu arah oleh penyelenggara, tetapi juga dilakukan oleh para pengunjung yang datang secara langsung, kemudian mengunggah ke media sosial mengenai hasil kunjungannya di Biennale sehingga publikasi dua arah dapat terjadi. Publikasi Biennale Jogja XVI 2021 merupakan publikasi pameran paling sukses di tahun 2021*.

Pihak Publikasi Biennale XVI 2021 harus lebih tegas dan yakin dalam mengambil keputusan terhadap penggunaan media yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai kelangsungan program Biennale agar pengunjung dapat lebih mudah dan percaya dengan informasi yang beredar. Pengunjung juga harus lebih selektif dalam menyaring informasi mengenai pameran yang sedang berlangsung agar tidak terjadi kesalahan pemahaman informasi yang beredar. Pengunjung diharapkan untuk mengakses informasi dari platform resmi Biennale Jogja XVI 2021 agar informasi yang didapat benar adanya. Akan lebih mudah jika penelitian ini dilakukan ketika Biennale Jogja sudah terselenggara. Jika masih berjalan, diharuskan untuk selalu mengikuti perkembangan keberlangsungan acara agar informasi yang didapat tidak tumpang tindih sehingga informasi yang disajikan sesuai runtutan waktu. Dengan itu, pembaca dapat memahami informasi yang disajikan oleh penulis dengan mudah.

**Tagar pada Instagram #artjog2021 sebanyak 495 unggahan, Tiktok sebanyak 364 ribu views. Pada Instagram #jakartabiennale2021 terdapat 495 unggahan dan 1,2 juta views di Tiktok. Pada Instagram #Jatimbiennale tercatat sebanyak 26 postingan, Tiktok sebanyak 2.321 views. Sedangkan tagar yang didapat #biennalejogja2021 sekitar 964 unggahan di Instagram dan 2 juta views di Tiktok. (tercatat pada 18 Desember 2021).*

Daftar Pustaka

Buku dan Jurnal

- Anggito, Alby., Johan Setiawan. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Freepik.
- Asmiati. (2020). "Strategi Publikasi dalam Jurnal Ilmiah Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar". Skripsi. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Dewi, Ladyja Triana. (2021). "Analisis Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia pada Pameran Biennale Jogja XV Equator #5". Skripsi. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Gunawan, Imam. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Universitas Negeri Malang. http://fifip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/12/3_MetpenKualitatif.pdf, diakses pada 21 Oktober 2021, pukul 11.30
- Katalog Pameran Biennale Jogja XVI 2021. (2021). Yogyakarta: Yayasan Biennale Jogja.
- Matappa, Andi. (2017). "Seni Memahami Penelitian Kualitatif Dalam Bimbingan dan Konseling : Studi Literatur". *Jurnal Konseling Andi Matappa*. <https://Seni-Memahamai-Penelitian-Kualitatif-dalam-Bimbingan-dan-Konseling.pdf>, diakses pada 21 Oktober 2021, pukul 11.56
- Rustian, Raffi. (2012). *Apa Itu Sosial Media*. Pasundan: Universitas Pasundan.
- Setyawan, Herman. (2018). *Strategi Publikasi Arsip Kepada Masyarakat Melalui Naskah Sumber Arsip Studi pada Arsip Universitas Gadjah Mada*, 1(2), 121-131. <https://doi.org/10.22146/diplomatika.31779>, diakses pada 18 Oktober 2021, pukul 20.58 WIB.
- Siyoto, Sandu & Sodik, Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. p. 14
- Soendari, Tjutju. (2012). *Metode Penelitian Deskriptif*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sukino. (2010). *Menulis Itu Mudah*. Yogyakarta: Pustaka Populer.
- Susanto, Mikke. (2018). *Diksi Rupa Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Susanto, Mikke. (2004). *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Galang Press Group.
- Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah. (2014). *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Depok: Gramata Publishing.
- Wisetrotomo, Suwarno. (2020). *Kuratorial: Hulu Hilir Ekosistem Seni*. Yogyakarta: Nyala.

Website

Zahra, Vattayya. (2021). *Rayakan Kesenian Tanpa bikin Huru Hara*.
<https://biennalejogja.org/2021/rayakan-kesenian-tanpa-bikin-huru-hara/>,
diakses pada 21 November 2021, pukul 14.51 WIB.

Media Sosial

Website Biennale Jogja XVI 2021. <https://biennalejogja.org/2021/en/>.

Tiktok Biennale Jogja 2021. <https://vt.tiktok.com/ZSeAudLvA/>.

Instagram Biennale Jogja 2021. <https://www.instagram.com/biennalejogja/>.

Wawancara

Wawancara dengan Huhum Hambilly, Koordinator Komunikasi Publik Biennale Jogja XVI 2021. Selasa, 12 Oktober 2021 pukul 16.07 di Jogja National Museum.

Wawancara dengan Alia Swastika, Direktur Yayasan Biennale Jogja. Selasa, 12 Oktober 2021 pukul 13.10 di Taman Budaya Yogyakarta.

KURASI

KURASI JAKARTA CONTEMPORARY CERAMICS BIENNALE #2

Eka Martha Tyahahu - marthatyahahu13@gmail.com

Zaizafun Alya Gunara - alyagunara99@gmail.com

Arum Wangi - arumwangiku98@gmail.com

ABSTRAK

Eksistensi kurator sebagai elemen vital dalam sebuah biennale ditunjukkan melalui banyaknya peran yang dimiliki selama proses penciptaan pameran. Peran tersebut dimulai dari pekerjaan awal kurator yang mencakup penelitian untuk membuat dan menyelesaikan keseluruhan tema dan konsep pameran. Kurator juga melakukan pemilihan karya dan menentukan seniman yang hadir, menulis teks kuratorial pameran, juga membuat representasi karya melalui pajangan. Kehadiran kurator pada hari pameran, keterlibatan kurator dengan bahan publikasi, serta evaluasi umum yang membahas kontinuitas pameran juga merupakan peran kurator. Kepentingan ini menempatkan tujuan utama dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui secara pasti peran kurator dalam pameran

The 2nd Jakarta Contemporary Ceramics Biennale "*Crafting identity*", pameran kelanjutan dari biennale keramik pertama Indonesia yang menandakan awal dari penempatan seni keramik kontemporer Indonesia dalam cakupan seni kontemporer secara internasional, merepresentasikannya dengan berbagai bentuk kesenian keramik dari Indonesia serta Asia Tenggara. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan mewawancarai kurator dan melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berkaitan dengan biennale tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat mengakomodasi kebutuhan pembaca yang ingin memahami keterlibatan kurator dalam proses pembuatan dan terjadinya sebuah pameran, khususnya biennale. Penelitian ini juga diharapkan berguna di masa yang akan datang untuk membandingkan peran kurator dalam pameran yang terjadi secara kontemporer dengan pameran yang terjadi 10 tahun yang lalu.

Kata kunci: Kurasi, Biennale, Keramik.

ABSTRACT

The existence of curator as a vital element in biennale is showing by many roles during the exhibition creation process. The role starts from the curator's initial work which includes of research to create and finalize the overall theme and concept of exhibition. The curator also selects the artworks and determine the artists present, writes curatorial text of the exhibition, and also makes representations of the works through displays. The presence of curator at the exhibition, the involvement of curator with publication materials, as well as a general evaluation that discusses about continuity of the exhibition are also the roles of curator. The main goals of this research is knowing the role of curator in The 2nd Jakarta Contemporary Ceramics Biennale "Crafting identity", an exhibition that is a continuation of Indonesia's first ceramics biennale which marks the beginning of Indonesian contemporary ceramic art within the scope of contemporary art internationally. This way is representing with various forms of ceramic art from Indonesia and Southeast Asia. This research was conducted using a qualitative method by interviewing the curator and analyzing the related documents about biennale. This research is expected to accommodate the needs of readers who want to understand the involvement of curator in the process of making and creating exhibition, especially biennale. This research is also expected to be useful in the future to compare the role of curator in exhibitions that occur in a contemporary way with exhibitions that took place 10 years ago.

Keywords: Curation, Biennale, Ceramics, Contemporary Exhibition.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jakarta Contemporary Ceramics Biennale (JCCB) adalah acara pameran keramik skala besar dan internasional pertama yang terlaksanakan di Indonesia. Salah satu inisiator JCCB, Rifky Effendy, menulis bahwa dalam beberapa tahun sebelum pameran ini diadakan, banyak aktivitas seni kontemporer yang terlaksanakan, misalkan pameran-pameran yang menempatkan keramik sebagai salah satu unsur pameran ataupun sebagai unsur utama sebuah pameran. Lalu dari segi global pun telah banyak diadakan forum-forum yang bersifat internasional mengenai seni keramik, terutama di Taiwan dan di Korea. Fenomena-fenomena ini dilihat oleh Effendy sebagai berkembangnya potensi seni keramik untuk diapresiasi lebih jauh. Dengan adanya JCCB Effendy berharap pengadaan pameran biennale keramik di Indonesia dapat membuka momentum untuk para praktisi seni, kritikus seni, secara lokal dan juga untuk kebutuhan perkembangan kesenian keramik se-Asia Tenggara dan juga seluruh dunia (Effendy, 2009).

Pada dasarnya pemakaian "Biennale" dalam pameran Jakarta Contemporary Ceramics Biennale menunjukkan sifat pameran ini yang dilaksanakan dua tahun sekali, dengan membawa alasan bahwa tidaklah cukup sebuah perkembangan pada seni keramik dilihat dalam waktu yang singkat. Riset ini retrospektif menempatkan lampu sorot di dua pameran awal, yaitu JCCB#1 yang lalu diteruskan oleh JCCB#2. Pembahasan utama riset ini fokus pada JCCB kedua yang hadir untuk menunjukkan perkembangan seni keramik Indonesia sekaligus memenuhi fungsinya sebagai biennale. Jika pada JCCB #1 tema "*Ceramic Art in Between*" berusaha memetakan lingkup seni keramik di Indonesia, tema "*Crafting Identity*" pada JCCB #2 ini ingin meneruskan dan menempatkan seni keramik sebagai sarana penjelajahan identitas dan juga "*Knowledge Archive*" atau seni keramik sebagai penyimpan data dan pengetahuan mengenai perkembangan dari yang modern ke kontemporer (Sarasvati, 2013).

Seniman keramik yang juga berlaku sebagai inisiator JCCB disamping Effendy, Asmudjo Irianto, berpendapat bahwa menggelar bienal seni keramik mempunyai risikonya sendiri. Sifat yang dibawa oleh konvensi dan praktisi seni keramik menempatkannya di luar lintasan perkembangan seni modern ke kontemporer. Ditambah lagi dengan minimnya pameran seni keramik Indonesia setingkat JCCB, yang berskala internasional. Dari itu pun muncul keinginan para inisiator untuk membawa dan membuka ruang keramik biennale di Indonesia untuk memperkenalkan seni keramik kontemporer Indonesia ke spektrum global (Wahid, 2009; Katalog JCCB#2, 2013). Kepentingan ini juga dirasakan oleh Dirjen Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya (EKSB) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), yang diwakili oleh Ahman Sya. Ia mengatakan

mengenai JCCB, bahwa pameran ini amat krusial dalam menjadi medium dan stimulus untuk memunculkan pemikiran serta pemahaman atas keberadaan seni keramik di ranah kontemporer, dan juga membawa nama Indonesia kedalam dunia perkeramik global (Hazliansyah, 2014).

Praktik kuratorial juga sangatlah erat dengan sifat biennale yang secara teori. Biennale terjadi tidak secara alami, tetapi ada proses kurasi termasuk penyeleksian karya dan pemproposisian narasi serta visualisasi yang diatur oleh seseorang kurator (Tang, 2007, 2011; Markin, 2016; Kompatsiaris, 2019). Jakarta Contemporary Ceramics Biennale yang menjadi salah satu biennale keramik pertama di Indonesia menjadi objek yang baru untuk diteliti dari segi proses kuratorialnya, baik dari segi bagaimana ranah seni keramik memilih dan mempertimbangkan kuratorialnya.

Rumusan Masalah

Dari terjadinya sebuah pameran banyak sekali pertanyaan dan ketidaktahuan atas apa yang sebenarnya terjadi di latar belakang dan dilakukan oleh kurator, dari alasan dasar tersebut pun riset ini dilakukan. Riset dilakukan atas kepentingan dan kebutuhan untuk mencari pengetahuan mengenai sistematika proses terjadinya sebuah pameran, terutama dari segi proses kerja kuratorial dilaksanakan dalam sebuah biennale. Rumusan masalah utama yang menjadi cakupan dan batasan penelitian riset ini adalah untuk mencari tahu peranan kurator dalam JCCB#2.

Tinjauan Pustaka

Artikel pertama yang memaparkan beberapa kesamaan dengan tujuan riset ini adalah, "A Quest for Curatorial Authority: Beral Madra and The First Two Istanbul" oleh Pinar Uner Yilmaz. Dalam tulisan ini, riset dilakukan sebagai analisis kerja kurator yang memfungsikan biennale sebagai sarana pertukaran antar budaya melalui kesenian. Apa yang dihadirkan dalam tulisan ini sangatlah metodologis dan analitis. Penulis tidak hanya memaparkan mengenai peran kurator dalam pembentukan dan perumusan karya-karya di pameran, tetapi juga praktik kurasi pameran dan juga pameran itu sendiri berdampak terhadap proses pembentukan pameran biennale yang ada di Turki.

Tinjauan pustaka yang kedua adalah "The Exhibition is About Now : Tasmanian Aboriginality at the Tasmanian Museum and Art Gallery" oleh Christopher Berk. Artikel ini mungkin tidak mempunyai kata-kata "kurator" atau "kuratorial" dalam judulnya, sebagian besar deskripsi yang ada dilakukan dari segi

antropologis, tetapi tulisan juga banyak menjelaskan mengenai desain dan eksekusi pameran kepada publik, dimana dapat diartikan sebagai tema, kuratorial, dan prosedur keterlibatan kurasi dalam menyampaikan kuratorial dan konsep pameran ke publik. Relevansi yang ada pada artikel ini ditunjukkan dengan analisis yang diadakan dalam pertimbangan yang ada dalam bagaimana display dieksekusi dan seberapa baik eksekusi ini dapat menampilkan dan menjelaskan konsep-konsep yang ada.

"Styling a Style Show : Interview with Tim Benton, co-curator of the Art Deco Exhibition V&A 2003" oleh Carol Richardson merupakan rangkaian hasil dari wawancara dari co-curator pameran Art Deco Victoria & Albert Museum. Hal yang utama yang ditunjukkan dari artikel ini adalah penjelasan mengenai apa yang kurator rasa telah direalisasikan pada pameran dan bagaimana konsep yang ada bisa mengedukasi publik. Banyak dari pembahasan adalah mengenai penjelasan tema dan konsep pameran secara detail. Tulisan menjelaskan kurator mendekati konsep pameran dengan apa yang terealisasikan di dalam pameran, serta apa yang kurator harap publik bisa pahami dan apresiasi dari pameran tersebut.

Tiga artikel yang menjadi tinjauan pustaka riset ini semuanya mempunyai pendekatan yang berbeda dalam cara metodologisnya menjelaskan mengenai praktik dan peran kurator dalam tiap pameran ini, serta apa yang sebenarnya menjadi poin-poin pembahasan di tiap artikel. Seperti yang pertama memasukkan efek dan pengaruh dari kurator. Artikel kedua, yang mempunyai pendekatan antropologis dan lebih bertujuan untuk menganalisis kesuksesan konsep yang dieksekusi oleh kurator. Artikel terakhir, hanya menulis mengenai hasil wawancara mengenai konsep dan tema pameran dengan kuratornya.

Hal sama yang akan dilakukan seperti tinjauan pustaka yaitu metodologi pengumpulan data. Metode riset ini diantaranya melakukan wawancara dengan narasumber yang terkait dengan objek riset. Cakupan pembahasan riset ini unsur-unsur yang hadir di artikel-artikel tinjauan pustaka tadi.

Landasan Teori

1. Biennale

Dalam artikel yang ditulis oleh Pablo Markin berjudul "Global Art Biennials, the International Art World, and the Shanghai Biennale", sifat sebuah biennale sebagai ruang mengundang kesempatan dan mensirkulasikan kurator, seniman, dan karya-karyanya di dunia kesenian. Pameran biennale melokalisasi dunia seni global dan mengglobalisasikan dunia seni lokal. Skala

sebuah biennale yang bersifat internasional membolehkan para seniman, kritikus, dan kurator untuk mendapatkan pengakuan. Biennale juga menjadi ruang untuk mendiskusikan masalah-masalah budaya dan juga untuk menyebarluaskan seni secara internasional.

Mengenai terjadinya Biennale itu sendiri, Pablo Kompatsiaris menulis dalam "Biennial Art and it's Rituals: Value, Political Economy and Artfulness" bahwa "biennale" adalah istilah yang merujuk kepada pameran seni rupa kontemporer internasional, di mana pameran ini dilakukan berulang kali (dua tahun sekali). Suatu Biennale diadakan di wilayah atau kota lokal tertentu, membawa kesenian lokal ke dalam dunia kesenian global. Ada sebuah ekspektasi akan Biennale untuk menampilkan karya-karya terbaru ke lapangan global tersebut. Ruang pamer Biennale ini tidak muncul secara organik, ada penyeleksian dan proses komunikasi yang harus dilakukan atas mengapa sebuah karya seni memasuki lingkup pameran.

Dijelaskan lebih lanjut oleh Tang dalam "Of Biennials and Biennialists" (2007), dan "Biennialization and its Discontents" (2011) mengenai kepentingan Biennale ini sebagai ruang segala praktisi artistik. Dengan Biennale, pengintegrasiaan sebuah budaya artistik, kuratorial, dan praktisi institusional dalam sorotan budaya global dapat terjadi. Pameran Biennale menjadi cerminan atas usaha agar suatu budaya mendapatkan posisinya di dunia seni kontemporer. Biennale merupakan pameran terkurasi, yang menunjukkan karya-karya terseleksi, dan memproposisikan narasi visual. Pada Biennale, kurator independen mensurvei tren seni global yang menggambarkan perkembangan intelektual terkini, dan menjadikan kota tuan rumah Biennale mempunyai visibilitas dalam dunia seni global.

Untuk Biennale dalam sejarah keberadaan dan masuknya biennale ke Indonesia, dapat dilacak dari Biennale pertama yang pernah dilaksanakan dan yang juga mempopulerkan pemakaian istilah Biennale untuk menjuluki pameran yang dilaksanakan dua tahun sekali, yang berskala internasional. Pameran Biennale tersebut adalah Biennale Venesia yang diselenggarakan pada tahun 1985. Kemudian muncul dan digunakan di acara-acara seni lainnya seperti Biennale de Paris dan masih banyak lagi. Orang Indonesia pertama yang diundang dalam Venice Biennale atas nama pribadi adalah Affandi. Di Indonesia ada acara Pameran Seni Lukis Yogyakarta pada tahun 1985, 1986, dan 1987. Setelah tiga kali mengadakan pameran tersebut, Taman Budaya Yogyakarta bersama dengan Himpunan Senirupawan Yogyakarta mengadakan perhelatan dua tahunan yang kemudian dikenal Biennale Seni Lukis Yogyakarta (BSLY). terbentuknya ini menjadi wadah komunikasi dan pembagian informasi antara seniman kepada masyarakat dan sebaliknya.

Dikatakan oleh Rob M Mudjjiono, BA., Kepala Taman Budaya Yogyakarta saat pelaksanaan BSLY 1988 bahwa Biennale ini bisa menjadi barometer perkembangan seni lukis dalam waktu tertentu. Bahkan dalam prosesnya karya-karya para seniman di seleksi untuk mencari karya terbaik diantara yang terbaik dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak yang berwenang. Tujuan dari ini bukanlah untuk membanding karya melainkan untuk menumbuhkan semangat dalam berkarya. Pada tahun 1997, perhelatan seni rupa dua tahunan ini kembali merombombak nama dan identitasnya menjadi Biennale Seni Rupa. Kepala Taman Budaya Yogyakarta saat itu Drs. Suprpto mengatakan bahwa perubahan identitas ini karena menurut beliau frekuensi pameran seni rupa semakin sering terjadi di Yogyakarta, maka dari situ mulai tercipta iklim kompetitif, tren, dan perkembangan gaya. Biennale Seni Rupa Yogyakarta 1997 ini diselenggarakan untuk dapat mempresentasikan kondisi seni rupa Yogyakarta dengan mengakomodir berbagai bentuk karya dengan media lukis, patung, grafis, kriya, dan foto.

Biennale Jogja (BJ) pertama kali digelar pada tahun 1988 di Yogyakarta. selama hampir dua dasawarsa rangkaian BJ telah memberikan dampak pada munculnya karya dan sosok seniman serta wacana yang mewarnai perkembangan seni rupa kontemporer di Indonesia terkhususnya di Yogyakarta. Biennale Jogja diselenggarakan oleh Yayasan Biennale Yogyakarta (YBY) yang berdiri sejak tahun 2010 dengan tujuan memberikan fasilitas dan menginisiasi berbagai upaya untuk mendapatkan konsep strategis berbasis budaya (Samboh, 2015).

Menurut Effendy dalam *curatorial notes* yang ia tulis untuk pameran JCCB yang pertama, untuk seni keramik sendiri, keberadaan sebuah Biennale yang mendasarkan atau memusatkan keramik sebagai jenis seninya sebelum Jakarta Contemporary Ceramics Biennale bisa dibilang tidak ada. Pengecualian terhadap beberapa pameran kontemporer seperti Pameran Seniman Keramik Muda yang dilaksanakan pada tahun 2004, pameran ini juga membuka sebagian potensi yang dimiliki oleh keramik muda Indonesia sebagai seniman. Dengan alasan-alasan atas observasi perkembangan kesenian keramik yang juga terjadi di luar Indonesia seperti Taiwan dan Korea, pengadaan sebuah biennale khusus keramik berskala internasional yang pertama yaitu Jakarta Contemporary Ceramics Biennale #2 menjadi awal dari harapan pertukaran antar budaya yang akan membawa seni keramik kontemporer Indonesia ke dunia internasional.

2. Peran Kurator

Bagi Hans Ulrich Obrist, kata "kurasi" yang dalam bahasa inggris adalah "*curating*", datang dari bahasa latinnya yaitu "*curare*". Kata *curare* ini berarti "untuk menjaga", di mana kalimat tersebut dapat diartikan sebagai penjagaan tempat pemandian Yunani, tentunya pada saat kalimat ini pada zaman awalnya dipakai. Lalu pada era *medieval* (pertengahan), hal ini diartikan untuk para

pendeta yang menjaga jiwa seseorang. Penggunaan kata ini lalu berkembang lagi pada abad ke-18 untuk merujuk ke penjagaan koleksi seni dan artefak. Menurut Obrist, pengertian kontemporer pekerjaan kurasi dan peran seorang kurator sekarang bisa dikategorikan kedalam empat hal, yaitu :

- A. Mempreservasi (melestarikan/menjaga)
- B. Memilih karya baru
- C. Menghubungkannya dengan sejarah seni
- D. Mendisplay dan mengatur karya seni

Dalam buku yang ditulis oleh Suwarno Wisetrotomo "*Kuratorial: Hulu Hilir Ekosistem Seni*", kurator adalah seseorang yang bekerja mengamati, memilah, memilih, memaknai, menulis, dan merepresentasikan karya seni di ruang publik. Pemikiran, pengkajian, dan penciptaan seni adalah apa yang harus diperhatikan oleh seorang kurator. Peran kurator yang sangatlah terlibat dalam proses pameran dari awal hingga akhir ini dipaparkan lebih jelas lagi melalui pembagian peranan kurator dalam sebuah pameran seni yang meliputi lima hal, antara lain:

- A. Membaca peta seni (keadaan kesenian)
- B. Menentukan tema dan mekanisme seleksi karya dan seniman
- C. Menulis pembacaan (tema, pameran, dan karya)
- D. Merancang tata karya
- E. Mengelola kontroversi

Ieva Vitkauskaitė mengkaji dalam "The Role of the Freelance Curator in an Art Exhibition" dengan perbandingan teori-teori mengenai peran kurator dalam pameran seni. Vitkauskaitė menarik sebuah model peran kurator yang sangatlah erat hubungannya dengan sistematisasi proses terjadinya pameran. Tahapan ini terdiri dari:

- A. *Preliminary work* (Pekerjaan awal)
- B. *Preparation and completion of the organization plan* (Persiapan dan penyelesaian rencana organisasi)
- C. *Realisation* (Realisasi)
- D. *Operation* (Operasi)
- E. *Dismantling and evaluation* (Pembongkaran dan evaluasi)

Kelima tahapan ini terjalin sangat kuat dengan sesama. Pekerjaan awal terdiri dari kreasi ide dan konsep dan menentukan tujuan pameran. Kurator juga mempertimbangkan sumber daya manusia dan kebutuhan moneter yang akan dipakai untuk realisasi pameran. Di tahap yang kedua, persiapan dan

penyelesaian rencana pameran, kurator menyusun daftar isi objek yang akan ditampilkan dalam pameran dan juga menyelesaikan kebutuhan katalog pameran yang biasanya terdiri dari teks-teks kuratorial dan penjelasan lainnya mengenai tema, konsep, dan karya yang ada di pameran. Dalam tahap realisasi kurator berperan untuk terlibat dalam aktualisasi *display*, supervisi, dan ikut serta dalam pembukaan pameran. Di tahap operasi kurator berperan dalam observasi berjalannya dan kelancaran pameran. Hal ini dapat dilihat melalui liputan media dan publikasi, umpan balik dan kritik yang ditujukan kepada pameran. Untuk tahap terakhir, pembongkaran dan evaluasi, kurator mensupervisi pembongkaran karya-karya, melaporkan hasil dari segala apa yang telah terjadi, dan secara menyeluruh mengevaluasi pameran dengan pihak kepanitiaan pameran yang lainnya.

Dari paparan teori mengenai peran dan fungsi biennale, dapat dimengerti bahwa keberadaan proses kurasi sangat penting terhadap realisasi Biennale. Kurator dapat mengeksekusikan praktik mereka dalam ruang pameran Biennale, yang bervisi untuk mengintegrasikan suatu budaya seni kedalam ranah dunia seni kontemporer global. Sekian banyak teori mengenai peran kurator dapat diambil untuk riset ini sebagai metode pembahasan yang mempunyai tahapannya sendiri.

Perbedaan dapat dilihat dari ketiga teori yang diberikan oleh ketiga sumber. Vitkauskaitė sangatlah sistematis dibanding Suwarno dan Obrist, yang menjadikan peran kurator dalam pameran sangatlah tergantung dengan kebutuhan pameran itu sendiri. Obrist dan Suwarno memberikan kategori peranan yang sederhana namun lengkap, dengan peran kurator yang diambil dari bahasa etimologi kata "kurasi" itu sendiri, lalu sampai ke kurator yang mengontrol kritik melalui ruang diskusi atau penulisan. Namun, dari hal ini dapat dilihat kesamaan yang lalu dapat dijadikan model pembahasan penelitian ini, model tersebut mengambil unsur-unsur kesamaan yang ada dalam ketiga teori, menjadikannya tiga tahap yang saling berkaitan, antara lain:

- A. Perumusan dan Pemaknaan (survei dan analisis ekosistem, rumusan ide, konsep, pemaknaan, seleksi seni dan seniman, rancangan SDM organisasional, manajemen dan perencanaan pameran).
- B. Representasi dan Realisasi (representasi karya dalam pameran, wacana, *display*, dan segala hasil akhir pameran di ruang publik).
- C. Kontrol dan Evaluasi (evaluasi capaian pameran dan keberlanjutan pameran).

Metodologi Penelitian

Riset ini bersifat kualitatif, yang berarti bertujuan untuk memaparkan mengenai kejadian yang ada dengan penguraian data sesuai dengan objek utama riset, yaitu mencari tahu mengenai peran apa saja yang kurator lakukan dalam Jakarta Contemporary Ceramics Biennale #2. Sebagai metode pengumpulan data, untuk kebutuhan riset ini akan dilakukan wawancara, yakni seperti apa yang dilakukan jurnal-jurnal riset yang ada dalam tinjauan pustaka. Wawancara akan dilakukan dengan tiga narasumber, Sudjud Dartanto, selaku kurator, Asmudjo J. Irianto, selaku *advisor* kurator dan inisiator JCCB, dan Nia Gautama, selaku *exhibition manager*. Ketiga narasumber terlibat langsung dalam kegiatan-kegiatan JCCB#2. Lalu untuk melengkapi data juga akan diambil dari analisis dokumen terkait pameran dan kuratorial, seperti katalog pameran, teks kuratorial, dan artikel publikasi. Instrumen penelitian yang dipakai untuk kebutuhan riset ini antara lain :

1. *Handphone*
2. Laptop
3. Perangkat lunak mengetik
4. Perangkat lunak *teleconference* (untuk kebutuhan wawancara)

PEMBAHASAN

Jakarta Contemporary Ceramics Biennale (JCCB) dan Crafting Identity:

Latar Belakang JCCB

JCCB dilatarbelakangi oleh alasan keadaan seni kriya pada 10 tahun yang lalu terasa kurang diperhatikan. Konteks "kurang diperhatikan" dapat diartikan sebagai kriya adalah medium kesenian yang sangat spesifik, umumnya hanya dikenal sebagai perabot fungsional yang ada di kehidupan kita sehari-hari, padahal variasi keramik banyak. Hal itu dikarenakan *stereotype* terhadap kriya dianggap hanya sebagai bahan hiasan dengan harga mahal. Selain sebagai hiasan dan alat/fungsi pakainya, kriya keramik juga bisa dipakai sebagai sarana berekspresi. Dengan medan seni kriya membaik pada tahun 2009-2010, dilihat dari banyaknya pengadaan *event-event* seni kontemporer dan ditambah eksistensi seniman kriya yang ada sejak lama, tetapi hanya saja pada saat itu belum ada pameran yang cakupannya setingkat seperti pameran biennale.

Para inisiator JCCB juga melihat adanya keinginan bukan dari mereka sendiri saja sebagai praktisi seni, tetapi juga seniman dan praktisi kesenian lainnya yang terlibat. Keinginan ini adalah untuk mempunyai sebuah biennale keramik yang salah satu tujuannya adalah untuk membawa seni keramik Indonesia ke tingkat yang sejajar dengan praktisi kesenian keramik negara lain, seperti Korea,

Jepang, Inggris, Denmark, dan lainnya. Negara-negara tersebut memiliki praktik tradisi keramik yang kuat. Dengan adanya biennale suatu ruang untuk melihat pencapaian dan prestasi artistik dan teknik, keunggulan bentuk, inovasi serta gagasan, semuanya dapat dikumpulkan dalam sebuah biennale. Dengan semua alasan tersebut, sebuah Biennale dapat dipakai untuk publik dan dunia kesenian kontemporer dapat melihat kemajuan dari bentuk, teknik, dan gagasan seni keramik.

Hal inilah yang melatarbelakangi pembuatan biennale keramik. Rifky Effendy Asmudjo Irianto selaku kurator senior dan keramikus berinisiatif dalam pembuatan Jakarta Contemporary Ceramics Biennale. Tujuannya sangatlah erat dengan tujuan, fungsi, dan proses biennale yang secara teori adalah sebuah ruang untuk menampilkan perkembangan dan kemajuan terbaru yang ada dalam suatu bentuk kesenian (Kompatsiaris, 2019). Biennale juga bertujuan untuk memasukkan suatu bentuk kesenian ke dalam sorotan global (Tang, 2007) dalam hal ini kesenian keramik Indonesia, yang dirasa sangatlah belum terlihat dalam dunia seni kontemporer internasional, diusahakan didorong ke dalam panggung global dengan adanya JCCB. Dari tujuan itu juga JCCB juga melakukan strategi-strategi yang bermaksud untuk mengadakan pertukaran antar budaya (*intercultural exchange*). Maka dengan diundangnya seniman internasional, bisa mempublikasi pameran yang berlangsung dan mempromosikan seni keramik Indonesia secara internasional.

Melihat kontinuitas JCCB yang pertama ke JCCB#2, Sudjud Dartanto ditunjuk oleh Asmudjo Irianto dan Rifky Effendy untuk menjadi kurator JCCB#2 dengan menyerahkan semua tanggung jawab mengenai tema dan konsep pameran yang akan berlangsung kepadanya. Asmudjo Irianto dan Rifky Effendy menunjuk Sudjud Dartanto sebagai kurator, dikarenakan:

- A. Kemampuan dan pengalaman bertahun-tahun melakukan kurasi pameran
- B. Latar belakang pendidikan keramik, yang tentunya sudah menguasai teori dan praktik mengenai pembuatan seni keramik.
- C. Sudut pandang yang berbeda dari daerah lain, persisnya dari Bandung (Irianto dan Effendy, ke Dartanto)
- D. Kemampuan kognisi dan networking yang baik menjadi salah satu alasan penunjukan.

JCCB#2 dan Tema Crafting Identity

JCCB#2 berkolaborasi dengan Museum Seni Rupa dan Keramik yang telah menyediakan venue dan NAS (PT Jaya Ancol - Pasar Seni) yang pernah menjadi penyelenggara JCCB#1. Pengadaan kolaborasi dengan museum keramik

disepakati dengan keberadaan NAS (PT Jaya Ancol - Pasar Seni). Kolaborasi tersebut bersifat mutualis karena pada satu sisi penyelenggara membutuhkan tempat untuk berpameran dan pada sisi lainnya pihak galeri membutuhkan kampanye mengenai tempat mereka pada pameran tersebut dan tentunya dapat menaikkan popularitas galeri tersebut. Maka dari ini pun JCCB#2 dilaksanakan pada dua tempat, North Art Space dan Museum Seni Rupa dan Keramik.

Tema yang dipilih untuk JCCB#2 sendiri adalah hasil dari--secara teori--survei kesenian dan pembacaan peta seni (Tang, 2007; Wisetrotomo, 2020) dengan melihat latar belakang dari institusi seni 10 tahun yang lalu. Kriya keramik yang dipraktikkan pada institut seni seperti, IKJ, ITB, ISI, terbagi kedalam tiga bagian, yaitu fungsional, ekspresif dan desain. Hal ini terkait dengan tema JCCB#2 “Crafting Identity” yang dimana pada sepuluh tahun yang lalu minat para seniman melihatkan kebimbangan yang dirasakan dalam pendefinisian dirinya sebagai desainer, seniman keramik. Sebenarnya, pembagian kategori tersebut tidak menjadi masalah yang serius karena telah disesuaikan dengan minat para seniman tersebut. Dengan tema “Crafting Identity” inilah diharapkan bisa membangun kembali identitas para individu seniman dalam berbagai orientasinya.

Sehubungan dengan poin-poin tema “Crafting Identity”, JCCB#2 menghadirkan karya seni keramik dengan latar belakang kategori desain, fungsional, ekspresi, dan tradisi. Seniman yang hadir juga tentunya berasal dari latar belakang yang berbeda-beda. Mulai dari bidang akademik kriya keramik itu sendiri, sampai pada seniman dengan minat yang kuat dalam *home pottery*/studio mandiri dan yang menempatkan keramik sebagai sarana berekspresi. Selain itu, seniman dari latar belakang keramik fungsional serta tradisi seperti pewayangan dengan tema nusantara dan seniman kontemporer juga turut dihadirkan dalam pameran “crafting Identity” ini. Kurasi dan pemaknaan ini adalah salah satu bentuk penjagaan warisan seni dilakukan secara konseptual. Ada konektivitas historis dalam tulisan kuratorial dan juga terletak dalam penyeleksian karya-karya yang membawa identitas nasional serta budaya bangsa, sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Obrist (2014) dalam peranan kurator di sebuah pameran, ia berperan dalam mempreservasi warisan seni yang berhubungan dengan sejarah seni (*art history*).

Dengan dasar biennale yang secara teori merupakan pameran yang menampilkan perkembangan dua tahun terakhir dalam bentuk kesenian. Kurator JCCB#2 mengeksekusikan hal tersebut dengan melihat perkembangan bentuk, teknik dan gagasan keramik di antara orientasi-orientasi yang ada. Meskipun ada perbedaan antar orientasi, hal ini tetap sejalan dengan poin tujuan “Crafting Identity”, Inilah yang menjadikan tema tersebut dirayakan dengan menunjukkan orientasi identitas yang dimiliki oleh berbagai seniman keramik.

Peran Kurator dalam JCCB#2

Perumusan dan Pemaknaan

Dalam tahap yang pertama, kurator melakukan suatu proses penelitian terlebih dahulu untuk perumusan tema. Struktur dari penelitian ini diibaratkan seperti tugas akhir bagi mahasiswa, dimana kurator melakukan tinjauan pustaka dan referensi, observasi dan wawancara mengenai seni dan kesenian keramik, serta mengembangkan pendekatan atau landasan teori. Secara spesifik kurator memilih teori identitas sebagai landasan utama. Pada akhirnya segala hasil dari penelitian ini pun diaplikasikan dan digunakan untuk pemaknaan karya dan penulisan kuratorial.

Kurator dalam proses ini juga menentukan manfaat dan tujuan Jakarta Contemporary Ceramics Biennale #2, antara lain :

- A. Mengenalkan dan menjelaskan kepentingan seni keramik kepada masyarakat
- B. Menjalin komunikasi dengan biennale di seluruh dunia
- C. Mensejajarkan seni keramik dengan seni rupa yang lain
- D. Memperluas mediasi seni keramik kepada masyarakat

Peranan dalam penyeleksian karya tepatnya dilakukan oleh kurator. Irianto, Gautama, dan Dartanto mengatakan hal yang sama mengenai proses ini, yaitu penyeleksian karya dan seniman murni dilakukan melalui koneksi/*networking*. Jadi karya yang ditampilkan dalam JCCB#2 tidak berasal dari permintaan komisi pihak kepanitiaan pameran ke seniman-seniman ataupun dari panggilan terbuka (*open call*). Seleksi ini didasarkan oleh tentunya observasi yang bisa dilakukan berbulan-bulan oleh pihak kurator dan tim. Soal keberadaan para seniman-seniman ini dapat dilihat dalam suatu *landscape* kesenian siapa figur-figur yang aktif dalam pembuatan seni keramik, siapa yang sering muncul dalam pembicaraan kesenian keramik, dan siapa yang mempunyai gagasan-gagasan menarik yang patut untuk ditampilkan serta sesuai dengan tema pameran.



Gambar 1. Karya milik Vipoo Srivilasa (kiri) dan Michael Dullan (kanan) di JCCB#2.
Sumber: <https://jakartacontemporaryceramic.wordpress.com/>

Teknik penyeleksian ini juga berlaku terhadap seniman dan karya internasional yang berasal dari luar negeri. Kurator memiliki pengalaman dan konektivitas hubungan *circle* seniman yang telah dikembangkan selama karirnya, terbukti kepunyaan koneksi ini sangatlah terpakai untuk kebutuhan penyeleksian seniman dan karya. Contohnya seperti seniman Michael Dullan dan Vipoo Srivilasa yang dikenali oleh kurator pada saat mereka bertemu di Melbourne, Australia. Untuk penyeleksian ini kurator juga mendapatkan saran dari anggota kepanitiaian JCCB yang lain, termasuk Irianto dan juga Gautama, tetapi pada akhirnya keputusan terakhir tetap berada pada tangan kurator. Representasi dan Realisasi

Kurator berperan dalam perencanaan display dengan menyesuaikan rancangan display berdasarkan *floor plan* (denah ruang) tiap venue pameran. Dari hal ini kurator memang mempunyai hak untuk meminta denah ruangan, yang dimana dari denah tersebut, kurator menyesuaikan karya-karya yang terpilih dengan denah yang ada lalu disosialisasikan kepada preparator (*Art Handler*) untuk teknis pemasangan. Kurator juga melakukan supervisi terhadap pemasangan tersebut. Mengenai display yang dilakukan untuk JCCB#2, secara teknis karya tersebar dengan acak dan display tidak mempunyai titik pusat. Display untuk pameran ini juga dikategorikan berdasarkan tema, medium, dan konsep karya. Antara lain: tradisi, kontemporer, modern, dan desain.

Dalam pengerjaan display, kurator bekerja sama dengan preparator. Preparator berfungsi khusus untuk mengeksekusi gagasan kurasi dalam penataan karya. Melihat sepuluh tahun yang lalu, spesifikasi profesi preparator belum terlihat seperti saat sekarang ini. Display yang dilakukan dengan menerjemahkan tema pameran kedalam bahasa display. Orientasi posisi karya dikelompokkan berdasarkan kategorinya, seperti tradisi, kontemporer, modern, dan desain.



Gambar 2. Sudjud Dartanto (kiri) dan Asmudjo Irianto (kanan) membantu dan mensupervisi penataan display karya. Sumber: <https://jakartacontemporaryceramic.wordpress.com/>

Dalam JCCB, penulisan teks kuratorial dibedakan menjadi dua jenis. Yang pertama adalah *wall text* (teks dinding) dan yang kedua, *curatorial notes* (catatan kuratorial). *Wall text* diadakan dalam pameran secara riil, yaitu di pintu masuk utama pameran. Teks ini berisikan seperti abstrak sebuah pameran, yang menjelaskan mengenai latar belakang dan tujuan pameran, serta apa yang membuat pameran menarik. Sementara kuratorial notes berisi deskripsi atau penjabaran lebih dalam lagi mengenai tema pameran, seniman yang diundang, dan karya yang dibahas. Perbedaan antara *wall text* dan *curatorial notes* ini juga terletak dalam kuantitas kata yang ada pada tiap jenis teks. *Wall text* biasanya tidak lebih dari 500 kata. Adapun *curatorial notes* yang terletak pada katalog lebih dari 500 kata. Teks kuratorial yang dibuat oleh kurator pun ada sebelum pembukaan pameran terjadi, dikarenakan teks kuratorial dibutuhkan untuk kebutuhan katalog dan publikasi yang direncanakan sebelum pembukaan pameran.

Mengenai pendekatan penulisan ini kurator juga mengenai metode pendekatan kurasi yang juga terbagi menjadi dua cara. *Bottom up* yang berarti telah dilakukan observasi lapangan terlebih dahulu, kemudian tema dan elaborasinya dibuat, dan metode *top down* yang berarti ide dirumuskan terlebih dahulu kemudian observasi baru dilakukan setelah perumusan ide tersebut. Kurator JCCB#2 dengan tema "Crafting Identity" melakukan metode *bottom up*, yang dimana kurator melakukan observasi lapangan, lalu merumuskan tema dan penjelasannya, yang berkembang menjadi konsep pameran dan teks kuratorial.

Kurator juga hadir dalam hari-hari pelaksanaan pameran. Dalam keberlangsungan pameran JCCB sendiri terdapat aktivitas-aktivitas yang menghadirkan kurator, para penyelenggara JCCB, dan juga seniman-seniman yang ikut serta dalam pameran. Keikutsertaan kurator dalam aktivitas-aktivitas seminar yang berupa *curator/artist talk* juga diharuskan dalam agenda pameran. Dengan hal ini kurator berdiskusi mengenai tema, konsep, dan kuratorial pameran dan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diutarakan para audiens mengenai hal tersebut. Berkaitan dengan apa yang dikatakan oleh Wisetrotomo (2020) mengenai peran kurator sebagai pengelola kontroversi, praktik mengelola kontroversi yang dilakukan JCCB mungkin tidak terlalu sama dengan apa yang dimaksud Wisetrotomo, yaitu pengelolaan dan regulasi saat kritik datang. Dalam konteks ini lebih merupakan sebuah ruang diskusi yang datang dalam seminar dan curator talk yang dilaksanakan dalam dua hari rundown acara JCCB#2



Gambar 3. *curator/artist talk* dalam pameran JCCB#2.
 Sumber: <https://jakartacontemporaryceramic.wordpress.com/>

Kontrol dan evaluasi

Dalam tahap kontrol dan evaluasi kurator berperan dalam tahapan akhir pameran, yaitu mengevaluasi seluruh proses dan hasil kerja kuratorial dalam pembuatan pameran. Evaluasi ini dilakukan antara kurator dengan pihak-pihak penyelenggara pameran lainnya, seperti *advisor* dan *project manager* yang mengevaluasi secara keseluruhan mengenai hal tersebut, agar hal-hal yang kurang efisien dapat dihindari dalam kontinuitas acara JCCB selanjutnya. Selain kerja internal kurator, apa yang dievaluasi salah satunya juga adalah mengenai komunikasi dari pameran JCCB ke pihak publikasi yang meliput mengenai acara pameran.

Kontinuitas ini juga berhubungan dengan pameran JCCB yang ketiga, seperti apa yang dilakukan di bersambungnya pameran yang pertama ke yang kedua, ada sebuah pemilihan kurator oleh kurator JCCB yang pertama. Seharusnya, seperti halnya dari pameran yang pertama ke yang kedua, kurator JCCB yang kedua (Sudjud Dartanto) memilih seseorang untuk menjadi kurator JCCB ketiga dan juga menjadi penasihat untuk kurator yang selanjutnya. Sistem tersebut tetapi tidak dilakukan oleh kurator JCCB#2 karena alasan pribadi

Asmudjo Irianto (*Advisor* JCCB#2/Inisiator JCCB) :

- Menentukan tema, memilih seniman, memilih karya, dan display
- Terlibat dalam seminar dan simposium
- Kerja kurasi bisa dimulai dari RAB, yang dimana ia mengatur strategi pendanaan dan seniman

Nia Gautama (*Exhibition Manager* JCCB#2) :

- Kurator tidak terlibat dalam perencanaan finansial maupun kepanitiaan/SDM

<ul style="list-style-type: none"> - Kurator JCCB#2 murni : <ul style="list-style-type: none"> a. mengkonsep pameran b.mengkurasi karya-karya pameran c.menulis kuratorial d.mengkonsep display karya-karya
<p>Sudjud Dartanto (Kuratur JCCB#2) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - merancang tema - memilih dan menyeleksi seniman - menentukan tata pajang - mengkomunikasikan ke pihak publikasi

Tabel 1. *Perbandingan peran kurator menurut narasumber*

Ketiga narasumber masing-masing juga memberitahu peran kurator di JCCB#2. Dari tabel ini terlihat bahwa ada perbedaan dari runtutan peran yang diberikan Advisor/Inisiator JCCB (Irianto), *Exhibition Manager* (Gautama), dan kurator (Dartanto) sendiri. Pertama, Irianto mengatakan bahwa kurator melakukan penentuan tema, penyeleksian karya dan tata display, kurator juga hadir dalam kegiatan simposium/seminar pameran. Kerja kurator dimulai dari perencanaan anggaran, yang dimana kurator terlibat dalam pengaturan dana dan seniman. Kedua, Gautama mengatakan bahwa kurator tidak terlibat dalam rancangan finansial maupun kepanitiaan pameran, kurator hanya berperan untuk membuat konsep pameran, mengkurasi karya, menulis kuratorial, dan mengkonsep display karya. Terakhir, Dartanto sebagai kurator sendiri mengatakan bahwa kurator berperan dalam perancangan tema, pemilihan seniman, penentuan tata pajang, dan mengkomunikasikan pameran ke pihak publikasi.

Dari data di atas, dapat dianalisis bahwa memang ada perbedaan dalam peran kurator JCCB#2 menurut ketiga narasumber. Hal ini sama dengan teori peran kurator (Vitkauskaitė, 2015) yang sangat berkaitan dalam sistematika terjadinya pameran. Dalam teori tersebut dikatakan ada beberapa tahapan peran kurator yang berkaitan dengan pengaturan moneter, tetapi balik lagi bahwa kurator dalam JCCB#2 secara realita tidak terlibat dalam perancangan finansial atau kepanitiaan pameran. Kurator murni berperan dalam perumusan tema dan konsep, melakukan penyeleksian seniman dan karyanya, merancang tata pajang, hadir dalam seminar di pameran.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari apa yang ditulis dan dipaparkan di riset ini yang didasarkan analisis di atas, peran kurator, hasil wawancara dan metode riset deskriptif yang melibatkan analisis dokumen, laman online, dan juga foto-foto yang berkaitan dengan keingintahuan kita mengenai peran kurator yang dilakukan

Jakarta Contemporary Ceramics Biennale #2 "Crafting Identity", peran kurator yang hadir dalam pameran biennale ini secara garis besar sesuai dengan teori yang ada.

Kurator JCCB#2 memulai perannya sebagai seseorang yang melakukan tahapan riset untuk akhirnya merumuskan konsep dan tema pameran. Lalu dilanjutkan dalam pemilihan seniman dan karya yang dihadirkan dalam pameran. Kurator juga mempunyai peranan dalam keberlangsungan pameran itu sendiri, dengan kehadirannya di aktivitas yang berlangsung di hari-hari pameran (*curator/artist talk*). Meskipun ada sedikit perbedaan antara teori dan juga narasumber mengenai apa saja peran yang dimiliki kurator, garis besar peran ini sudah terlihat dengan hasil dan realita yang terjadi. Oleh karena itu, keberadaan riset ini menaruh harapan untuk dapat dimanfaatkan dalam melihat perbandingan antara teori dan eksekusi nyata mengenai peran kurator, ditambah dengan perbandingan antar peran kurator di pameran sekarang dengan pameran yang dilakukan 10 tahun yang lalu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Berk, C. (2015). *This Exhibition is About Now: Tasmanian Aboriginality at the Tasmanian Museum and Art Gallery*. Museum Anthropology Journal.
- Kompatsiaris, P. (2019). *Biennial Art and its Rituals: Value, Political Economy and Artfulness*. Journal of Aesthetics & Culture.
- Markin, P. (2016). *Global Art Biennials, the International Art World, and the Shanghai Biennale*.
- Richardson, C. (2003). *Styling a Style Show: Interview with Tim Benton, co-curator of the Art Deco Exhibition*. The Art Book.
- Tang, J. (2007). *Of Biennials and Biennialists: Venice, Documenta, Münster: Theory, Culture & Society*.
- Tang, J. (2011). *Biennialization and its Discontents. In Negotiating Values in The Creative Industries: Fairs, Festivals and Competitive Events*. Cambridge and New York: Cambridge University Press.
- Vitkauskaitė, I. (2015). The Role of the Freelance Curator in an Art Exhibition. *European Journal of Interdisciplinary Studies*.
- Wisetroto, Suwarno. (2020). *Kuratorial: Hulu Hilir Ekosistem Seni*. Bantul. Yogyakarta: Penerbit Nyala.
- Yilmaz, P. U. (2021). *A Quest for Curatorial Authority: Beral Madra and The First Two Istanbul Biennials*. Wiley Periodicals.

Website

- Wordpress.com. Effendy, R. (2009). *Jakarta Contemporary Ceramics Biennale 2009 In between Space of Contemporary Art*. <https://jakartacontemporaryceramic.files.wordpress.com/2009/12/englishtextrifkyjccb.pdf>. Diakses pada 1 November 2021.
- Republika.co.id. Hazliansyah (2014). *Pameran Seni Keramik Kontemporer Kembali Digelar*. https://www.republika.co.id/berita/gaya_hidup/trend/14/09/19/nc4zhk-pameran-seni-keramik-kontemporer-kembali-digelar?ref=bewaraco. Diakses pada 1 November 2021.
- Biennalejogja.org. Samboh, G. (2015). *Biennale Jogja dari Masa ke Masa*. Website Biennale Jogja. <http://www.biennalejogja.org/2015/biennale-jogja-dari-masa-ke-masa/>. Diakses pada 5 November 2021.
- Sarasvati .co.id. Sarasvati (2013). *Menyelami Jakarta Contemporary Ceramics Biennale: Dari Pemetaan Hingga Penjelajahan*. <https://sarasvati.co.id/pameran/01/menyelami-jakarta-contemporary-ceramics-biennale-dari-pemetaan-hingga-penjelajahan/>. Diakses pada 2 September 2021.
- Theguardian.com. Obrist, H. U. (2014). *Hans Ulrich Obrist: The Art of Curation*. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2014/mar/23/hans-ulrich-obrist-art-curator>. Diakses pada 10 September 2021.
- Tempo.co. Wahid, I. (2009). *Wajah Seni Keramik Indonesia*. <https://seleb.tempo.co/read/215026/wajah-seni-keramik-indonesia>. Diakses pada 5 November 2021.
- Wordpress.com. *Website Resmi Jakarta Contemporary Ceramics Biennale*. <https://jakartacontemporaryceramic.wordpress.com/history-of-the-jccb/>. Diakses pada 5 November 2021.
- Issuu.com. Tim Katalog JCCB #2 (2013). *The 2nd JCCB: E Catalogue*. <https://issuu.com/jccbindonesia/docs/catalogjccb2-resize>. Diakses pada 2 September 2021.

Wawancara

- Sudjud Dartanto. (2021) Wawancara pribadi. "Peran Kurator dalam JCCB#2". Dilakukan pada 24 dan 26 Oktober 2021
- Gautama, N. (2021) Wawancara pribadi. "Peran Kurator dalam JCCB#2". Dilakukan pada 20 dan 25 Oktober 2021.
- Irianto, A.. (2021) Wawancara pribadi. "Peran Kurator dalam JCCB#2". Dilakukan pada 2 November 2021

PERAN KURATOR

DALAM PAMERAN “CHANNEL OF LIGHT”

Mohammad Arrazi - mohammadarrazi7@gmail.com

Candra Irawan Amin Rais - candrai801@gmail.com

Dinda Retno Rosanti - dindaretno781@gmail.com

ABSTRAK

Peran kurator dalam pameran “Channel of Light” ini memiliki perbedaan jika dibandingkan dengan teori-teori mengenai peran kurator yang ada. Dalam hal ini, seniman dan kurator lebih mengutamakan diskusi secara verbal antara satu sama lain. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif serta pengumpulan data dengan cara wawancara dan analisis dokumen. Dalam hal ini, peran kerja sama antara seniman dan kurator sangat penting dalam menjalankan pameran ini. Fakta yang terjadi di pameran ini adalah bahwa latar belakang seniman dan kurator dan kerja sama yang mereka lakukan sebelumnya sangat krusial dalam kesuksesan penyampaian ide dan gagasan kepada publik untuk bisa menjalankan pameran dengan sangat baik.

Kata kunci: Kurator, Pameran, Seniman.

ABSTRACT

The role of the curator in the "Channel of Light" exhibition is different from the existing theories regarding the role of the curator. In this case the artist and curator prioritize verbal discussions with each other. The research uses qualitative descriptive methods and data collection by means of interviews and document analysis. In this case, the role of collaboration between artists and curators is very important in running this exhibition. The fact that happened at this exhibition that both of curator and artist's background and their previous cooperation was crucial in the success of conveying ideas to the public and being able to run the exhibition very well.

Keywords: Curator, Exhibition, Artist.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pameran "Channel of Light" adalah pameran tunggal dari karya-karya Achmad Krisgatha dan dikuratori oleh Rizki A. Zaelani. Pameran "Channel of Light" merupakan pameran yang mengangkat tema cahaya sebagai objek utamanya. Krisgatha menyajikan sekitar delapan karya instalasi yang dipresentasikan melalui guratan-guratan pancaran cahaya, yang mana setiap karyanya memiliki makna yang berbeda-beda, tergantung dari sudut pandang pengunjung dan bagaimana pengunjung merefleksikannya. Karya-karya tersebut merupakan karya mutakhir Krisgatha yang ia kerjakan dengan merekatkan berbagai pengaruh wacana dalam lintas disiplin ilmu yang ia peroleh dari pengalaman hidupnya.

Dalam kerja kurasi menurut kurator pada pameran ini, seniman tidak lagi ingin menampilkan karya yang biasa. Ia ingin mengenalkan bahwa cahaya bukan hanya pelengkap dalam suatu pameran tapi cahaya juga bisa dijadikan sebagai karya. Lebih kurang sebagai objek yang menjadi pemeran utama dalam sebuah pameran. Karya-karya dalam pameran ini tak lagi membahasakan persoalan tentang objek, benda, sosok, atau gambaran peristiwa tertentu, melainkan tentang "menjadi ada di antara" ekspresi karya seni sebagai sebuah kesatuan pengalaman. Krisgatha berusaha mewujudkan adanya semacam "saluran bagi bekerjanya daya cahaya" secara lebih optimal dan terwujud. Menurut kurator, setiap karya yang ada dalam pameran ini akan memiliki makna yang berbeda apabila dilihat dari sisi yang berbeda.

Menurut Krisgatha, pameran ini merupakan pameran pertama yang mengangkat cahaya sebagai objek utamanya. Jika dibandingkan dengan pameran yang ada di Galeri Nasional pada saat itu, pameran ini cukup menarik atensi masyarakat dan cukup radikal. Alasan mengapa pameran ini cukup unik dan

menarik di mata kurator adalah disebabkan karena minimnya seniman yang mengangkat tema cahaya. Walaupun terdapat beberapa kesulitan penyampaian makna dari karya-karya yang dipamerkan kepada pengunjung pameran, pameran ini tetap berhasil menarik perhatian pengunjung dan menjadi pameran seni instalasi yang cukup diminati pada masa itu.

Rumusan Masalah

Bagaimana peran kurator dalam pameran “Channel of Light”?

Tinjauan Pustaka

Artikel yang pertama adalah Pidato Dies Natalis ke-47, Institut Kesenian Jakarta, Jakarta, 27 Juli 2017 oleh Jim Supangkat mengenai kerja kurasi dan profesi kurator. Artikel ini menjelaskan tentang bagaimana proses kerja seorang kurator. Artikel tersebut berkaitan dengan kenyataan bahwa kerja kurasi memang menarik perhatian perguruan tinggi seni pada dekade terakhir ini. Bagaimana seorang kurator bekerja, bagaimana menjadi seorang kurasi yang benar juga berkaitan dengan kemunculan kerja kurasi di Indonesia yang terjadi jauh sebelumnya yang masih belum banyak dibahas dalam dunia seni dan kurasi di Indonesia.

Artikel yang kedua adalah "Studi Penciptaan Karya Seni Instalasi Berbasis Eksperimen Kreatif dengan Medium Gembreg" oleh Henri Cholis dalam *Brikolase: Jurnal Kajian Teori, Praktik, dan Wacana Seni Budaya Rupa* 5 (1), 2013. Artikel tersebut membahas tentang eksperimental seni instalasi dan bentuk pengembangannya. Artikel kedua ini membahas mengenai studi tentang penciptaan karya seni instalasi berbasis kreatifitas yang kemudian dikembangkan dengan kemungkinan-kemungkinan yang ada, mengikuti bagaimana tren dan perkembangan yang ada sehingga bisa menciptakan sebuah karya seni instalasi yang kreatif untuk meningkatkan validitas dan kualitas seni instalasi itu sendiri.

Artikel yang ketiga adalah “Tweet For Barthes” Interpretasi Esai "The Death Of The Author" dalam Penciptaan Seni Konseptual oleh Anton Budi Setyawan, PPS ISI Yogyakarta, 2017, mengenai pengertian konseptual dari berbagai sudut pandang. Artikel ini menjelaskan proses kerja kreatif mengamati sebuah karya seni dan kemudian direalisasikan pada esai yang berjudul "The Death Of The Author". Studi terhadap semiotika De Saussure, komposisi 4:33 John Cage, karya One And Three Chairs dari Kosuth, pengamatan terhadap aktivitas penggunaan jejaring sosial, pemikiran tentang gerakan seni Avant Garde, serta wacana seni konseptual adalah beberapa aspek yang melatarbelakangi lahirnya proyek seni dalam sebuah penciptaan seni dalam proses kerja kurasi.

Landasan Teori

Menurut Mikke Susanto (2004), seorang kurator harus selalu menambah wawasan kuratorialnya, antara lain dengan membaca berbagai buku, menulis artikel, serta praktik. Selain itu, kurator juga harus pandai dalam berperan sebagai sejarawan, humas, jurnalis, serta organisator. Kurator harus mampu mengkritisi karya dan memiliki ide baru agar karya perupa yang dikuratori menjadi lebih menarik dan dapat diterima oleh publik. Yuswantoro Adi yang juga merupakan seorang perupa pada tahun 2004, menuliskan kerja-kerja kuratorial adalah memberi jasa perencanaan dan pelaksanaan suatu pameran seni rupa, yang di dalamnya selain praktik pameran, juga dapat membangun wacana representasi seni yang dibuat.

Menurut website Galeri Nasional (2021), secara umum tim kurator memiliki tugas, antara lain:

- a. Mengamati dan menganalisis perkembangan seni rupa Indonesia dan seni rupa internasional.
- b. Mempertimbangkan dan menyeleksi karya dan kegiatan pameran di Galeri Nasional Indonesia.
- c. Membantu mempertimbangkan tata pameran tetap, sistem pendokumentasian, dan kebijakan pengelolaan koleksi.
- d. Melakukan kerjasama, bimbingan, edukasi, dan apresiasi seni rupa melalui kegiatan-kegiatan galeri.

Adapun menurut Hans Jorg Furst dalam bukunya Susan M. Pearce (1989: 99) pameran memiliki dua tipe utama dilihat dari gaya suatu pameran, yaitu:

- a. Gaya dengan pendekatan estetik, bercirikan lebih berkonsentrasi pada pandangan bahwa objek memiliki nilai intrinsik yang dengan sendirinya berbicara untuk dirinya sendiri dan penekanan diberikan kepada hak dari objek untuk berdiri sendiri.
- b. Gaya dengan pendekatan rekonstruktif, memiliki ciri yang menghadirkan objek sebagai sesuatu yang memiliki arti secara etnografi dan berusaha untuk menginformasikan budaya latarnya.

Metodologi Riset

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis, proses dan makna berdasarkan perspektif subjek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif (Sugiarto, 2017). Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan

yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, sebuah kelompok, atau suatu kejadian. (Sugiyono, 2016).

Teknik Pengumpulan Data dilakukan dengan:

- a. Wawancara dengan para narasumber, yaitu dengan Achmad Krisgatha sebagai seniman dan Rizki Ahmad Zaelani sebagai kurator pameran.
- b. Analisis dokumen, yaitu dari buku, jurnal, katalog, teks kurator, dan artikel publikasi.

PEMBAHASAN

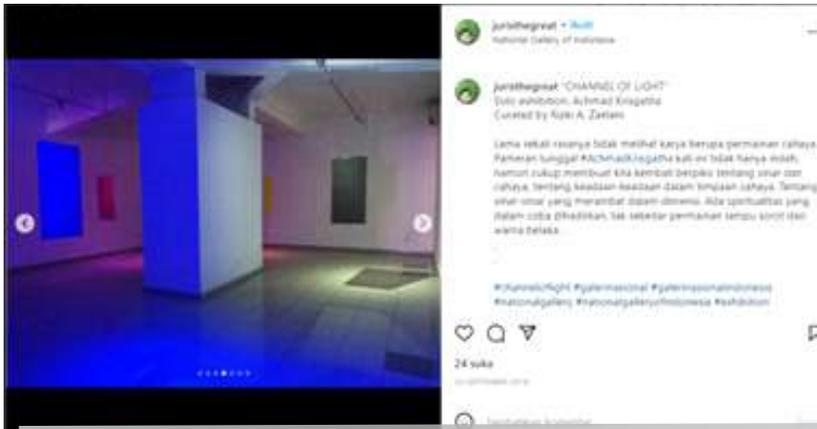
Latar Belakang Pameran

Pameran “Channel of Light” merupakan pameran yang mengangkat tema cahaya sebagai objek utamanya. Pada pameran ini seniman menyajikan sekitar delapan karya instalasi yang dipresentasikan melalui guratan-guratan pancaran cahaya. Menurut kurator pada pameran ini, dalam kerja kurasi seniman tidak lagi ingin menampilkan karya yang biasa, ia ingin mengenalkan bahwa cahaya bukan hanya pelengkap dalam suatu pameran, tetapi cahaya juga bisa dijadikan sebagai karya atau objek yang menjadi peran utama dalam sebuah pameran. Karya-karya ini tak lagi membahasakan persoalan tentang objek, benda, sosok, atau gambaran peristiwa tertentu, melainkan tentang "menjadi ada di antara" ekspresi karya seni sebagai sebuah kesatuan pengalaman. Krisgatha berusaha mewujudkan adanya semacam "saluran bagi bekerjanya daya cahaya" secara lebih optimal dan terwujud. Menurut kurator, setiap karya yang ada dalam pameran ini akan memiliki makna yang berbeda apabila dilihat dari sisi yang berbeda.

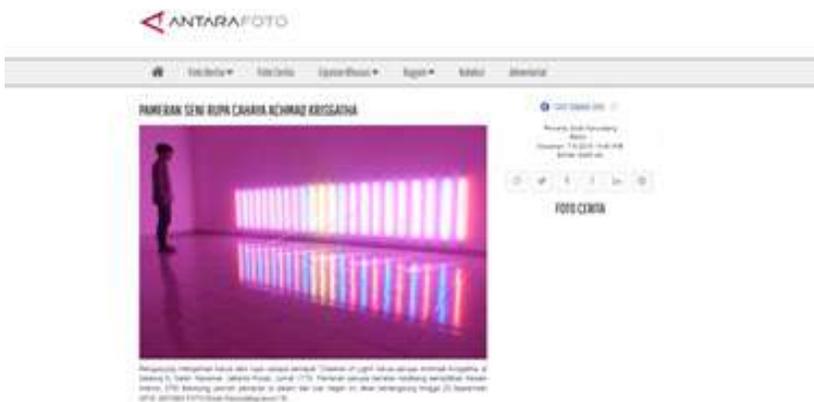
Publikasi Portal Berita



Gambar 1. Publikasi Pameran "Channel of Light"
Sumber: Majalahcobra.com



Gambar 2. Testimoni Pameran dari salah satu akun instagram
 Sumber: Instagram.com Juristhegreat



Gambar 3. Publikasi Pameran “Channel of Light”
 Sumber : Antarafoto.com

Timeline Pameran

Sebelum terlaksana, pameran telah mengalami proses yang panjang, mulai dari riset awal hingga pembuatan karya yang akan diangkat pada pameran Channel of Light. Pada Agustus 2015, seniman mulai melakukan riset tentang karya yang ingin dipamerkan, dibantu oleh kurator, sekaligus memulai perencanaan bagaimana karya-karya tersebut akan dibuat. Konsep pameran yang mengusung tema cahaya juga mulai digagas pada pertemuan ini. Pertemuan ini didasarkan pada

saling kenalnya seniman, yaitu Achmad Krisgatha dan Kurator Galeri Nasional, Rizki Ahmad Zaelani. Pameran ini bukanlah kerja sama yang pertama kali bagi mereka.

Pada Desember 2017, kurator dan seniman mengumpulkan proposal ke pihak Galeri Nasional. Pada tahap ini, kurator dan seniman bekerja sama mengumpulkan data yang akan dibutuhkan untuk proposal nantinya. Seperti proposal pada umumnya, hal-hal yang dirinci pada proposal ini juga mencakup lokasi, deskripsi tentang konsep pameran, pembiayaan, dan segala hal yang terkait dengan pelaksanaan pameran. Dilanjutkan pada Maret 2018, kurator memulai penulisan kuratorial dengan diskusi bersama seniman untuk saling bertukar pikiran. Kemudian, kurator mencoba memahami bagaimana pola pikir dan maksud seniman untuk menyusun teks kuratorial agar sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh seniman.

Kemudian pada September 2018, display dan pembukaan pameran di Galeri Nasional. Lebih tepatnya, pameran ini dibuka pada tanggal 6 September 2018 pukul 15.00 di Galeri Nasional Indonesia, Jl. Medan Merdeka Timur No. 14, Jakarta Pusat. Acara ini kemudian dilanjutkan dengan *artist talk* dan diskusi bersama seniman pada tanggal 17 September 2018.

Penentuan Kurator pada Pameran “Channel of Light”

Dalam pameran “Channel of Light”, kurator berperan cukup banyak. Penentuan tim produksi pameran juga ditentukan oleh kurator karena sebagian besar tim tersebut merupakan pekerja di Galeri Nasional. Dalam hal penentuan tempat pameran juga cukup mudah karena kurator pameran “Channel of Light”. Keberhasilan pameran ini juga disebabkan oleh kurator yang merupakan kenalan atau bisa disebut sebagai partner seniman karena sebelumnya mereka sudah pernah beberapa kali bekerja sama membuat sebuah pameran. Pemahaman kurator yang sangat baik dalam menyampaikan makna karya dan mempresentasikan ide dan gagasan seniman juga menjadi salah satu penentu keberhasilan pameran ini. Kesuksesan yang terlihat adalah terdapat pada sekitar 8.000 orang yang berkunjung ke pameran tersebut. Dari angka tersebut, pameran ini menjadi salah satu pameran yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2018 di Galeri Nasional.

Komparasi antara praktik kuratorial menurut Hans Jorg Furst dalam Susan M. Pearce (1989: 99) dengan proses kuratorial pada pameran ini:

- *Comparative-Analysis*: Kurator dan seniman melakukan diskusi apa saja karya yang ingin dipamerkan; proses riset ini dimulai 1 tahun sebelum pameran diadakan.
- *Interpretasi*: Pendalaman dalam proses ini dilakukan secara intens 3 bulan sebelumnya dan ada beberapa karya yang dibuat dari hasil diskusi.

- Penentuan objek: Yang ditampilkan dalam pameran ini murni keinginan dari seniman itu sendiri. Dalam praktiknya kurator hanya sedikit terlibat dalam penentuan objek.
- Proses kurasi: Dalam pembuatan katalog maupun teks kuratorial banyak dipengaruhi oleh penjelasan-penjelasan seniman itu sendiri, mulai dari apa yang dibaca, dilihat, dan didengar.

Tugas Kurator dalam Pameran “Channel of Light”



Gambar 4. Infografis Tugas Kurator
Sumber: Dokumentasi pribadi

Katalog Pameran “Channel Of Light”



Gambar 5. Karya Pada Pameran “Channel of Light”
Sumber: Katalog Pameran “Channel of Light”



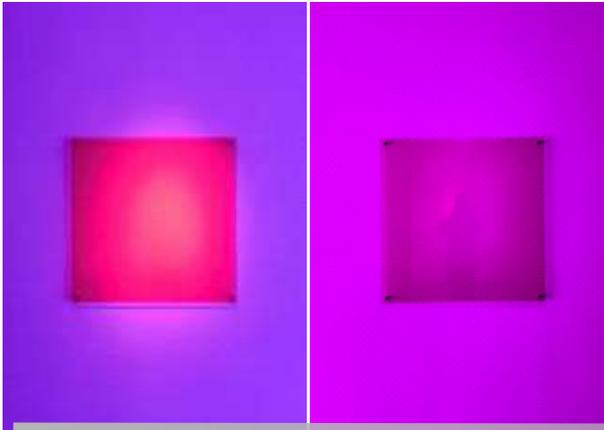
"There Are Things
Known, and Things
Unknown, and In
Between Are The Poors"
2018
(Site Specific Condition,
Objectified Colour)
Variable Dimensions
Neon Tube, Plexi Glass,
Film Transfer

Gambar 6. Karya Pada Pameran "Channel of Light"
Sumber: Katalog Pameran "Channel of Light"



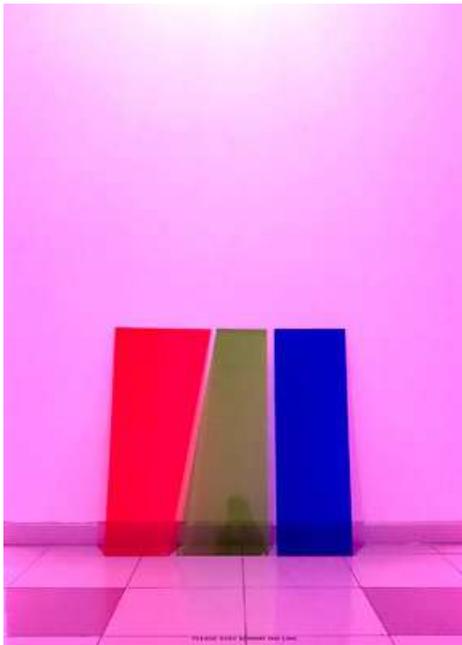
"8 Degrees
Separation"
2018
Site Specific
Condition,
Objectified Colour
93 CM X 43 CM
Plexi Glass, Film
Transfer, Lamp

Gambar 7. Karya Pada Pameran "Channel Of Light"
Sumber: Katalog Pameran "Channel Of Light"



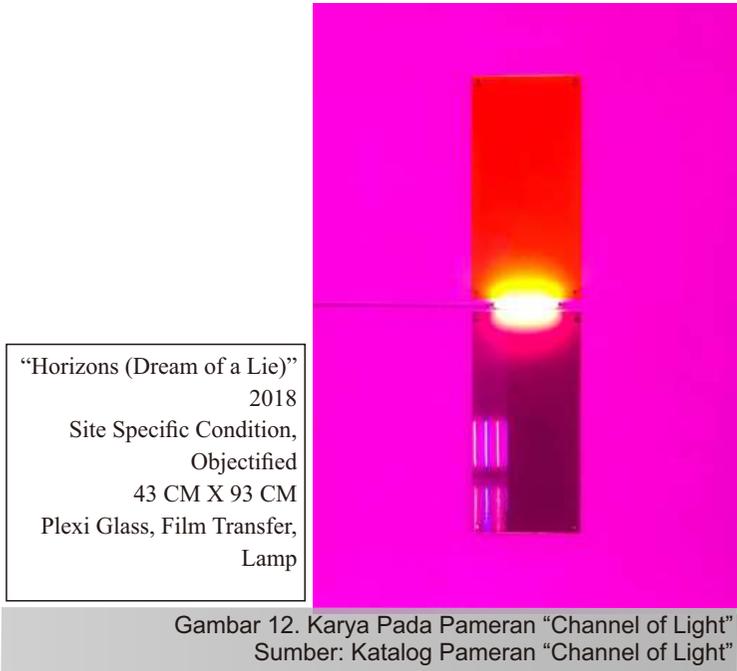
“For Grace, After
Party 1 - 2”
2018
Site Specific
Condition,
Objectified
93 CM X 93 CM
Plexi Glass, Film
Transfer, Lamp

Gambar 9 dan 10. Karya Pada Pameran “Channel of Light”
Sumber: Katalog Pameran “Channel of Light”



“Fragments and Fiction”
2018
Site Specific Condition,
Objectified
93 CM X 93 CM
Plexi Glass, Film Transfer,
Lamp

Gambar 11. Karya Pada Pameran “Channel of Light”
Sumber: Katalog Pameran “Channel of Light”



PENUTUP

Kesimpulan

Kurator merupakan seorang yang berperan sebagai orang yang memberikan informasi gagasan kepada publik mengenai suatu karya dalam sebuah pameran, serta memiliki peran sebagai orang yang membantu, memilih, mengatur, dan merancang kerangka kerja dalam susunan suatu pameran. Dalam praktik kerja kuratorial di pameran “Channel of Light”, peran kurator sebagian besar tidak sejalan dengan teori yang sudah ada. Banyak praktik kuratorial yang secara organik mengalir begitu saja, mulai dari pembuatan proposal, rencana penataan karya, diskusi dengan seniman, dan pembuatan teks kuratorial serta katalog. Namun dalam hal ini, peran kerja sama antara seniman dan kurator sangat penting dalam menjalankan pameran. Fakta yang terjadi di pameran ini bahwa latar belakang dari keduanya serta kerjasama sebelumnya sangat krusial dalam kesuksesan penyampaian ide dan gagasan kepada publik dan bisa menjalankan pameran dengan sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Akmal, I., & Sandjaja, S. (2006). *Lighting*, Penerbit PT. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Darmasetiawan, C., & Puspakesuma, L. (1991). *Teknik Pencahayaan dan Tata Letak Lampu*. Jakarta: Gramedia.
- Dwimirnani, P., & Rahman, M. (2010). *Tata Cahaya Interior Rumah Tinggal*. Jakarta: PT. Penebar Swadaya Wisma Hijau.
- Ganslandt, R., & Hofmann, H. (1992). *Handbook of Interior Lighting Erco Edition*. Germany: The Vieweg Publishing Company.
- Karlen, M., & Benya, J. (2007). *Dasar-Dasar Desain Pencahayaan*. Jakarta: Erlangga.
- Julius, P., & Martin, Z. (2003). *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. Jakarta: Erlangga.
- Parta, I. W. S., Yustiono, Y., & Damayanti, N. Y. (2013). *Kajian Karya-Karya I Nyoman Erawan, antara Tradisi dan Modernitas*. Journal of Visual Art and Design, 5(2), 135-154.
- Sari, S. P. (2012). *Galeri Seni Rupa Kontemporer di Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sugiarjo, E. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif*. Skripsi dan Tesis: Suaka Media. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: PTAlfabet.
- Sumardjo, J. (2000). *Filsafat Seni*. Bandung: Penerbit ITB.
- Supangkat, J. (1997). *Indonesian Modern Art and Beyond*. Jakarta: Indonesia Fine Arts Foundation.
- Supriyanto, E. (2013). (Arndt, Matthias, Ed.). *Indonesian Contemporary Art: Becoming Contemporary, Becoming Global*. Berlin: Indonesian Visual Art Archive and Distanz Verlag GmbH.
- Susanto, Mikke. (2004). *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Galangpress Group.
- Suwandi, D. (2007). *Cahaya Sebagai Bentuk Seni*. Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain, 2(5), 254.
- Tjetjep, R. R. (2011). *Metodologi Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.

Website

- Docplayer.info. 2021. *Achmad Krisgatha CHANNEL OF LIGHT*. [https://docplayer.info/94839085-Achmad-krisgatha-channel-of-light galeri-nasional-indonesia-jl-medan-merdeka-timur-no-14-jakartapusat.html](https://docplayer.info/94839085-Achmad-krisgatha-channel-of-light-galeri-nasional-indonesia-jl-medan-merdeka-timur-no-14-jakartapusat.html). Diakses pada 22 Oktober 2021.
- Galeri-nasional.or.id. 2021. *Press Release: Pameran Tunggal Achmad Krisgatha Channel of Light*, http://galerinasional.or.id/newss/623pameran_tunggal_achmad_krisgatha_channel_of_light. Diakses pada 20 Oktober 2021.
- Hot.detik.com. 2018. *Karya New Media 3 Perupa Hiasi Penjuru Komunitas Salihara*. <https://hot.detik.com/art/d-4145518/karya-new-media-3-perupa-muda-hiasi-penjuru-komunitas-salihara>. Diakses pada 24 Oktober 2021.
- Majalahcobra.com. 2018. *Majalah Cobra: Pameran Tunggal Achmad Krisgatha "Channel of Light"*. <http://majalahcobra.com/blog/pameran-tunggal-achmad-krisgatha-channel-of-light.html>. Diakses pada 20 Oktober 2021.
- Semaraknews.com. 2020. *Adaptasi Achmad Krisgatha sebagai Seniman Rupa di Musim Seni Salihara 2020*. <https://www.semaraknews.com/gayahidup/adaptasi-achmad-krisgatha-sebagai-seniman-rupa-di-musim-senisalihara-2020/>. Diakses pada 24 Oktober 2021.
- YouTube Pameran Ceremonial Galeri Nasional Indonesia. 2018. *Pameran Channel of Light 6 September 2018*. https://youtu.be/KsV_Q1_arMY. Diakses pada 19 Oktober 2021.

KURASI PAMERAN “RIMA RUPA”

JOGJA INTERNATIONAL DISABILITY ARTS BIENNALE 2021

Anisa Rahmadhani HRP - rahmadhanianisa93@gmail.com

Eunike Permatasari - eunikepermatasari@gmail.com

Andhika Reyhan - andika.reyhan2013@gmail.com

Citra Dewi Apriliandari- citradewiapr@gmail.com

ABSTRAK

Pameran “Rima Rupa” merupakan pameran disabilitas pertama yang diadakan oleh lembaga Jogja International Disability Arts Biennale pada tahun 2021. Pameran ini akan dilaksanakan secara berkala, yaitu dua tahun sekali (biennale). Pameran “Rima Rupa” yang dibuat oleh Jogja Disability Art ini menciptakan metode kurasi yang melibatkan para penyandang disabilitas dengan keterbatasan yang berbeda-beda. Metode yang diciptakan ini menjadi penting untuk diterapkan atau dilakukan untuk memberikan pengalaman dan pembelajaran membuat karya seni rupa yang dibimbing langsung oleh kurator dan juga memberikan ruang ekspresi bagi para seniman penyandang disabilitas. Sebelumnya, kurator sudah melakukan penyeleksian pada para seniman yang akan diikutsertakan dalam pameran ini. Kurator melakukan penyeleksian melalui akun media sosial para seniman. “Rima Rupa” yang menjadi penanda pentingnya keberagaman dan kebebasan dalam berekspresi secara visual. Pada proses penerapan praktik kurasi dalam pameran “Rima Rupa” dengan analisis menggunakan teori Suwarno Wisetrotomo, yaitu menentukan tema dan mekanisme seleksi, menulis pembacaan, dan merancang tata karya/presentasi (display), serta analisis kesimpulan untuk membuktikan proses kerja kurasi kurator pada pameran tersebut.

Kata Kunci: Pameran, Kurasi, Disabilitas, Kurator

ABSTRACT

The “Rima Rupa” exhibition is the first disability exhibition held by the Jogja International Disability Arts Biennale in 2021. This exhibition will be held regularly, namely every two years (Biennale). The exhibition “Rima Rupa” created by Jogja Disability Art creates a curation method that involves people with disabilities with different limitations. The method created is important to be applied or carried out to provide experience and learning to create works of art that are guided directly by the curator and also provide a space of expression for artists with disabilities. Previously, the curator had tracked the artists who would be included in this exhibition. The curator does tracking through the social media accounts of the artists. “Rima Rupa” which is a sign of the importance of diversity and freedom of visual expression. In the process of implementing the practice of curation in the “Rima Rupa” exhibition, the analysis used Suwarno Wisetrotomo's theory, namely determining the theme and selection mechanism, writing readings, and designing the work/presentation (display) as well as conclusion analysis to prove the work process of the curator at the exhibition.

Keywords: Exhibition, Curation, Disability, Curator

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Arts Biennale 2021 merupakan pameran disabilitas pertama yang diadakan oleh lembaga Jogja International Disability Arts yang akan dilaksanakan secara berkala, yaitu diadakan dua tahun sekali (Biennale). Pameran ini dibuka pada hari Jumat, 18 Oktober 2021 yang bertempat di Galeri R.J. Katamsi Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Pameran diselenggarakan mulai tanggal 18 Oktober 2021 sampai dengan 30 Oktober 2021 dengan peserta para pelaku seni rupa difabel. Pameran ini diikuti oleh 56 seniman dan memamerkan 120 karya dari berbagai negara seperti Indonesia, Australia, Brasil, Mesir, Kolombia, Korea Selatan, Selandia baru, Filipina, Afrika Selatan, dan Inggris. Pembukaan pameran ini dihadiri oleh Rektor dan Jajaran Pimpinan ISI Yogyakarta, Bupati Bantul, Ibu Yeni Wahid, Rektor UIN Sunan Kalijaga, dan tamu undangan lainnya. Pameran ini dilaksanakan secara luring dengan menerapkan protokol kesehatan secara ketat. Untuk dapat memasuki galeri pengunjung diwajibkan mematuhi protokol kesehatan yang berlaku dengan ketat seperti mencuci tangan sebelum masuk ke dalam galeri, menggunakan masker, dan menjaga jarak (Butong, 2021).

Pameran Jogja International Disability Arts Biennale Tahun 2021 mengambil tema “Rima Rupa”. Tema ini dipilih karena dianggap menandai keberagaman dan kebebasan dalam berekspresi secara visual baik pilihan gaya dalam seni rupa, teknik, proses pembuatan karya, maupun ide para peserta yang mengikuti pameran kali ini. Seperti halnya sebuah rima, pameran yang berulang dalam keragaman dan kebebasan ini akan berusaha untuk menemukan irama dan keindahannya dalam bahasa rupa. Keberagaman teknik, gaya, usia, kultur, pendidikan dan disabilitas disatukan dalam satu pameran sebagai bentuk berbagi pengetahuan dalam bidang seni rupa. Pameran bertujuan menjalin satu harmoni dan sinergi kedepan untuk kemajuan bersama melalui jalan berkesenian bagi pelaku seni difabel. Harmoni dan sinergi yang akan mendorong kemandirian pelaku seni difabel. "Sebagaimana tema Rima Rupa yaitu bentuk keragaman yang menembus sekat keterbatasan, sehingga pameran ini betul betul memunculkan karya para disabilitas dengan semangat dan kemampuannya optimalnya," tutur Ketua Jogja Disability Arts yang sekaligus sebagai kurator pameran Sukri Budi Dharma atau yang intim disapa Butong pada saat pembukaan pameran.

Dalam proses kurasi pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Arts Biennale 2021 ini, kurator tidak hanya menyeleksi karya saja, tetapi kurator juga melakukan riset pada perekrutan seniman dengan cara melacak jejak seniman melalui media sosialnya dan memantau seniman dalam proses pembuatan karyanya. Pameran “Rima Rupa” ini tidak hanya sebagai wadah menyalurkan ekspresi diri sang seniman, tetapi ada beberapa seniman yang menjadikan karyanya sebagai “Art Therapy” yang merupakan sebuah proses psikoterapi yang menggunakan seni sebagai media ekspresi.

Rumusan Masalah

Sebagaimana latar belakang pada penelitian ini, maka penelitian ini dilaksanakan dengan satu rumusan masalah, yaitu “Bagaimana proses kurasi pada pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Arts Biennale 2021?”. Sebagaimana pertanyaan tersebut, penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan proses kurasi pada Pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Arts Biennale 2021 dengan analisis menggunakan teori Suwarno Wisetrotomo serta analisis proses kerja kurasi kurator pada pameran tersebut.

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka pertama yang digunakan pada penelitian ini adalah Jurnal Tingkat Sarjana Seni Rupa dan Desain yang berjudul "Biografi dan Gagasan Kuratorial Jim Supangkat dalam Pameran-pameran Seni Rupa Kontemporer Indonesia Dekade 1990-an" yang ditulis oleh Yacobus Ari Respati. Pada jurnal ini

menjabarkan dalam bentuk deskriptif terhadap gagasan kuratorial Jim Supangkat mengenai seni rupa kontemporer Indonesia pada dekade 1990, yang mana pada penelitian ini digunakan sebagai tinjauan dalam menganalisis teks kuratorial pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Arts Biennale 2021.

Tinjauan pustaka kedua yang digunakan pada penelitian ini adalah skripsi yang ditulis oleh Tomi Firdaus yang berjudul Kurasi Pameran Seni Rupa “Menerjang Batas” Karya Penyandang Tunanetra dengan Pendekatan Rekognisi Sensorik. Pada skripsi ini berisi penjabaran dalam bentuk deskripsi terhadap pameran "Menerjang Batas" yang melibatkan penyandang disabilitas tunanetra dalam pembuatan karya seni rupa. Proses penerapan praktik kurasi dilakukan secara bertahap serta seleksi karya dilakukan oleh kurator sebanyak dua kali, yaitu saat workshop dan pasca workshop, yang mana pada penelitian ini digunakan sebagai tinjauan dalam analisis praktik kurasi pada pameran yang melibatkan seniman-seniman penyandang disabilitas.

Tinjauan pustaka ketiga yang digunakan pada penelitian ini adalah Jurnal *Patria* yang berjudul "Terapi Seni bagi Anak Autis" yang ditulis oleh Shirly Nathania Suhanjoyo dan Stella Sondang. Pada jurnal ini penulis melakukan penjabaran dalam bentuk deskripsi tentang terapi seni bagi anak berkebutuhan khusus. Anak berkebutuhan khusus adalah anak yang memerlukan perlakuan khusus karena kelainan fisik dan fungsi pertumbuhan psikologis. Kebutuhan pelatihan bagi anak berkebutuhan khusus dalam mengenali objek 2D maupun 3D, yang dimana pada penelitian ini digunakan sebagai tinjauan pada analisis seni yang digunakan sebagai terapi bagi penyandang disabilitas atau yang dimaksud adalah terapi seni (*art therapy*). Dari penelusuran pustaka yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai topik ini belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Landasan Teori

Dalam buku yang ditulis oleh Mikke Susanto berjudul “Menimbang Ruang Menata Rupa” dijelaskan bahwa kurator bila dilacak dari asal katanya adalah yang bertindak melakukan kerja kurasi. Kurasi berasal dari bahasa Inggris *curation* dari kata ini berkembang *curate*, *curator*, dan *curatorial* yang kemudian dalam bahasa Indonesia disepadankan dengan kurasi, kurator, dan kuratorial. Kata “kurator, kurasi, kuratorial” dalam bahasa Indonesia merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu, *curator*, *curated*, *curatorial*. Adapun induk dari bahasa utamanya adalah dari bahasa latin, *curare*. *Curare* memiliki arti menjaga/merawat (*to take care of*) (George, 2015: 2).

Selanjutnya, Suwarno menjelaskan dalam bukunya yang berjudul “Kuratorial; Hulu Hilir Ekosistem Seni” bahwa kurator merupakan bagian dari struktur organisasi, tim, atau apa pun nama organisasi yang disepakati. Kurator dapat tunggal atau tim, tergantung kebutuhan berdasarkan pada skala (dan

kerumitan) penyelenggaraan peristiwa seni/pameran seni. Dalam konteks seni rupa, kurator adalah aktor atau agen yang memainkan peran spesifik, yakni sebagai mediator yang menjembatani karya seni dan seniman dengan publik. Salah satu bidang kerja seorang kurator seni rupa adalah bertindak sebagai perumus konsep, penyeleksi seniman dan karya, tata-letak dalam ruang, penulis pengantar, dan lain sebagainya (Hujatnikajennong, 2015: 8).

Pengertian kurasi dijelaskan lebih lanjut oleh Mikke Susanto menurut *Webster New 20th Century Dictionary* dalam bukunya “Menimbang Ruang Menata Rupa” bahwa *curation* berasal dari bahasa latin '*cura*', '*curatum*' (*to take care of*) berarti menjaga, merawat, atau seseorang yang menjaga/memelihara, memperhatikan, dan mengawasi segala sesuatu seperti perpustakaan umum, museum, koleksi seni rupa, dan sejenisnya. Lalu, lebih jelasnya lagi Mikke Susanto menjelaskan menurut *The concise Oxford Thesaurus (1995)*, bahwa istilah curator mengacu pada *keeper, custodian, conservation, guardian, caretaker, steward* yang dapat diartikan orang yang menangani pekerjaan yang berhubungan dengan memelihara, memperhatikan, menjaga, membenahi sesuatu artefak/objek.

Menurut Suwarno kurasi merupakan tindakan mengamati, memilih, memilah, menilai, dan memaknai, kemudian mempresentasikan (pilihannya) ke ruang publik. Praktik kurasi terutama memberikan tekanan pada kerja:

- Membingkai (menyusun) ide kuratorial (penetapan suatu kerangka kerja; penampilan atau pemahaman terhadap objek seni).
- Menyeleksi.
- Menginterpretasi (membaca dan memaknai).
- Mempresentasikan dalam bentuk pameran (mempertunjukkan) sekaligus menawarkan wacana yang terkait dengan ide kuratorial, yang dianggap bermanfaat bagi seniman atau masyarakat.

Menurut Alison Carroll (1991) dalam Suwarno dijabarkan bahwa proses kerja kurasi dapat dibagi dalam 3 tahap:

- *Preliminaries* (persiapan-persiapan), meliputi dalam merumuskan ide, merumuskan skala proyek pameran secara detail.
- *Development* (pengembangan,) meliputi mengembangkan ide-ide, mengelaborasi gagasan, dan rencana kerja secara detail.
- *Implementation* (implementasi), meliputi elaborasi terkait dengan pertanggungjawaban institusi penyelenggara dan pendukung, dan elaborasi pertanggungjawaban kurator dengan detail-detailnya.

Berdasarkan Suwarno (2020: 103), pada kurasi dan pendekatannya yang menguraikan secara ringkas bahwa kerja kurator meliputi hulu hingga hilir. Berikut uraian yang menjelaskan kerja hulu-hilir tersebut dan telah dianalisis dengan proses kurasi pada pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Art Biennale 2021.

- Menentukan tema dan mekanisme seleksi
- Menulis pembacaan
- Merancang tata karya/presentasi (display)

Ruang pameran adalah sebuah space/ruang yang menyediakan aktivitas dialog di mana sebuah benda/produk/karya/objek ditempatkan menjadi sebuah tontonan/objek perhatian dan pengamatan maka kondisi ruang tersebut disebut ruang pameran (Anggoro, 2019: 32-33).

Menurut Dharsono Sony Kartika (2007: 10) seni sebagai ekspresi merupakan hasil ungkapan batin seorang seniman yang tersebar ke dalam karya seni lewat medium dan alat. Dalam melihat suatu karya seni juga akan dilihat sebagai suatu dualitas, baik dari aspek partikel (material/fisik) maupun aspek gelombangnya (immateriil/makna) (Marianto, 2019: 41). Seniman menghasilkan sebuah karya seni melalui sebuah proses kreatif dalam merepresentasikan sebuah karyanya. Seperti menurut Bambang Sugiharto (2013: 71), bahwa representasi dalam seni tidak hanya sebatas persoalan kemiripan, tetapi berhubungan pula dengan soal menunjuk pada sesuatu yang melampaui makna konvensional.

Dalam Dini Widiniarsih (2019: 5) dikatakan bahwa sejak masa kemerdekaan Indonesia hingga 2011 ada sekitar 10 istilah resmi yang digunakan untuk menyebut orang dengan disabilitas sebelum akhirnya resmi digunakannya istilah penyandang disabilitas. Undang-Undang nomor 8 tahun 2016 mendefinisikan penyandang disabilitas sebagai setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan atau sensorik dalam jangka waktu yang lama yang dalam melakukan interaksi dengan lingkungan mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif. Pasal 4 ayat 1 memberikan definisi bahwa ragam penyandang disabilitas meliputi :

- a. Penyandang disabilitas fisik.
- b. Penyandang disabilitas intelektual.
- c. Penyandang disabilitas mental.
- d. Penyandang disabilitas sensorik.

Sejarah memperlihatkan bahwa orang-orang dengan penampilan atau memiliki tubuh yang berbeda dianggap oleh masyarakat sebagai normalitas akan dianggap sebagai yang tidak diinginkan dan tidak dapat diterima sebagai bagian dalam komunitas yang seringkali mendapat perlakuan diskriminatif (Counser, 2009: 1; Rothman, 2003: 4-7). Padahal dibalik kekurangan mereka ada indra lain yang diciptakan yang kemampuannya melebihi orang normal. Seperti pengertian disabilitas menurut Tomi Firdaus (2020: 5) dalam skripsinya bahwa penyandang disabilitas mempunyai kemampuan berbeda dengan manusia pada umumnya (fisik dan mental). Penyandang disabilitas mampu mengoptimalkan indra atau anggota tubuh mereka yang lain untuk menggantikan fungsi dari anggota tubuh yang mengalami disfungsi atau tidak lengkap.

Istilah difabel dan penyandang disabilitas merupakan istilah terkini dari kesepuluh istilah sebelumnya. Keduanya merupakan upaya secara sadar sebagai bentuk perlawanan terhadap stigmatisasi dari penyebutan 'cacat' serta diskriminasi terhadap orang-orang yang menyandang disabilitas (Maftuhin, 2016: 153). Istilah difabel seringkali dilihat sebagai akronim istilah '*differently abled*' (bukan *different ability* seperti yang disebutkan oleh sebagian orang). Maka istilah ini berasal dari bahasa Inggris yang artinya 'orang yang memiliki kemampuan berbeda'. Menurut Zola, istilah *differently abled* diciptakan untuk menekankan pada '*the can-do aspects of having a disability* (Zola, 1988).

Biennale (Ing.) atau bienial atau biennial, biannual dalam kamus Inggris-Indonesia atau ditulis "bienale" dalam *The Oxford Dictionary of Art* (1994), berarti peristiwa berkala dua tahunan. Kegiatan apa saja dapat diwadahi dalam istilah tersebut, musik, karikatur, film, seminar, atau jenis kegiatan lain. (Susanto, 2018).

Terapi adalah salah satu kegiatan yang dapat membantu penyembuhan dengan tenang dan tanpa tekanan, sehingga orang dapat melakukan kegiatannya dengan cara dan waktu mereka masing-masing; mereka akan merasa nyaman bahkan dapat mengekspresikan suasana hatinya dengan leluasa, atau bahkan memperlihatkan ekspresi takut dan kecemasan yang dialaminya. Contohnya, dengan terapi seni, anak autis (dalam ranah ini termasuk dalam penyandang disabilitas) dapat mengeksplorasi tekstur dan perabaan dari material yang digunakan. Material dapat membantu mereka bereksperimen dan merasakan ketenangan. Terapi ini dapat mendorong anak autis untuk berekspresi dengan bebas sehingga mampu mengembangkan kepercayaan diri. Hal inilah yang akan membuat anak menjadi nyaman dan tenang (Bleach, 2001: 65).

Metodologi Riset

Pada penelitian ini, digunakan metode kualitatif deskriptif berdasarkan hasil wawancara secara langsung sekaligus memanfaatkan studi literatur dan katalog. Menurut Sugiyono (2016: 9), Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan

untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan, dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Subjek penelitian berupa kurator pameran dan pelaksana pameran menggunakan alat tulis, telepon genggam, WhatsApp, dan Google Meet.

Teknik pengumpulan data:

1. Studi literatur (jurnal dan artikel).
2. Pengumpulan data melalui wawancara dengan Kurator Sukri Budi Dharma (Butong) dan seniman partisipan yaitu Winda Karunadhita dan Yuni Darlena.

PEMBAHASAN

Pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Art Biennale 2021

Pameran ini diinisiasi oleh Jogja Disability Arts (JDA) dengan mengusung tema “Rima Rupa”. Pada tahun ini memamerkan karya-karya perupa disabilitas dari mancanegara. Terdapat 56 seniman disabilitas dari berbagai negara yaitu Indonesia, Filipina, Korea, Mesir, Brazil, Colombia, Afrika Selatan, Australia, New Zealand, Kroasia, dan United Kingdom. Karya yang dipamerkan berupa karya lukis, batik, kolase, fotografi, video, instalasi, audio, dan olah digital. Pameran ini berdampak positif bagi pelaku seni disabilitas yang terlibat karena dapat memberikan ruang dan kesempatan agar mereka dapat mengaktualisasikan diri di dalam masyarakat, terutama juga di dalam atmosfer seni rupa dan memberikan khazanah di dunia seni rupa Indonesia. Harapannya, pameran ini dapat menjadi pondasi yang kuat sebagai pijakan yang kuat bagi disabilitas pelaku seni memasuki wilayah-wilayah seni yang lebih besar.

Pameran ini juga bertujuan memberikan ruang ekspresi, apresiasi, sebagai perwujudan partisipasi penuh, dan kesamaan kesempatan disabilitas dalam bidang seni rupa di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu dapat menjadi forum pertemuan, tempat berbagi pengalaman bagi seniman disabilitas dari berbagai tempat, wilayah, negara yang mempunyai latar belakang berbeda secara budaya dan bahasa. Pameran Jogja International Disability Art Biennale yang mengambil judul “Rima Rupa” ini, menjadi penanda pentingnya keberagaman dan kebebasan dalam berekspresi secara visual. Segala bentuk kecenderungan dalam seni rupa baik pilihan gaya, teknik, maupun ide hadir dalam pameran ini. Seperti halnya sebuah “Rima” dalam puisi, pameran ini akan terus bergerak dalam keragaman dan kebebasan, mencari sebuah harmoni, berusaha untuk menemukan irama dan keindahannya dalam bahasa visual. Keberagaman teknik, gaya, usia seniman, latar belakang budaya, pendidikan dan disabilitas disatukan dalam satu pameran. Dalam pameran ini juga terdapat beberapa seniman disabilitas yang menggunakan karyanya sebagai media terapi untuk berekspresi dan mengeksplorasi bentuk agar mendapatkan ketenangan dan rasa nyaman (Butong, 2021; Katalog Pameran “Rima Rupa” JIDAB 2021).



Gambar 1. Tim Produksi Pameran “Rima Rupa” JIDAB 2021
Sumber Gambar: Katalog Pameran “Rima Rupa” JIDAB 2021

Proses Kurasi

Berdasarkan Suwarno (2020:103) pada kurasi dan pendekatannya yang menguraikan secara ringkas bahwa kerja kurator meliputi hulu hingga hilir, berikut uraian yang menjelaskan kerja hulu-hilir tersebut dan telah dianalisis dengan proses kurasi pada pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Art Biennale 2021.

Menentukan Tema dan Mekanisme Seleksi

Tema pameran “Rima Rupa” lahir dari proses melihat langsung “realitas lapangan”. Dilatarbelakangi dari komunitas Yayasan Jogja Disability Art yang telah berdiri selama 10 tahun. Pameran “Rima Rupa” ini dilaksanakan dengan salah satu tujuan untuk menjadikan para disabilitas sebagai objek bukan subjek dengan maksud karya-karya seniman disabilitas dapat dipamerkan di ruang representatif, ruang yang bermartabat, dan harus diberikan kesetaraan tanpa harus mengistimewakan kekurangan mereka. (Butong: 2021).

Pada karya-karya yang dipamerkan di pameran “Rima Rupa”, kurator tidak melakukan atau tidak membuka undangan bagi para seniman (*open submission*) disabilitas yang ingin memamerkan karyanya pada pameran ini, melainkan melakukan riset pada seniman-seniman disabilitas dengan cara men-tracking kegiatan seniman melalui media sosialnya, dengan cara berjejaring dan

seniman diklasifikasi yang memang sehari-harinya sebagai seniman. Kemudian, sang seniman dipantau pada proses menciptakan karya yang akan dipamerkan pada pameran ini. Berikut daftar nama seniman yang dipantau proses penciptaan karyanya oleh kurator pada pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Art Biennale:



Gambar 2. Daftar Nama Seniman Pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Arts Biennale 2021, Sumber: Katalog Pameran “Rima Rupa” JIDAB 2021

Menulis Pembacaan

Berdasarkan wawancara Sukri Budi Dharma (Butong) sebagai kurator Pameran “Rima Rupa” (Rabu, 10 November 2021) bahwa pada penulisan teks kuratorial pameran “Rima Rupa” kurator dibantu oleh Nano Warsono sebagai Direktur Artistik, agar pameran ini dapat dideskripsikan dari sisi akademik.

Pada teks kuratorial pameran “Rima Rupa” memaparkan tentang seniman disabilitas yang tidak memiliki ruang yang memadai untuk menggeluti dunia seni, padahal sebenarnya potensi dan bakat pelaku seni disabilitas terbukti dengan banyak seniman disabilitas dari Indonesia yang diundang di acara-acara Internasional contohnya Henri Matisse dan Frida Kahlo. Jadi, berdasarkan pemaparan pada teks kuratorial, pameran ini diadakan hanya sebagai ruang ekspresi bagi seniman disabilitas dengan mengambil judul “Rima Rupa” yang menjadi penanda pentingnya keberagaman dan kebebasan dalam berekspresi secara visual dan untuk karya-karya yang dipresentasikan itu bebas karena tidak ada tema ataupun isu yang diangkat pada pameran.



KURATORIAL
JOCJA INTERNATIONAL DISABILITY ART
BIENNALE 2021

Rima Rupa

Berbagi Ruang dalam Keragaman

Sukri Budi Dhama a.k.a. Butong
Kurator

24 | Jogja International Disability Arts Biennale 2021

Rima Rupa | 27

yang berkualitas. Nama lain adalah Frida Kahlo, pelukis asal Meksiko ini banyak dikenal karena lukisan potret dirinya yang berhubungan dengan tema seperti identitas, tubuh manusia, dan kematian. Banyak tulisan yang membahas dan mengupas tentang kegelisahan, emosional, pemikiran, dan perjuangan hidup dari karya mereka. Mereka dikenal karena karya-karyanya yang berkualitas bersumber dari pengalaman kehidupan mereka.

Pameran ini bertujuan memberikan ruang ekspresi, apresiasi, sebagai perwujudan partisipasi penuh dan kesamaan kesempatan disabilitas dalam bidang seni rupa di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, dapat menjadi forum pertemuan, tempat berbagi pengalaman bagi seniman disabilitas dari berbagai tempat, wilayah, negara yang mempunyai latar belakang berbeda secara budaya dan bahasa. Pameran Jogja International Disability Art Biennale yang mengambil judul "Rima Rupa" ini, menjadi peranda penting keragaman dan kebebasan dalam berekspresi secara visual. Segala bentuk kecenderungan dalam seni rupa baik pilihan gaya, teknik, maupun ide hadir dalam pameran ini. Seperti halnya sebuah "Rima" dalam puisi, pameran ini akan terus bergerak dalam keragaman dan kebebasan, mencari sebuah harmoni berusaha untuk menemukan nama dan keindahannya dalam bahasa visual. Keberagaman teknik, gaya, usia seniman, latar belakang budaya, pendidikan dan disabilitas diutamakan dalam satu pameran.

Pameran ini diikuti oleh 56 seniman disabilitas dari berbagai negara yaitu Indonesia, Filipina, Korea, Masi, Brazil, Colombia, Afrika Selatan,

28 | Jogja International Disability Arts Biennale 2021

Rima Rupa | 29

Pada hakikatnya seni adalah manifestasi kehidupan jiwa bangsa yang berbudaya. Kesenian mempunyai daya kembangkan yang luar biasa untuk menajahi daya manusia kreatifitas dan menajahi rasa. Kegiatan kesenian membuat individu mengalami pengalaman-pengalaman dan penemuan-penemuan yang diwujudkan dalam ekspresi seni secara lisan, gerak, musik, maupun gambar. Melalui seni, individu dapat berkomunikasi dengan dunia di luar dirinya. Seni menjadi media yang universal bagi siapapun. Disabilitas juga dapat mengekspresikan diri melalui berbagai media dalam seni. Banyak hal yang mendorong disabilitas menguasai dunia seni dengan berbagai tujuan, misalnya seni sebagai media terapi, ekspresi, dan bekesenan sebagai profesi. Namun kesempatan yang ada untuk disabilitas pelaku seni untuk diakomodir dalam ruang-ruang seni yang lebih luas masih sangat kurang memadai. Termasuk banyak ruang-ruang yang belum akses untuk kegiatan, edukasi dan informasi seni untuk disabilitas. Bahkan disabilitas pelaku seni hanya sebagai pemenuhan wacana dalam bernegara. Padahal sebenarnya potensi dan bakat pelaku seni disabilitas di Indonesia sangat besar, terbukti dengan banyak seniman disabilitas dari Indonesia yang diundang di event-event internasional. Dalam sejarah seni rupa dunia, peran disabilitas pelaku seni juga mampu memasuki ruang-ruang seni penting dan cukup berpengaruh. Dalam seni lukis misalnya ada Henri Matisse seorang seniman dari Perancis, ia adalah salah satu tokoh aliran seni rupa kubisme, dari Perancis, Henri Matisse harus kehilangan dua kakinya setelah mengalami operasi bedah kanker. Meskipun dengan kondisi demikian, Henri Matisse tetap tak berhenti melahirkan karya-karya

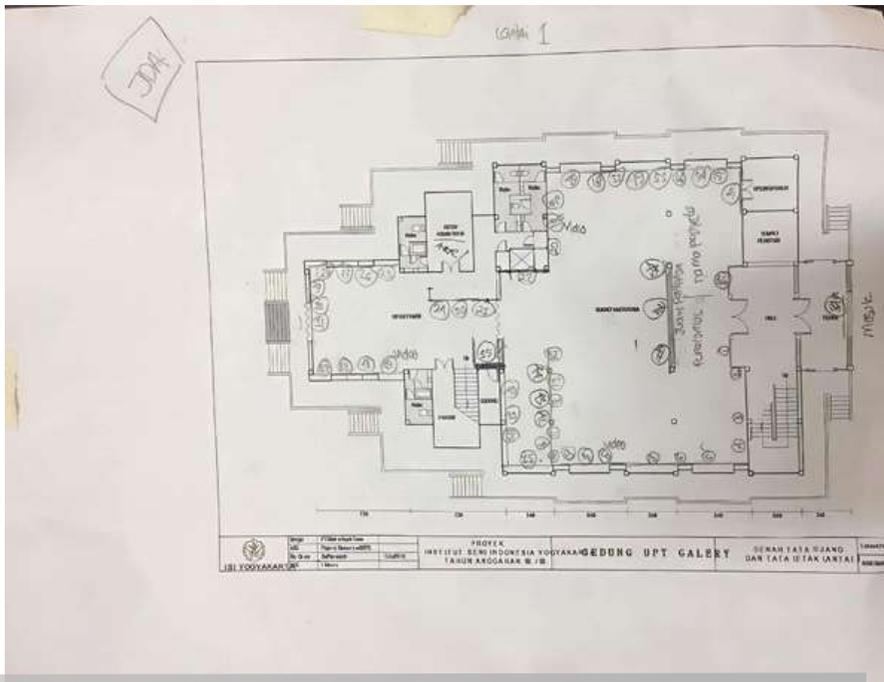
Australia, New Zealand, Kiassaa dan United Kingdom, karya yang tenetatek lebih dari 90 karya meliputi karya lukis, batik, kolase, fotografi, video, instalasi, audio dan olah digital. Karya-karya tersebut hadir dalam satu ruang bernama "Berbagi Jenis Karya yang Beragam". Pameran ini diharapkan menjadi jembatan bagi seniman-seniman disabilitas menuju ruang-ruang seni yang lebih luas. Selain itu, pameran ini juga menjadi ajang bagi seniman disabilitas untuk belajar dan memahami lebih jauh tentang dunia seni rupa. Dengan harapan seniman disabilitas bukan hanya dilihat dari sudut pandang ke-disabilitasiannya, namun lebih pada ide, gagasan, media ekspresi, dan kreatifitas yang tertuang menjadi karya seni rupa. Ini awal dari kekuatan dan kreatifitas yang semoga akan terus bergerak seiring perubahan zaman. Seniman disabilitas harus terus bergerak dengan mengali segala potensi dirinya. Siring dan dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan bagi kemajuan seni rupa khususnya untuk seniman disabilitas.

Salam Budaya
Selamat berpagernan

Gambar 3. Teks Kuratorial Pameran "Rima Rupa" JIDAB 2021
Sumber: Katalog Pameran "Rima Rupa" JIDAB 2021

Merancang Tata Karya/Presentasi (Display)

Menurut Suwarno (2020: 107) tata karya seni (display) merupakan suatu bentuk presentasi akhir proses kurasi. Melalui presentasi ini, publik sebagai penonton dapat menikmati dan menilai ide kurator, pemilihan karya, dan keseluruhan presentasinya. Karena itu, tata karya merupakan kunci penting dalam memahami sebuah proyek kurasi. Menurut Sukri Budi Dharma sebagai kurator pameran “Rima rupa” pada wawancara (Rabu, 10 November 2021) pameran “Rima Rupa” tata karya seni (display), kurator dibantu oleh tim display untuk memajang karya, untuk tata letak karya pameran tidak dikategorikan berdasarkan jenis disabilitas para senimannya tetapi diselaraskan menurut ukuran dan warna karyanya. Tim tata karya (display) berdasarkan katalog pameran “Rima Rupa” diserahkan pada Gaung Satrio, Bibin, Riski, Adi, dan Pume.



Gambar 4. Floor Plan Pameran “Rima Rupa” JIDAB 2021
Sumber: Manajer Produksi Pameran “Rima Rupa” JIDAB 2021

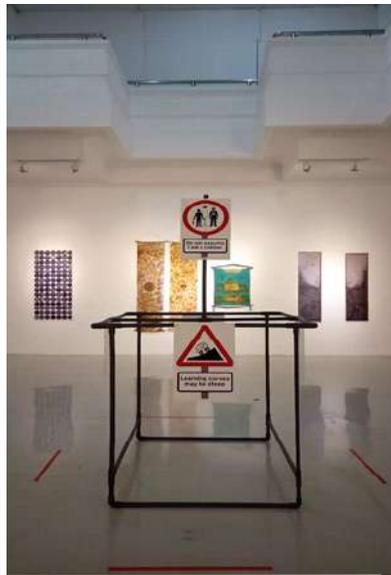
Berikut merupakan daftar nama seniman dengan tata letak karya berdasarkan nomor urut pada denah floor plan diatas:

1. Agus Yusuf	29. Faisal Rusdi
2. Edi Priyanto	30. Winda Karunadhita
3. Vincent Prijadi Purwono	31. Kireina Jud Aisyah
4. Indira Natalia	32. Jin-hyun Song
5. Abel Young Johakartono	33. Puji Lestari
6. Bagaskara Maharastu	34. Ayla
7. Clive Verrel Isatyawan	35. Alen Kusumovic
8. Rachwellbeing	36. Zulfiana Rofiatuh Asiyah
9. Rofitasari Rahayu	37. Raden Alit Agung Wijaya
10. Salim Harama	38. Kerrin Tilley
11. Ahmad Roby Nugroho	39. Lala Nurlala
12. Anfield Wibowo	40. Ronaldo Cupertino da Silva
13. Dwi Putra Mulyono	41. Reda Ahmed Fadl
14. Sadikin Pard	42. Ricendy Januardo
15. Anugrah Fadly Kreato	43. Raynaldi Halim
16. Wibowo	44. Sofia Alvarez Quinterp
17. Shopie Millien	45. Jordan Sallis
18. Aqil Prabowo	46. Wiji Astuti
19. Aarih Lystia	47. Andrew Bolton
20. Jason Coralejo	48. Maria Goret Chagas
21. Zakka Nurul Giffani Hadi	49. Gail Howard
22. Kusdono Rastika	50. Tina Rogers
23. Dinihari Suprpto	51. Ella Claridge
24. I Gede Agus Mertayasa	52. Eprisa Nova Rahmawati
25. Mochammad Yusuf Ahdatisar	53. Geof Dossetor
26. Caroline Mawor	54. Giles W Bennet
27. Dinihari Suprpto	55. Kerrin Tilley
28. Yuni Darlena	56. Cheryl Beer

Berikut merupakan dokumentasi tata karya lukis dan instalasi (display) pada pameran “Rima Rupa” yang dimana pada tata pajang karya Pameran “Rima Rupa” karya para seniman disabilitas menggunakan acuan eyes level seperti yang dipaparkan oleh David Dean dalam buku *Museum Exhibition: Theory and Practice*. *Eyes level* merupakan ukuran atau sudut pandang berdasarkan tinggi mata manusia dewasa saat berdiri. Pada Manusia dewasa ketinggian *eyes level*-nya adalah sekitar 160 cm. (Dean, 1994: 43).



Gambar 5 - 6 *Display Karya Lukis*
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 7 - 8. *Display Karya Lukis dan Instalasi*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan Kurasi Pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Arts Biennale 2021, maka dapat disimpulkan bahwa proses praktik kurasi dalam pameran “Rima Rupa” Jogja International Disability Arts Biennale 2021 dilakukan secara bertahap. Kerja kurasi dimulai dari penentuan tema yang dilatarbelakangi dari realitas lapangan Komunitas Yayasan Jogja Disability Art (JDA) dengan tidak menggunakan mekanisme seleksi karya, tetapi menyeleksi seniman terlebih dahulu. Tahap kedua, yaitu menulis pembacaan (teks Tahap kedua, yaitu menulis pembacaan (teks kuratorial). Dimana kurator dibantu oleh direktur artistik dalam penulisan teks kuratorial Tahap terakhir, yaitu perancangan tata karya/presentasi (display), kurator menyerahkan urusan penataan karya pada tim display pameran tetapi kurator tetap ikut andil dalam peletakan karyanya yang diurutkan berdasarkan ukuran dan warna karya. Berdasarkan analisis diatas bahwa kurator pada Pameran “Rima Rupa” yaitu Sukri Budi Dharma (Butong) telah melaksanakan seluruh proses kerja kurasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Respati, Ari Y. (2015), *Biografi Dan Gagasan Kuratorial Jim Supangkat Dalam Pameran-Pameran Seni Rupa Kontemporer Indonesia Dekade 1990-an*. Skripsi. Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB.
- Bleach, F. (2001). *Everybody is Different*. London: The National Autistic Society.
- Counser, G.T. (2009). *Three Paradigms of Disability*. https://www.academia.edu/2306082/Three_paradigms_of_disability, diakses pada 15 Desember 2021.
- Dean, D. (1996). *Museum Exhibition: Theory and Praticce*. London: Routledge.
- Firdaus, Tomi. (2020). *Kurasi Pameran Seni Rupa "Menerjang Batas" Karya Penyandang Tunanetra dengan Pendekatan Tiga Tahapan Rekognisi Sensorik*. ISI Yogyakarta.
- George, A. (2015). *The Curator's Handbook*. United Kingdom: Thames & Hudson.
- Hujatnikajennong, Agung. (2015). *Kurasi dan Kuasa: Kekuratoran dalam Medan Seni Rupa Kontemporer di Indonesia*. Tangerang Selatan: Marjin Kiri.
- Kartika, Dharsono Sony. (2007). *Kritik Seni*. Bandung: Rekayasa Sains.

- Maftuhin, A. & Hayashi, R. (2012). *Perception About Disability Among Ghanaian University Students*. Journal of Social Work in Disability & Rehabilitation. 11. 100-111. 10.1080/1536710X.2012.677616.
- Marianto, M. Dwi. (2017), *Art & Life Force in a Quantum Perspective*. Yogyakarta: Scrito Books Publisher.
- Nathania Suhanjoyo, Shirlyi, dan Sondang Stella. (2020). *Terapi Seni bagi Anak Autis*. Bandung: Universitas Kristen Maranatha
- Rothman, J.C. (2003). *Social Work Practice Across Disability*. Boston: Allyn and Bacon.
- Sugiharto, B. (2013). *Untuk Apa Seni?*. Bandung: Matahari.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Susanto, Mikke. (2018). *Diksi Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Susanto, Mikke. (2016). *Menimbang Ruang Menata Rupa*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Winarsih, D. (2019). *Penyandang Disabilitas di Indonesia: Perkembangan Istilah dan Definisi*. Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial, 20(2).
- Wisetrotomo, Suwarno. (2020), *Kuratorial; Hulu Hilir Ekosistem Seni*. Yogyakarta: Penerbit Nyala.
- Zola, I. K. (1988). *The Language Of Disability: Problems Of Politics And Practice*. Journal of the Disability Advisory Council of Australia (Formerly the Australian Rehabilitation Review).

Wawancara

- Sukri Budi Dharma (Butong), Kurator pameran "Rima Rupa" JIDAB 2021.
 Seniman pameran "Rima Rupa", Winda Karunadhita dan Yuni Darlena.

SPONSOR SHIP

SPONSOR DARI KEMENPAREKRAF DI 2ND ACC ART EXHIBITION

Muhammad Anand Nur Iza - muhammadanand21@gmail.com

Muhammad Raka Rikullah - rakaq79@gmail.com

Sulthan Bil Qisti - sulthanb.q@gmail.com

ABSTRAK

Penyelenggaraan sebuah pameran tidak bisa lepas dari masalah keuangan. Keuangan menjadi masalah utama dalam suatu acara karena tanpa adanya keuangan, kinerja pihak penyelenggara akan terhambat. Banyak cara untuk melakukan penggalangan dana, salah satunya yaitu dengan menjalin kerjasama berupa sponsor. Penggalang sponsor dengan pihak sponsor harus dapat bekerja sama untuk saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Penggalangan sponsor ini bisa diperoleh dari beberapa sumber, salah satunya yaitu dari perusahaan-perusahaan dan bantuan pemerintah. Jenis bantuan yang diberikan bisa berupa tunai dan nontunai seperti jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses kerjasama berupa bantuan sponsor yang terjadi antara penyelenggara 2nd ACC Art Exhibition dengan pihak pemberi sponsor, yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur.

Kata kunci: Sponsor, Pameran, Dana, Kerja sama

ABSTRACT

Organizing an exhibition cannot be separated from financial problems. Finance is the main problem in an event because without finance it will hamper the performance of the organizers. There are many ways to look for fundraising, one of which is to collaborate in the form of sponsors. Fundraisers with sponsors must be able to work together and require mutually beneficial cooperation from both parties. This sponsorship can be obtained from several sources, one of which is from companies and government assistance. The type of assistance provided can be in the form of cash and non-cash such as services. This study aims to find out how the process of cooperation in the form of sponsorship occurs between the organizers of the 2nd ACC Art Exhibition and the sponsoring party, namely The Ministry of Tourism and The Creative Economy (Kemenparekraf). This research uses descriptive qualitative methods with data collection through observation, interviews and literature study.

Keywords: Sponsor, Exhibition, Fund, Cooperation

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seniman akan semakin mencuat namanya ketika berhasil memasukan karya seninya ke dalam sebuah pameran. Semakin banyaknya seorang seniman mengikuti pameran semakin baik juga untuk kredibilitas seniman tersebut dan juga karyanya. Selain itu, peran pameran adalah menjadi penghubung antara seniman, kolektor, serta para penikmat seni di dalam satu tempat. Perlu kita ketahui untuk memulai memang sangat sulit. Banyak dari seniman-seniman baru yang mulai mengikuti pameran mulai dari kancan kampus ke kampus guna melengkapai rekam jejaknya.

Tidak menutup kemungkinan seorang seniman membuat pameran untuk melambungkan namanya. Dalam hal ini tentu banyak aspek-aspek yang perlu disiapkan, mulai dari kesiapan dalam berkarya seperti menentukan tema, memilih kurator, sampai mencari sebuah sponsor. Dalam menyelenggarakan sebuah pameran tidak bisa lepas dari masalah keuangan. Keuangan menjadi masalah utama dalam suatu pameran karena tanpa adanya keuangan pasti akan menghambat kinerja pihak penyelenggara. Banyak cara untuk mencari pendanaan, salah satunya yaitu dengan cara menggalang dana.

Dilihat dari pemberian *output*-nya penggalangan dana atau penggalangan sponsor ini terbagi menjadi dua jenis yaitu berupa tunai dan non-tunai. Sponsor berbentuk tunai yaitu berupa uang yang diberikan kepada pihak penyelenggara, sedangkan sponsor non-tunai yaitu berupa sumbangan pemikiran,

tenaga, pinjaman tempat, dan fasilitas. Ada juga sponsor teknis membayar dalam bentuk barang atau jasa dalam penyelenggaraan sebuah acara, seperti ongkos transportasi, penginapan, atau kebugaran. Sponsor informal, yang ini membantu dalam bidang publikasi, liputan media dengan organisasi tertentu yang mengelola.

Klasifikasi paket sponsor dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sponsor tunggal yang memberikan dana sebesar 100% dari jumlah anggaran. Sponsor utama, yaitu memberikan dana sponsor sebesar 75% dari jumlah anggaran, dan sponsor pendukung yang memberikan dana sponsor sebesar 50% dari jumlah anggaran. (Suseno, 2005).

Salah satu pameran yang menarik perhatian untuk diteliti adalah 2nd ACC Art Exhibition. Pameran dari para seniman yang tergabung ke dalam grup yang bernama Grup Seni Gelora. Jarang sekali pameran perdana mendapatkan sponsor instansi pemerintahan. Sponsor pameran dari Kememparekraf (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) dalam 2nd ACC Art Exhibition menjadi sponsor utama. Biasanya pameran yang mendapatkan sponsor dari instansi pemerintah terdapat faktor tertentu seperti pameran seniman legendaris, sebuah acara yang memang sudah mempunyai seperti Biennale Jogja, Biennale Jakarta, Artjog, dan Sumonar.

Rumusan Masalah

Bagaimana 2nd ACC Art Exhibition mendapat sponsor dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia?

Tujuan

Diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan pemodelan bagi para seniman dan juga penyelenggara pameran yang akan melakukan debut ke depan perihal sponsor.

Tinjauan Pustaka

Ada lima landasan teori yang digunakan dalam melakukan penelitian. Tinjauan Pustaka tersebut diambil dari buku, jurnal, dan artikel yang masih dalam lingkup penelitian kami. Pertama, buku *Menimbang Ruang Menata Edisi Revisi* berisi tentang membekali insan seni untuk menata dan mengelola ruang pameran. Salah satu kajian di dalamnya berisikan tentang sponsor mulai dari pengertian, bagaimana bisa mendapatkan sponsor, sampai sumber dana. Kedua, Paradigma Baru Sponsor Sebagai Mitra Penyelenggaraan *event* studi untuk mengetahui mengapa kegiatan *sponsorship* hanya dipandang sebagai penyandang dana saja bagi terselenggaranya sebuah kegiatan *public relation* atau kegiatan komunikasi pemasaran.

Ketiga, Manajemen Humas dalam Mempertahankan Sponsor berisi tentang penelitian yang bertujuan untuk mengetahui proses yang dilakukan PT. Persib Bandung bermartabat dalam menjalankan program atau kegiatan manajemen humas dalam mempertahankan sponsor mulai dari proses *defining public relations, planning and programming, taking action and communication*, hingga *evaluating the program*. Keempat, Model Pengambilan Keputusan Pendanaan Proyek Seni Pertunjukan Pada Mitra Penyandang Dana berisi tentang membekali insan seni untuk menata dan mengelola ruang pameran. Salah satu kajian di dalamnya berisikan tentang sponsor mulai dari pengertian, bagaimana bisa mendapatkan sponsor, sampai sumber dana.

Kelima, *The Impact of Social Media and The Presence of Fans at A Sports Event to Attract Private Sector Sponsors*, berisi tentang menyelidiki dampak media sosial dan kehadiran penggemar di acara olahraga untuk menarik sponsor sektor swasta. Menyelidiki dampak media sosial dan kehadiran penggemar di acara olahraga untuk menarik sponsor sektor swasta.

Landasan Teori

Menggalang dana adalah sebuah ilmu. Tetapi ukurannya lebih dari seperti pelangi daripada sebuah rumus. Anda harus melukis dengan paduan warna dan perasaan yang halus. Anda pasti sukses bila melukis dengan rasa kasih dan perasaan (Ekaterina Kim, 1998).

Natoradjo menjelaskan bahwa sponsor adalah sebuah transaksi komersial, yaitu pihak pemberi dana mengharapkan balas jasa dari pihak penerima dana dan kedua belah pihak saling setuju untuk saling memberi dan menerima. Transaksi ini umumnya menyangkut jasa promosi yang disediakan oleh penerima dana (penyelenggara acara) sebagai imbalan atas dana atau barang-barang yang diberikan pihak sponsor untuk sebuah *event*. Jasa promosi itu dapat berupa penempatan spanduk, banner, memasang iklan, serta melakukan kegiatan *public relations* dan promosi pada saat berlangsungnya *event*.

Metodologi Riset

Pada penelitian ini kami menggunakan penelitian kualitatif deskriptif di mana kami mengumpulkan data melalui observasi yang dilakukan dengan berkunjung langsung dalam pameran 2nd ACC dan menggunakan media sosial sebagai objek penelitian, selanjutnya kami melakukan wawancara kepada divisi sponsorship pameran 2nd ACC dan melakukan pengumpulan data melalui studi literatur seperti buku dan jurnal.

PEMBAHASAN

2nd ACC Art Exhibition



Gambar 1. Poster Pameran 2nd ACC Art Exhibition
Sumber: *instagram.com*

Agenda 2nd ACC Art Exhibition merupakan pameran perdana yang diselenggarakan oleh grup Seni Gelora pada tanggal 25–30 September 2021 ini bertempat di Galeri Mbah Ndary, Prawirotaman MG III No. 589, Mergangsan, Brontokusuman, Yogyakarta. *Pameran 2nd ACC (Second Account)* mengambil pendekatan individualitas sebagai ide pameran. Proyek ini secara tidak langsung juga menjadi sarana seniman untuk mengenalkan sisi mereka yang paling emosional sekaligus manusiawi. Istilah *second account* dalam artikel dan jurnal luar lebih populer sebagai *finsta* (*fake Instagram*). Beberapa artikel itu sependapat bahwa *fake Instagram* jauh dari kepalsuan dan justru menunjukkan diri yang lebih otentik. Lebih *genuine*, sejalan dengan tema besar pameran mengenai individualitas yang diinisiasi oleh perupa-perupa muda, maka 2nd ACC menjadi tajuk yang paling pas untuk menggambarkan kedirian dalam perspektif masa kini.

Proses Sebelum Menentukan Sumber Dana

Sebelum menentukan sumber dana alangkah baiknya memperhatikan proses terlebih dahulu agar sumber dana yang diinginkan bisa terwujud. Proses tersebut, seperti yang dikemukakan dalam Susanto (2016) adalah:

1. *Menentukan tujuan penggalangan dana*

Tujuan yang dimaksud adalah kenapa menggalang dana. Apakah untuk menggantikan dana hibah yang berhenti mengalir atau hanya sekadar menambah dana yang kurang dalam suatu pameran yang akan dilaksanakan. Dalam proses menentukan tujuan penggalangan dana ini memiliki fungsi untuk mengetahui seberapa banyak dana yang harus dicari pada penyelenggaraan sebuah pameran sehingga tidak terjadi kesalahan dalam mencari sumber dana.

2. *Mengetahui dan menentukan pendonor atau sumber dana*

Terdapat banyak sekali macam pendonor dana maka dari itu seorang penyelenggara sebuah pameran harus mengetahui dan menentukan pendonor yang sesuai dengan spesifikasi acara yang dibuat.

Berikut adalah macam-macam sumber dana: (Susanto, 2016)

a. *Perusahaan-perusahaan*

Sekali perusahaan pendonor dana yang bersedia memberikan dukungan dana atau sejenisnya untuk sebuah pameran. Perusahaan tersebut seperti perusahaan bidang perbankan, telekomunikasi, maskapai penerbangan, makanan, minuman, dan masih banyak bidang perusahaan lainnya.

Perlu diketahui bahwa setiap perusahaan memiliki cara masing-masing untuk melakukan kerja sama. Tidak hanya berupa uang segar yang diberikan, melainkan bisa berupa pemberian potongan atau diskon, pemberian produk, atau bisa dengan pemberian jasa.

b. *Personal.*

Sumber dana personal yang pertama kali harus dilihat, yaitu personal yang memiliki kemampuan untuk mendukung pameran kita. Seperti orang yang berhubungan dan berdampak pada seni rupa seperti: kolektor seni atau pedagang seni bisa menjadi sasaran yang baik, tentu dengan cara pendekatan personal. Selain itu, keluarga dan orang terdekat juga bisa menjadi pendonor dana personal.

c. *Negara atau Pemerintah.*

Bantuan dana dari pemerintah terbagi menjadi dua macam, bantuan tingkat nasional dari pemerintah pusat dan bantuan tingkat regional dari pemerintah daerah. Misalnya seperti Kemenparekraf yang memiliki kebijakan sendiri dalam memberikan bantuan dana. Dalam pengajuan kerja sama di bidang pemerintahan ini lebih sulit dilakukan karena setiap instansi memiliki ketentuan dan kebijakan masing-masing terkait sponsor sehingga peminta bantuan harus menyesuaikan diri sesuai dengan instansi yang dituju.

- d. Donatur (hibah) luar negeri atau lembaga asing yang ada di Indonesia. Bantuan dana ini terdiri atas beberapa kategori.
 - 1. Dana bantuan dari lembaga internasional untuk pembangunan
 - 2. Dana bantuan dari program bantuan pemerintah asing.
 - 3. Dana bantuan dari LSM asing yang menggalang dana untuk pembangunan dari masyarakat masing-masing dan sering bertindak sebagai penyalur program bantuan internasional.
- e. Lembaga dan donasi lain.

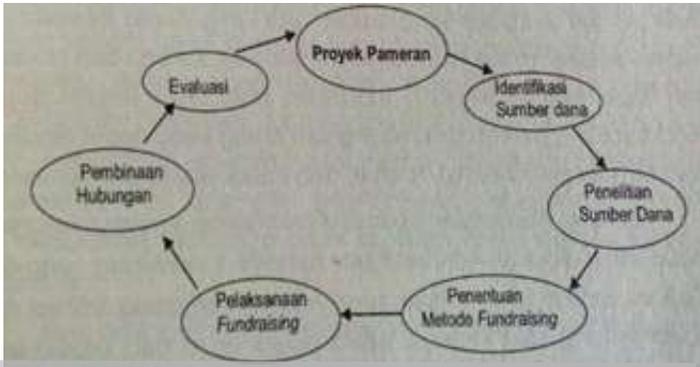
Adapun lembaga yang memungkinkan untuk menjadi pendonor dana seperti serikat pekerja, organisasi lain, sekolah, wisatawan, dan sukarelawan.

3. *Larangan jika berhubungan dengan lembaga atau yayasan pendonor*

Selain harus sesuai dengan prosedur yang ditetapkan oleh pemberi dana ada beberapa larangan yang harus dihindari oleh pencari dana ketika berhubungan dengan lembaga atau yayasan pendonor. Larangan tersebut yaitu:

- a. Jangan menganggap karena mereka kaya dan badan amal, mau mendukung kegiatan yang diajukan. Karena mereka juga mendapat banyak pengajuan yang masuk untuk meminta dana.
- b. Jangan menulis surat meminta dana begitu saja. Anda tidak akan mendapat jawaban atau akan ditolak mentah-mentah.
- c. Jangan minta uang untuk kegiatan anda yang ada. Cobalah mencari proyek yang memiliki aspek atau dimensi internasional dan yang benar-benar dapat menarik minat yayasan bersangkutan.
- d. Jangan menunggu sampai detik terakhir. Anda perlu banyak waktu dan aktif dalam menjalin hubungan.
- e. Jangan menganggap yayasan asing bersangkutan telah mendengar atau tahu tentang anda dan kegiatan anda. Di sini harus dibangun kepercayaan pada mereka dengan cara kontak langsung maupun melalui alat telekomunikasi serta dengan cara memberi referensi ahli tingkat nasional dan internasional untuk mengucapkan sesuatu yang penting bagi kegiatan yang akan dilaksanakan.

4. *Siklus fundraising* (Susanto, 2016)



Gambar 2. Siklus *Fundraising*
Sumber: Buku Menimbang Ruang Menata Rupa

1. Proses identifikasi sumber dana adalah memahami motivasi orang atau institusi yang akan dihadapi. Motivasi orang atau institusi memberi sumbangan antara lain adalah karena akan kebanggaan diri, kebutuhan untuk diakui oleh orang lain, kebanggaan akan citra, rasa tanggung jawab dan kecintaan pada seni rupa, pertimbangan bisnis, sumbangan dari orang ke orang, memberi sumbangan karena terganggu, pertimbangan perencanaan keuangan.
2. Proses penelitian sumber dana adalah proses untuk mengenal dengan cara melakukan penelitian yang sebaiknya dilakukan dengan mengikuti petunjuk yang bisa diperoleh, jadi tidak bersifat asal "meraba-raba". Penelitian ini dilakukan misalnya untuk mengetahui informasi dari narasumber tentang adanya sumber dana instansi atau pribadi, misalnya alamat, nomor telepon, email, program yang terkait, apa yang dapat diberikan oleh instansi/pribadi, minat khusus (untuk pribadi), sarana dan prasarana yang dapat disumbangkan, hubungan yang telah terjalin di masa lalu, dana yang pernah disumbangkan, orang yang dapat dihubungi, dan proposal sesuai batas waktu yang diminta.
3. Proses penentuan metode *fundraising* menunjukkan metode yang dipakai. Ada beragam metode *fundraising* yang dapat dilakukan antara lain melalui surat edaran langsung (*direct mail*), pengiriman proposal khusus, acara-acara amal, dan bazar lelang karya seni. Metode *fundraising* yang tepat sangat bergantung pada hubungan antara pencari dana dengan calon pemberi dana. Semakin bersifat pribadi, semakin besar kemungkinan yang diperoleh. Dalam menentukan metode ini, yang perlu diingat adalah besarnya anggaran yang dimiliki oleh penyelenggara, apakah hasil yang diharapkan sesuai dengan dana yang dikeluarkan.

4. Proses pembinaan hubungan dengan donatur lebih mengarah pada tahap hubungan yang akan dibuat. Ada beberapa tahap yang dapat dibuat, yaitu saat kontak awal, saat penyampaian proposal, saat presentasi, dan pada saat kegiatan berlangsung. Setelah dana didapatkan, mutlak bagi penyelenggara pameran untuk meneruskan bahkan membina hubungan yang baik dengan donatur. Pembinaan itu dapat dilakukan secara praktis. Misalnya dengan menyampaikan terima kasih, mengirim kartu ucapan selamat (hari raya), memberi informasi perkembangan program pameran, melibatkan donatur dalam pelaksanaan pameran, serta mengundang pada acara-acara dengan memberi tempat khusus dan terhormat.
5. Proses evaluasi lebih mengarah pada perbandingan target *fundraising* dengan realisasinya. Dari sisi donatur, evaluasi dapat dilakukan secara detail meliputi donor yang memberi sumbangan, donatur baru, donatur yang memberi sumbangan lagi, dan donatur yang tidak mau memberi sumbangan lagi. Pada proses akhirnya adalah melakukan analisis keberhasilan, kegagalan, kekuatan, kelemahan (*SWOT: strengths, weaknesses, opportunities, threats*) untuk melakukan perbaikan pada kegiatan dan program pameran selanjutnya.

Pengajuan Penggalangan Dana

Pengajuan permohonan sponsor harus dilakukan jauh hari sebelum waktu pelaksanaan. Setidaknya satu tahun sebelum diselenggarakan atau setiap awal tahun yang bertepatan dengan pembukaan buku bagi perusahaan perbankan, instansi pemerintahan, maupun yang lainnya. Kebanyakan penyelenggara sebuah event mengajukan permohonan selalu mepet dengan waktu penyelenggaraan sehingga berimbas dengan kurangnya dukungan dari pihak pemberi sponsor.

Sebenarnya pihak pemberi dana membutuhkan informasi yang lengkap dari penyelenggaraan event, sehingga harus menjalin komunikasi yang baik agar bisa tercapai keinginan dari kedua belah pihak. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menjalin kerja sama antara lain:

1. Mengirim surat kerjasama dan permohonan audiensi.
2. Audiensi harus dilakukan dengan orang penting yang dapat mengambil langkah keputusan, yakni Direktur Utama.
3. Pihak panitia setidaknya diwakili oleh bagian kerja sama/pencari dana, publikasi, dan salah satu ketuanya, dengan melihat skala besaran calon sponsorship.
4. Mendiskusikan kemungkinan kerjasama lebih lanjut.
5. Yakinkan bahwa kegiatan ini benar-benar profesional.
6. Ulangi apa-apa yang telah diputuskan, pastikan secara teknis, baik waktu dan ketentuan lainnya, termasuk hal konsumsi, dan lain-lain.

Dalam penyelenggaraan 2nd ACC Art Exhibition, melalui divisi sponsor, penyelenggara berhasil mengirimkan proposal ke dalam instansi pemerintah yaitu Kemenparekraf. Proposal dikirim berbentuk *soft file* melalui email Kemenparekraf pada akhir tahun 2020.

Pembuatan surat permohonan dan proposal harus dituliskan secara rinci agar informasi yang ingin disampaikan penyelenggara bisa sampai ke pihak pemberi dana. Contoh perincian halaman sebuah proposal *event* yaitu: (1) tema dan nama *event*, latar belakang, tujuan, penyelenggara. (2) target peserta, tempat, waktu pelaksanaan (hari/tanggal dan waktu) denah acara, fasilitas yang tersedia di arena *event*. (3) program *event* (susunan acara termasuk waktu pelaksanaannya), susunan kepanitiaan. (4) dukungan media promosi yang akan digunakan untuk publikasi *event*. (5) paket-paket sponsor.

Rencana Anggaran Biaya (RAB)

No.	Keterangan	Nama Barang	Jumlah	Total
1.	Percetakan	Katalog	Rp1.500.000,00	Rp2.260.000,00
		Poster	Rp65.000,00	
		Backdrop	Rp200.000,00	
		Sticker caption	Rp100.000,00	
		Undangan	Rp50.000,00	
		Lain-lain	Rp345.000,00	
2.	Perlengkapan dan peralatan acara	Sound system	Rp4.000.000,00	Rp5.000.000,00
		Level	Rp420.000,00	
		Lain-lain	Rp580.000,00	
3.	Pengisi Acara	MC	Rp300.000,00	Rp1.300.000,00
		Band	Rp1.000.000,00	
4.	Transportasi	Sewa mobil <i>pick up</i>	Rp200.000,00	Rp200.000,00
5.	Konsumsi	Aqua	Rp100.000,00	Rp1.000.000,00
		Konsumsi panitia dan pengisi acara	Rp500.000,00	
		Teh dan kopi	Rp50.000,00	
		Konsumsi peserta <i>workshop</i>	Rp250.000,00	
		Makanan ringan untuk pembukaan	Rp100.000,00	
6.	Dekorasi dan artistik		Rp1.000.000,00	Rp1.000.000,00
7.	Display	Paku, cat, tali nilon, pengukur	Rp200.000,00	Rp200.000,00
8.	Desain	Jasa desainer	Rp450.000,00	Rp450.000,00
9.	Perlengkapan dan Peralatan <i>Workshop</i>	Papan	Rp200.000,00	Rp450.000,00
		Kertas	Rp20.000,00	
		Klip	Rp30.000,00	
		Pensil 2B, 4B, 6B	Rp200.000,00	
10.	Dokumentasi	Jasa dokumentasi	Rp450.000,00	Rp450.000,00
11.	Penulis	Jasa penulis I	Rp450.000,00	Rp1.350.000,00
		Jasa penulis II	Rp450.000,00	
		Jasa penulis III	Rp450.000,00	
Jumlah Total			Rp13.660.000,00	

Tabel 1. Rencana Anggaran Biaya

Proses Persetujuan Pemberian Sponsor dan Audiensi

Setelah proses pengajuan permohonan penggalangan dana selesai, pihak pemberi dana akan memberikan konfirmasi kepada penyelenggara bahwa proposal yang diajukan telah disetujui. Pada event 2nd ACC Art Exhibition juga mendapatkan konfirmasi dari Kemenparekraf pada bulan Maret 2021 yang berisikan tentang persetujuan atas permohonan yang diajukan berupa pameran seni rupa bertajuk 2nd ACC yang diselenggarakan pada bulan April 2021.

Konfirmasi dari pihak kementerian dan ekonomi kreatif yang terlalu mendadak menyebabkan penyelenggara 2nd ACC Art Exhibition belum siap untuk melaksanakan pameran pada bulan April tersebut. Sehingga penyelenggara melakukan audiensi kepada Kemenparekraf untuk meminta perubahan jadwal yang semula diselenggarakan bulan April diundur menjadi bulan Juli. Hasil audiensi tersebut berupa persetujuan dari Kemenparekraf terkait pemunduran jadwal.

Dalam berjalannya waktu, kasus Covid-19 di Indonesia mulai memuncak sehingga pemerintah pusat menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat pada tanggal 3 Juli–20 Juli 2021. Kemenparekraf meminta untuk pelaksanaan pameran diundur lagi menjadi bulan September 2021. Dan akhirnya pameran dilaksanakan pada tanggal 25–30 September 2021 di Galeri Mbah Ndary, Brontokusuman, Yogyakarta.

Pada pameran 2nd ACC Art Exhibition, Kemenparekraf menjadi sponsor tunggal yang mana Kemenparekraf memberikan bantuan berupa uang tunai sesuai dengan rencana anggaran biaya yang diajukan oleh penyelenggara. Pemberian uang dikirim kepada penyelenggara setelah pihak penyelenggara menyelesaikan dan melaporkan kegiatan kepada Kemenparekraf sehingga pihak penyelenggara harus mengganti semua anggaran yang dikeluarkan terlebih dahulu.

Proses Timbal Balik

Tentu saja dengan kesepakatan yang telah terjadi, akan ada proses timbal balik yang telah disepakati. Pameran 2nd ACC Art Exhibition mendapatkan *fresh money* dari pihak pemberi sponsor, yaitu Kemenparekraf. Adapun dari pihak Kemenparekraf meminta kepada panitia 2nd ACC Art Exhibition untuk menampilkan tiga logo milik Kemenparekraf. Logo yang pertama adalah logo Kemenparekraf, Logo kedua adalah "Bangga Buatan Indonesia" dimana logo ini merupakan sebuah kampanye dalam mendorong pelaku UMKM untuk *go digital*, serta lebih meningkatkan kehadiran produk-produk lokal yang inovatif dan memiliki daya saing tinggi dengan memaksimalkan kearifan lokal sebagai ciri khas. Ketiga, Logo Pesona Indonesia, yang merupakan sebuah kampanye dari Kemenparekraf.

Adanya sponsor dalam pameran ini perlahan menaikkan gengsi tersendiri, pameran debut sebuah grup mendapatkan sponsor dari instansi pemerintahan. Untuk berbagai acara, sponsor adalah kunci pemasaran yang kuat. Inilah yang mendorong sebuah institusi atau organisasi menjadi tertarik untuk menjadi pihak pemberi dukungan. Pendukung dalam sebuah acara yang dapat membuka peluang kepada sejumlah keuntungan. Berikut ini sejumlah keuntungan bagi pendukung dalam suatu acara:

1. Membangun popularitas dan citra atas suatu merek.
2. Meningkatkan angka penjualan dan keuntungan dagang.
3. Menjadi salah satu wadah untuk membentuk kemitraan dan jaringan strategis.

Laporan Pertanggungjawaban

Hal terakhir yang harus diperhatikan saat melakukan sebuah proses kerjasama yaitu berupa laporan pertanggungjawaban. Pembuatan laporan ini harus dituliskan secara rinci sehingga informasi yang ingin disampaikan penyelenggara bisa sampai ke pihak pemberi dana. Laporan pertanggungjawaban ini sebenarnya hampir sama dengan isi proposal, yang membedakan itu proposal sebagai rencana pameran dan laporan pertanggungjawaban berisi tentang hasil dari pameran.

Laporan pertanggungjawaban memiliki tujuan untuk melaporkan hasil dari sebuah *event* yang telah dilaksanakan biasanya lebih memperhatikan tentang evaluasi dan arsip bisa berupa nota pengeluaran dan dokumentasi. 2nd ACC Art Exhibition juga melakukan pelaporan kepada pihak Kemenparekraf. Penyampaian laporan pertanggungjawaban 2nd ACC Art Exhibition ini berupa *hard file* yang dikirim ke Kemenparekraf melalui POS Indonesia.

PENUTUP

Kesimpulan

Pameran 2nd ACC ini awalnya mendapatkan sponsor utama dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dalam pengajuan bantuan dana dari kemenparekraf, pihak penyelenggara mengirimkan proposal permohonan ke Kemenparekraf melalui email. Kemenparekraf menyetujui proposal yang diajukan oleh Grup Seni Gelora pada bulan April 2021. Karena ada beberapa kendala mulai dari penyelenggaraan sampai dengan virus corona menyebabkan perubahan jadwal pelaksanaan pameran. Dalam hal ini, penyelenggara harus memiliki komunikasi yang baik kepada pihak pemberi sponsor sehingga bisa terjadi hubungan kerja sama yang baik. Dalam proses kerjasama dalam bentuk sponsor pasti akan ada proses timbal balik yang mana kedua belah pihak harus memiliki keuntungan masing-masing atau sesuai dengan kesepakatan dari pihak penyelenggara dengan pihak pemberi sponsor.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Achsan, P. (2003). *Manajemen Organisasi Seni Pertunjukan*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Apalagu, H. (2014). "Economy and Art: Why are Economy and Art Closely Linked?". *Journal of Economy Library Vol.1*.
- Becker, H. (1982). *Arts Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Evalina, L. (2007). *Event Organizer Pameran*. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Evelina, L. (2011). "Paradigma Baru Sponsor Sebagai Mitra Penyelenggara Event". *Jurnal Humaniora (2)*, 986-995.
- Iik Jafar Sidik, W. (2019). "Manajemen Humas dalam Mempertahankan Sponsor". *Reputation : Jurnal Hubungan Masyarakat*, 341-360.
- Kiani, M. (2020). "The Impact of Social Media and The Presence of Fans at ASports Event to Attract Private Sector Sponsors". *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 96 -100.
- Manalu, S. F. (2010). *Cara Mudah Cari Sponsor*. Jakarta: PPM Manajemen.
- Natoradjo, S. (2011). *Event organizing: Dasar-dasar Event Management*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Noor, A. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Sianipar, Steffi S. (2017). "Model Pengambilan Keputusan Pendanaan Proyek Seni Pertunjukan Pada Mitra Penyandang Dana". Skripsi. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Setyawan, D. N. (2020). *Proses Kegiatan Sponsorship pada Event Royal Jogja Sand Dunes Geospatial Run 2019. Bisnis Event*.
- Susanto, Mikke. (2016). *Menimbang Ruang Menata Rupa Edisi Revisi*. Yogyakarta: Dicti Art Laboratory.
- Susanto, Mikke. (2018). *Kelola Seni : Lukisan, Wayang, Film Hingga Jazz*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Suseno, I. K. (2005). *Cara Pintar Jadi Event Organizer*. Yogyakarta: Galang Press.
- Wisetrotomo, Suwarno. (2020). *Kuratorial: Hulu-hilir Ekosistem Seni*. Yogyakarta: Nyala.
- Katalog Pameran 2 nd ACC Art Exhibition*, Yogyakarta: Galeri Mbah Ndary, 25-30 September 2021

Wawancara

Sulistianto, Divisi Sponsorship Pameran 2nd ACC, pada 18 Oktober 2021

Denny Saiful, Divisi Acara Pameran 2nd ACC, pada tanggal 19 Desember 2021

Markus Sebayang, Pengunjung Pameran 2nd ACC, pada tanggal 16 Desember 2021



**JURUSAN/PRODI S-1 TATA KELOLA SENI
FSR ISI YOGYAKARTA**

Program Studi Tatakelola Seni atau Manajemen Seni ini merupakan program strata satu (S-1) yang dilaksanakan dalam 8 semester dan dipayungi oleh Fakultas Seni Rupa. Berdiri sejak tahun 2014. Program studi ini merupakan yang pertama di Indonesia untuk jenjang strata satu dan memiliki konsentrasi studi pengelolaan bidang Seni Rupa, Seni Pertunjukan, Seni Media Rekam, Budaya dan Pariwisata. Lulusan atau alumni prodi ini diharapkan dapat bekerja dalam fungsi yang spesifik, antara lain menjadi: manajer (program) seni, pengelola arsip seni, pengkaji pengelolaan seni, analis budaya/seni, dan kurator seni. Melalui kurikulum yang disesuaikan dengan dunia industri dan dunia usaha, diharapkan pula menghasilkan lulusan yang siap dan cepat bekerja. Saat ini telah menghasilkan alumni yang telah bekerja, baik di sektor swasta maupun negeri. Selama ini Jurusan/ Prodi Tata Kelola Seni telah menjalin dengan puluhan lembaga budaya dan industri di luar kampus guna menyukseskan Program "Merdeka Belajar Kampus Merdeka" (MBKM) Kemendikbudristek RI.

Email : tk.fsr2021@gmail.com
Instagram : [tk_isiyk](https://www.instagram.com/tk_isiyk)
Youtube : [tata kelola seni](https://www.youtube.com/channel/UC...)