

PERAN PUBLIC RELATION DALAM PERENCANAAN DAN PELAKSANAAN PERGELARAN SENI KONTEMPORER 2019

LAPORAN KARYA AKHIR STUDI KERJA

MAGHFIRA RATU AZZURA DAN TIM

Penulis
Maghfira Ratu Azzura
Devie Rahmawati
Rangga Wisesa
Amelita Lusia

Editor
Pijar Suciati
Mareta Maulidiyanti

Sekretariat
Ahmad Syafaat

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, sehingga Tugas Karya Akhir berjudul Peran Public Relation dalam Perencanaan dan Pelaksanaan Pameran Seni Kontemporer telah selesai.

Tugas Karya Akhir ini dapat terwujud atas dukungan dari banyak pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bendri Yuni Yanti selaku ibu penulis yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, materi, doa.
2. Qori Huda Pamungkas dan Indira Hayyu Maharani selaku sahabat yang saling mendukung dalam pembuatan laporan ini.
3. Cardo Alfredo pendukung dan penyemangat penulis.
4. Dr. Devie Rahmawati, Ketua Program Studi Hubungan Masyarakat Vokasi Universitas Indonesia dan juga selaku dosen atas dukungannya
5. Dra. Amelita Lusita M.Si., selaku dosen pembimbing dan juga Penguji Ahli Satu.
6. Pijar Suciati, S.Sos., M.Si. selaku Penguji Dua dan Mareta Maulidiyanti, S.Sos., M.M. selaku Penguji Ahli Tiga. Terima kasih telah menyempatkan waktu, untuk memberikan arahan maupun masukan sehingga tugas karya akhir penulis menjadi lebih baik.
7. Seluruh dosen di Program Hubungan Masyarakat Vokasi Komunikasi Universitas Indonesia.
8. Para sahabat karyawan perusahaan Studi Kerja.
9. Para sahabat, Siti Oliwa Aisha, Aulia Fadiah Zadel, Arivia Nanda Ridhola, Riski Mubarack yang selalu memberikan semangat.
10. Teman-teman Humas Vokasi UI 2017

Semoga dengan penulisan ini, penulis berharap dapat diterima dengan baik, serta dapat memberikan manfaat. Jika ada kekurangan penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan karya akhir ini.

00 TABLE OF CONTENT

KATA PENGANTAR

02 I. PENDAHULUAN

- 03 A. Latar Belakang
- 07 B. GAMBARAN UMUM INDUSTRI

12 II. GAMBARAN UMUM UNIT/BAGIAN INDUSTRI

- 13 A. PENJELASAN
- 14 B. VISI MISI INDUSTRI

15 III. RINCIAN PROSES KERJA

- 16 A. PENJELASAN ALUR KERJA
- 18 B. STRUKTUR ORGANISASI dan URAIAN TUGAS
- 18 C. AKTIVITAS UNIT
- 19 D. TARGET YANG DICAPAI
- 19 E. HUBUNGAN KERJA

20 IV. IDENTIFIKASI TANTANGAN/HAMBATAN/KEKUATAN/PELUANG

- 21 A. CARA PENEMUAN
TANTANGAN/HAMBATAN/KEKUATAN/PELUANG
- 22 B. DAFTAR TANTANGAN/HAMBATAN/KEKUATAN/PELUANG
- 23 C. PENETAPAN PRIORITAS
TANTANGAN/HAMBATAN/KEKUATAN/PELUANG
- 26 D. PENJABARAN
TANTANGAN/HAMBATAN/KEKUATAN/PELUANG
- 27 E. ANALISIS

29 V. KERANGKA PENGETAHUAN

- 30 A. Kerangka Pengetahuan
- B. Analisa Kerangka Pengetahuan

32 VI. KESIMPULAN DAN SARAN

- 33 A. Kesimpulan
- 34 B. Saran

35 DAFTAR PUSTAKA

I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pameran merupakan suatu kegiatan penyajian karya seni rupa sehingga dapat dikomunikasikan dan diapresiasi oleh masyarakat. Pameran juga merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan sebuah ide atau gagasan kepada masyarakat luas melalui media karya seni. Dalam kegiatan ini diharapkan dapat terjadi komunikasi antara perupa yang diwakili oleh karya seninya dengan apresiator. Dan pameran bukan hanya mengelola unsur-unsur, objek atau karya yang dipamerkan dalam ruang pamer saja, tetapi juga segala unsur yang berada di luar ruang pamer, seperti perupa, kurator, dan penontonnya. Dalam perkembangannya, pameran tidak hanya sebagai wadah bagi perupa untuk tetap eksis.

Namun dalam setiap pameran terkadang pelaksanaannya lemah akan sistem manajemen pamerannya dan keberhasilan sebuah pameran, tidak begitu saja bisa diukur dari banyaknya karya yang dipamerkan dan berapa banyak karya yang laku terjual, akan tetapi bagaimana apresiasi masyarakat dalam menanggapi pameran tersebut. Sehingga, manajemen pameran berperan penting dalam pengelolaan kegiatan pameran seni. Untuk mengorganisasikan setiap kegiatan yang akan dilaksanakan dalam sebuah pameran, agar tercapai kesuksesan pelaksanaan kegiatan yang efektif dan efisien oleh, seorang yang berpengalaman yang disebut kurator.

Seorang kurator bisa lebih rinci dan komprehensif dalam tingkat keterampilan dan pengetahuannya untuk proses manajemen pameran, bahkan berpengalaman memamerkan karya yang cocok untuk di pamerkan, karena kurator mengetahui cara manajemen pameran yang tepat dan untuk menghasilkan karya seni yang akan dipamerkan di galeri-galeri melalui suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian berdasarkan dengan situasi dan kondisi suatu lingkungan seni itu sendiri.

Galeri seni adalah sebuah bangunan atau ruang untuk pameran seni, yang disediakan untuk suatu kegiatan apresiasi seni dan pengkajian karya seni. Pada umumnya galeri memberikan fungsi edukasi kepada masyarakat mengenai ilmu dan perkembangan seni yang merupakan bagian dari perkembangan dari kondisi sosial dan budaya dan memberikan dorongan kepada masyarakat untuk ikut semakin kreatif dan produktif dalam berkarya secara positif.

Manajemen seni merupakan suatu proses kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan dari suatu kelompok orang dengan tujuan tertentu. Sehingga, manajemen seni menjadi sesuatu yang sangat penting dalam pengelolaan kegiatan seni rupa untuk mengorganisasikan setiap kegiatan yang akan dilaksanakan agar tercapai kesuksesan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan apa yang diharapkan. Pelaksanaan manajemen seni digunakan untuk mengelola kegiatan seni agar tercapainya suatu hasil yang efektif dan efisien karena manajemen seni merupakan cara untuk menghasilkan karya seni melalui suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian berdasarkan dengan situasi dan kondisi suatu lingkungan seni. (Mikke Susanto, Menimbang Ruang Menata Rupa. Yogyakarta; Penerbit Galang Perss.2004.Hal 5.)

Banyaknya ruang seni yang berkembang di Indonesia dengan seiring waktu perkembangan seni rupa merupakan suatu tantangan dalam keberhasilan kegiatan seni yang diadakan oleh pengelola kegiatan seni. Menurut Triawan Munaf. dalam sambutannya ketika meresmikan pameran Indonesian Contemporary Art and Design kesepuluh “Keberhasilan sebuah pameran, tidak bisa diukur dari banyaknya karya yang laku terjual, akan tetapi bagaimana apresiasi masyarakat dalam menanggapi.”

Pameran seni merupakan suatu wadah yang menampung berbagai jenis rekaman yang berhubungan dengan kejadian, peristiwa, sikap manusia dengan apa yang terjadi, sehingga mempengaruhi kehidupan seni, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Pada sisi lain pameran seni merupakan sarana apresiasi masyarakat dengan berbagai jenis bentuk kesenian. Seni dapat diartikan sebagai hasil karya manusia yang mengandung keindahan dan dapat di ekspresikan melalui media suara, gerak, karya lukis, dan media seni lainnya.

Cara mengekspresikan seni dapat menggunakan berbagai media seperti pendapat seni Koentjaraningrat “kesenian memiliki banyak jenis dilihat dari cara atau media antara lain seni suara (vokal), lukis, tari drama, dan patung”. Dilihat dari cara penyampaiannya seni dapat dilihat, didengar, diraba, dan dirasakan. Banyak media yang bisa digunakan dalam pengungkapan seni sehingga seni bisa digunakan dalam pengungkapan seni sehingga seni dapat dinikmati dan dipahami dalam berbagai bentuk. Hal ini karena seni merupakan simbol dari perasaan yang ada pada diri manusia, apapun bentuknya. Melihat seni dapat diibaratkan dengan seseorang yang sedang berkomunikasi, dengan artian seorang seniman akan merenungkan apa yang ia ingin sampaikan melalui media karya seninya, sedangkan orang yang melihat karya seni (media) tersebut menerima informasi yang disampaikan oleh seniman.

Seniman akan menuangkan apa yang ingin ia sampaikan dalam bentuk rupa, secara audio-visual baik dengan karya dua dimensi maupun karya tiga dimensi. Seni rupa berdasarkan fungsinya dibagi menjadi dua kelompok yaitu seni murni (fine art) dan seni terapan (applied art). Perbedaan antara seni murni dan seni terapan adalah dari fungsinya. Seni murni berfungsi sebagai ungkapan ekspresi seniman tanpa adanya faktor material, sedangkan seni terapan berfungsi memenuhi kebutuhan sehari-hari secara materil masyarakat dari bentuk produksi. Sebuah karya seni murni yang dihasilkan akan dipenuhi oleh lingkungan tempat seniman tersebut hidup. Begitu pula dengan seniman senirupa akan menghasilkan karya seni yang dipengaruhi oleh lingkungannya seperti keadaan alam, sosial masyarakat serta pendidikan.



Mengingat itu semua sangat dibutuhkan adanya wadah atau tempat untuk menampung dan memberikan sarana sebagai apresiasi karya yang telah dihasilkan oleh banyak seniman agar lebih aktif masuk pada wilayah masyarakat lebih luas. Ditambah lagi dengan adanya pengaruh perkembangan yang telah menjadi efek positif munculnya tempat-tempat aktivitas berkesenian di berbagai tempat kota besar. "Banyaknya bermunculan galeri-galeri seni yang tidak terhitung mampu untuk mengangkat derajat eksistensi, serta tersedianya ruang mempromosikan karya seni. Banyaknya galeri seni yang muncul berakibat pula tumbuhnya apresiasi pada publik, walaupun secara perlahan tapi pasti. Pertumbuhan ini setidaknya dapat dijadikan sebuah kecenderungan bahwa kini seni rupa telah berhasil membentuk satu wilayah dan lingkaran sistem "pasar" yang mulai menguat dan sebagai pergolakan polemik pameran karya seni rupa. (Mikke...

06

Dengan banyaknya pameran seni yang bermunculan di berbagai tempat kota besar seperti Jakarta, Bandung, Denpasar dan lain sebagainya juga menyebabkan terjadinya persaingan dalam menarik perhatian para seniman untuk melakukan aktivitas pameran di tempat-tempat yang telah tersedia. Dalam hal ini dapat membuat para pengelola pameran untuk berusaha memutar otak menarik para seniman agar berapresiasi di ruang yang telah disediakan. Kurangnya apresiasi para seniman dalam melakukan kegiatan pameran pada tempat yang telah disediakan menyebabkan matinya sejumlah pameran seni yang ada di berbagai wilayah kota besar. Matinya pameran seni yang ada di wilayah kota besar karena sistem manajemen pameran seni rupa maupun kontemporer yang kurang baik dalam beroperasi dan kurangnya kepuasan para seniman dalam keikut sertaannya waktu kegiatan pameran tersebut.

Berbeda dengan pameran Indonesian Contemporary Art and Design yang memiliki agenda kegiatan pameran seni rupa tiada henti setiap tahunnya karena sistem manajemen dan kerjasama cukup baik membuat para seniman berlomba-lomba untuk ikut serta pada pameran seni kontemporer. Hal tersebut menunjukkan bahwa ICAD 2019 sangat memperhatikan kepuasan para seniman dan penikmat seni dalam apresiasi pameran.

X X X

B. GAMBARAN UMUM INDUSTRI

1. SEJARAH INDUSTRI

Artura adalah perusahaan desain yang berspesialisasi dalam konsepsi dan penciptaan interior komersial dan residensial, pekerjaan arsitektur dengan setiap klien untuk menentukan kebutuhan individu dan menciptakan ruang dengan rasa identitas. Rincian luar biasa dan kualitas pengerjaan yang konsisten tinggi memberikan penekanan pada kekuatan desain.

Artura lahir pada tahun 1992 yang didirikan oleh seorang wanita yang memang sudah lama bergelut di dunia desain dan arsitektur yaitu Diana Nazir. Beliau ingin sekali untuk memberdayakan skill dari anak muda. Anak muda dinilai menjadi pelecute ide-ide kreatif. Oleh sebab itu ia mendirikan PT. Artura Insanindo. Dari tahun berdirinya hingga kini Artura sudah berkiprah dan banyak menangani klien-klien besar. The Edge Bali, CIMB Jakarta, Garuda Indonesia Lounge adalah beberapa klien yang mempercayakan Artura untuk mendisain agar menjadi tempat yang nyaman dan bercita rasa tinggi.

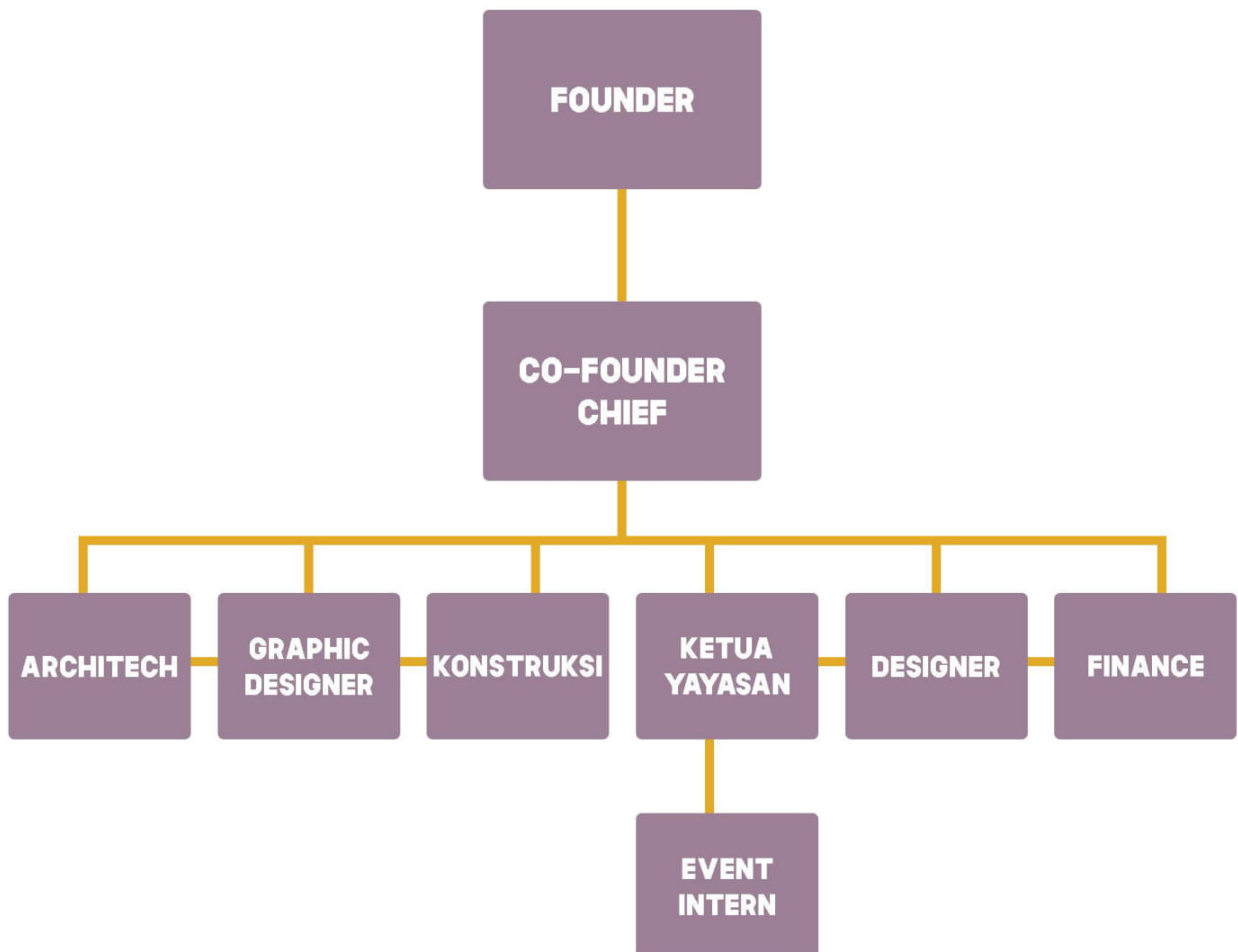
Prestasi Artura tidak sulit didengar oleh pemerintahan. Keinginan untuk mengapresiasi dunia dan pekerja seni membuat perusahaan ini selalu memiliki gebrakan. Menggandeng pemerintahan pariwisata terciptanya Pameran seni kontemporer dengan nama Indonesia Contemporary Art and Design pada tahun 2009. Selain itu ICAD merupakan pameran pertama dan satu-satunya yang memprakarsai kolaborasi anatar desain, seni, teknologi, hiburan dan industry perhotelan. Melibatkan desainer interior, desainer grafis, fotografer, videografer, penulis scenario, pelukis, pematung, pembuat film, dan banyak pencipta lainnya.

ICAD diadakan setiap tahun untuk mengeksplorasi kekayaan kearifan lokal Indonesia dengan cara kontemporer. Diadakan untuk pertama kalinya 10 tahun yang lalu, telah menjadi pameran berskala besar, mempromosikan desain dan seni kontemporer di Indonesia. Pameran ini diadakan selama 6 hingga 8 minggu, disertai dengan acara lain seperti konvensi, lokakarya, dan pemutaran film. Untuk memaksimalkan memberikan wadah pada desain dan seni Artura mendirikan yayasan khusus bernama Yayasan Desain+Art Indonesia, diketuai oleh seorang desainer grafis Harry Purwanto.

2. VISI DAN MISI

Perusahaan yang berfokus kepada desain dan arsitektur ini berspesialisasi dalam konsepsi interior komersial dan residensial, pekerjaan arsitektur dengan setiap klien untuk menentukan kebutuhan individu dan menciptakan ruang dengan rasa identitas. Rincian luar biasa dan kualitas pengerjaan yang konsisten tinggi memberikan penekanan pada kekuatan desain. Dengan keterlibatan total dari konsep awal melalui koordinasi konstruksi.

STRUKTUR ORGANISASI & URAIAN TUGAS



Chief

mengawasi semua inisiatif para desainer dan arsitek dalam seluruh pengerjaan, baik internal maupun eksternal diberbagai platform dan format untuk mendorong kepuasan klien pada hasil kerja.

Architect

Mengembangkan, mengelola dan memproduksi (dari konsep hingga selesai) sehingga dapat merealisasikan keinginan dari klien dengan tepat dan baik.

Design Graphic

Bertanggung jawab untuk merencanakan, melaksanakan, dan membuat segala keperluan grafis bagi klien.

Konstruksi

Bertanggung jawab terhadap untuk merealisasikan rancangan dari arsitek dengan menjadi kunci pembangunan dan proses sebuah desain.

Ketua Yayasan

Sebagai pemimpin dari yayasan dan bertanggung jawab mengkoordinir segala acara yang dilakukan Artura.

Finance

Mengatur keuangan perusahaan, menagihkan piutang ke klien, membuat jurnal transaksi, membuat laporan keuangan, membayarkan pajak dan payroll.

Designer

Mengumpulkan dan mengevaluasi kebutuhan klien, menggambarkan ide-ide menggunakan media desain, membuat design konten, membuat design yang diperlukan oleh klien dan berdasarkan kebutuhan perusahaan.

Intern

bertanggung jawab untuk menjadi public relation untuk perusahaan. Menjadi jembatan antara klien dengan perusahaan. Tidak hanya kepada klien namun juga bekerja sama dengan media. Ikut serta menjadi pengurus yayasan dan bertanggung jawab dalam kelancaran acara apapun yang diadakan oleh Yayasan dan perusahaan.

3.KETENAGAKERJAAN INDUSTRI

Perusahaan ini memiliki karyawan yang diantaranya 30 karyawan tetap dan 1 karyawan studi kerja. Memiliki latar belakang pendidikan strata 1 dan strata 2 dengan keahliannya masing-masing.

4.FASILITAS INDUSTRI

Perusahaan ini berada di lokasi Kemang Raya, Jakarta Selatan. Kantornya terletak di dalam sebuah Hotel ternama di Jakarta Selatan mempermudah untuk klien menemukan kantor.

Karyawan dapat menggunakan transportasi umum dengan menggunakan KRL lalu melanjutkan perjalanan dengan kendaraan online mengingat bahwa untuk menuju Kemang tidak ada stasiun apabila menggunakan KRL. Agar lebih mudah untuk menjangkay kantor dapat menggunakan transportasi umum seperti Busway. Berdekatan dengan pusat perbelanjaan Kemchicks dan Kemang Village serta berbagai macam restaurant dan cafe, perusahaan ini dapat memudahkan para karyawan untuk mengatur pertemuan dengan klien. Memiliki fasilitas pantry, ruangan terbuka (rooftop), coffee shop, fasilitas parkir, fasilitas untuk ibadah, ruang meeting dengan alat-alat yang lengkap dan akses wifi yang cepat.

10

KINERJA INDUSTRI

Penghargaan :

1. GO-PAY
2. PIAGAM
3. BEKRAF
(Terpilih menjadi
Pelaksana Pameran
Ekonomi Terbaik dari
Bekraf terbaik)

Klien :

1. The EDGE	7. Bogor Cafe
2. Shabu Nobu	8. Popz Cafe
3. CIMB Niaga	9. Penthouse
4. 3M	10. Kalibata Apartment
5. Swiss-Belhotel	11. Pantai Mutiara
6. Garuda Indonesia	12. Recapital

5. KULTUR

Kultur yang diterapkan di Artura Insanindo selalu menunjukkan karakteristik yang friendly, millenial, dapat dipercaya, tepat waktu, smart, dan hangat kepada klien maupun sesama dengan rekan satu kantor. Menerapkan lingkungan yang ringan dan santai namun sangat berdedikasi tinggi dalam melaksanakan tugas. Hal tersebut bisa dilihat dari cara berpakaian apabila saat bekerja di kantor. Smart casual adalah kata yang paling tepat menggambarkan kultur yang dibangun pada perusahaan ini. Dalam berinteraksi dengan sesama rekan maupun atasan terasa sangat santai namun tetap sopan, dengan kata lain bahwa tidak ada jarak yang jauh antar atasan dan pekerja lainnya.

Kultur bekerjanya sangat kuat dengan ciri khas bekerja sama dan saling support. Karena pekerjaan satu dan lainnya saling mengisi agar dapat terealisasi. Oleh sebab itu membangun budaya kerja yang asyik dan hangat membuat jarang terjadi masalah dalam melaksanakan pekerjaan hingga dapat membuahkan hasil yang maksimal.

II. GAMBARAN UMUM

UNIT / BAGIAN INDUSTRI

12

A. PENJELASAN

Berdasarkan perusahaan yang bergelut di bidang arsitektur dan desain unit yang tersusun di dalam Perusahaan Artura Insanindo sangat pas. Pembagian unitnya tidak terlalu berbelit karena langsung mengisi posisi-posisi yang cocok dengan masing-masing tugas. Semua unit di dalam perusahaan ini sama pentingnya karena saling berkesinambungan dan saling bekerja sama. Segala tugas dan kewajibannya saling mengisi dan membantu satu sama lainnya seperti tugas chief yang tidak dapat berfungsi dengan baik apabila tidak ada unit lain yang menjalankan tugasnya.

Gambaran lainnya apabila arsitek bekerja ia butuh dibantu oleh staff dari unit konstruksi untuk merealisasikan apa saja yang telah dirancang oleh arsitek. Contoh lainnya interior designer harus selalu sejalan dengan ruang dan rancangan dari arsitektur dan sebaliknya.

Arsitek adalah seorang ahli di bidang ilmu arsitektur, ahli rancang bangun atau ahli lingkungan binaan. Istilah arsitek seringkali diartikan secara sempit sebagai seorang perancang bangunan, adalah orang yang terlibat dalam perencanaan, merancang, dan mengawasi konstruksi bangunan, yang perannya untuk memandu keputusan yang memengaruhi aspek bangunan tersebut dalam sisi estetika, budaya, atau masalah sosial.

Arsitek adalah seorang ahli di bidang ilmu arsitektur, ahli rancang bangun atau ahli lingkungan binaan. Istilah arsitek seringkali diartikan secara sempit sebagai seorang perancang bangunan, adalah orang yang terlibat dalam perencanaan, merancang, dan mengawasi konstruksi bangunan, yang perannya untuk memandu keputusan yang memengaruhi aspek bangunan tersebut dalam sisi estetika, budaya, atau masalah sosial.

Designer adalah bagian yang juga penting dalam perusahaan ini yang tugasnya memecahkan permasalahan ruang dalam yang bertujuan mencapai keseimbangan estetis, fungsi, ekonomi dan makna. Masalah-masalah desain timbul dari kondisi-kondisi tertentu yang berubah dalam setiap proyek desain. Tantangan bagi desainer tidak hanya terletak pada inovasi pemecahan masalah yang ada, akan tetapi kemampuan desainer untuk menggali masalah merupakan modal utamanya dalam proses berkreasi.

Untuk saat ini unit public relation sedang tidak ada yang mengisi. Intern yang diterima perusahaan dari Universitas mengisi posisi tersebut. Posisi tersebut sangat penting bagi perusahaan karena penting bagi perusahaan untuk dapat menjalin engagement yang erat kepada klien maupun media. Mengingat perusahaan ini selalu mengadakan acara pameran yang besar yang harus dipersiapkan dengan matang dan untuk merealisasikan hal tersebut harus dibantu dengan seorang public relation.

B. VISI MISI INDUSTRI

Perusahaan yang terfokus pada bidang arsitektur dan desain ini memiliki tujuan yang tidak hanya memberikan pelayanan prima pada setiap klien. Namun, juga memberikan wadah terhadap para pelaku di dunia kreatif. Artura Insanindo sangat mendukung perkembangan ekonomi kreatif Indonesia serta selalu ingin membuat karya seni dari Indonesia mendapatkan apresiasi yang layak. Memberikan peran penting bagi negara merupakan salah satu tujuan dari perusahaan ini. Sampai saat ini masih konsisten untuk mengembangkan apapun kekayaan Indonesia.

Tidak hanya mengharumkan nama bangsa, namun perusahaan ini juga mengantarkan karya seni Indonesia dengan mengadakan pameran seni di Milan. Hal tersebut adalah gambar realisasi tujuan yang dimiliki oleh perusahaan.

X X X

A. PENJELASAN ALUR KERJA

Berawal dari sebuah project yaitu ingin membuat pameran seni akan menentukan curator yang bekerja untuk menentukan karya seni dan seniman yang sesuai untuk mengikuti pameran.

Pameran dalam memilih pengisi tidak hanya langsung di tentukan dengan curator namun banyak cara untuk memberikan wadah tersebut. Seperti pada acara Indonesian Contemporary Art and Design kesepuluh yang membuka pintu dengan mengadakan open submission untuk para seniman muda yang ingin memperlihatkan karya seninya.

16

Dalam menjalankan proses tersebut sangat diperlukan public relation untuk membantu jalannya pemilihan tersebut. Public relation harus mampu untuk menjadi jembatan antara pameran seni dengan para seniman walaupun kinerjanya tidak se-intens kurator. Selain itu harus public relation menjadi bagian penting dalam menentukan tujuan awal pameran dan menentukan tema pameran. Dengan berkerja sama dengan curator pameran seni akan mudah untuk direncanakan. Kinerja yang sangat dinamis sangat dibutuhkan karena pada saat akan mempersiapkan pameran banyak aspek-aspek yang harus diperhatikan seperti :

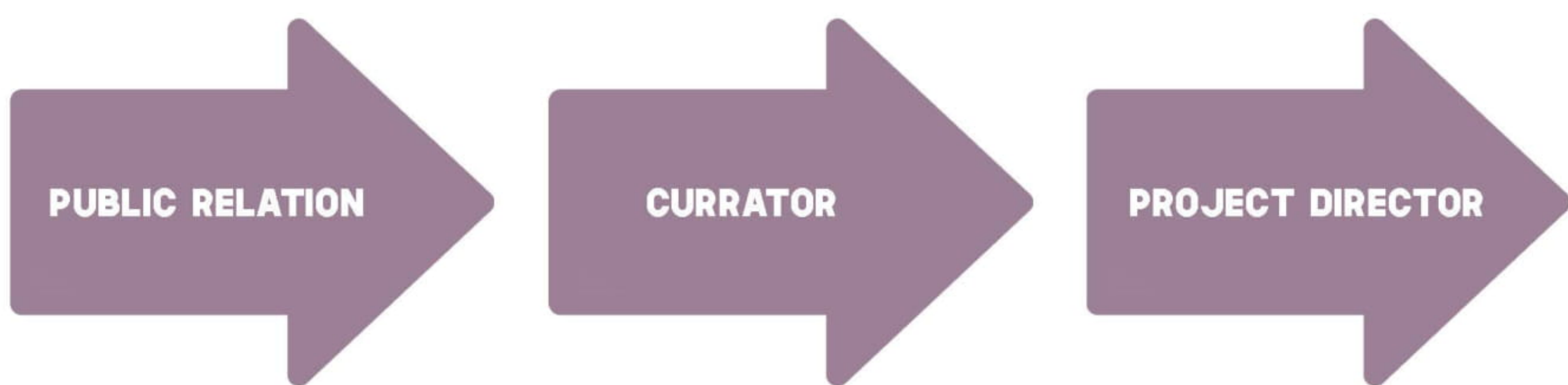
- Menentukan tujuan pameran
- Menentukan tema pameran
- Menentukan bahan pameran
- Menentukan Kawasan dan waktu pameran
- Menyusun aktivitas kegiatan pameran

Banyak tantangan menjadi public relation dalam mengadakan pameran seni. Kinerja yang harus diterapkan harus sesuai dengan cepatnya persiapan pameran. Menyiapkan kesiapan dalam promosi pameran adalah kunci keberhasilan dari sebuah pameran. Apabila hal tersebut tidak dilakukan dengan baik maka tidak ada yang akan tertarik untuk datang ke pameran walaupun konsep pameran sangat menarik.

Tugas penting lainnya adalah membangun relasi dengan media. Kesulitan dalam mengadakan pameran biasanya waktu yang sangat sempit sehingga sulit untuk berkerja sama dengan media untuk menjadi media partner dari pameran.

Menjadi jembatan adalah kata khusus untuk menggambarkan kinerja hubungan masyarakat dalam pameran seni. Seniman akan selalu berkomunikasi dengan public relation untuk membantu hambatan-hambatan yang ada. Relasi kepada seniman juga akan di representasikan oleh seorang hubungan masyarakat seperti kesepakatan pameran dan nilai-nilai kerja sama.

INTERNAL WORKFLOW



17

Memiliki peran yang sangat beragam dan dinamis perusahaan ini memiliki alur kerja untuk menjalankan rangkaian program hubungan masyarakat, sebagai berikut :

Merencanakan pameran

mulai dengan membuat rancangan pameran dari hal terpenting hingga hal terkecil untuk mengurangi resiko terjadinya masalah-masalah dalam pelaksanaan pameran. Karena sebagai pembangun citra harus mempersiapkan segalanya dengan matang. Tanggung jawab yang besar berada di tangan seorang public relation.

- Relasi
- Citra
- Promosi

Kurator

Mengamati dan menganalisis perkembangan seni rupa Indonesia dan seni rupa International dari waktu ke waktu. Memilah dan menyeleksi karya dan kegiatan pameran di ICAD. Membantu mempertimbangkan tata pameran tetap, sistem pendokumentasian dan kebijakan pengelolaan koleksi. Melakukan kerjasama, bimbingan, edukasi, dan apresiasi seni.

Project director

Memiliki kekuasaan terbesar dalam pameran karena menjadi tonggak acuan. Menjadi penanggung jawab pameran

X X X

18

B. STRUKTUR ORGANISASI & URAIAN TUGAS

Dalam melakukan tugas public relation posisi ini diisi oleh seorang Intern karena pada saat ini posisi tersebut sedang kosong. Tugasnya adalah bertanggung jawab apapun mengenai kerja sama dengan seniman, relasi dengan media dan wartawan, menjembatani kesepakatan dengan curator dan project director.

C. AKTIVITAS UNIT

Sebagai public relation aktivitas yang dilakukan adalah merangkai kerja sama dengan media serta wartawan. Berkomunikasi dengan media agar menemukan kesepakatan kerja sama dan menjalin kerja sama untuk memberikan keuntungan kedua belah pihak. Selain itu juga memiliki aktivitas membuat kesepakatan dengan para seniman untuk menjelaskan apapun yang dirasa belum dimengerti.

D. TARGET YANG DICAPAI

Target yang dicapai adalah keberhasilan dalam melaksanakan pameran kontemporer. Tidak hanya memberikan kepuasan kepada perusahaan namun juga kepuasan seluruh pemilik kepentingan yang ada pada pameran.

Memberikan keuntungan bagi para rekan yang membantu acara pameran seperti media, pemerintahan dan seniman. Tidak hanya melakukan pameran pada saat tersebut namun dapat terlaksana untuk tahun-tahun berikutnya. Tetap menjadi pameran yang ditunggu-tunggu oleh penikmat seni.

Capaian yang diperoleh memberikan citra yang baik kepada perusahaan.

E. HUBUNGAN KERJA

Setiap bagian yang ada didalam perusahaan tidak dipungkiri hanya bekerja sendiri. Setiap unit memiliki kewajiban yang berbeda namun saling berkesinambungan. Setiap unit menerapkan kolaborasi karena untuk tercapainya tujuan harus bekerja sama. Tugas unit tidak dapat diselesaikan apabila tidak menerapkan konsep yang diterapkan perusahaan. Contohnya apabila curator telah mengumpulkan seniman maka public relation harus melakukan komunikasi yang terus terjaga agar mencapai kesepakatan yang adil bagi kedua belah pihak. Hubungan dapat terjaga apabila memiliki kaidah-kaidah seperti berikut :

- Saling menghormati
- Sopan santun
- Tidak egois
- Mengerjakan kewajiban dengan baik dan tepat waktu agar unit lain tidak terganggu kinerjanya.
- Apresiasi kepada rekan

IV. IDENTIFIKASI

20 TANTANGAN/HAMBATAN/ KEKUATAN/PELUANG

A. CARA PENEMUAN TANTANGAN/HAMBATAN/ KEKUATAN/PELUANG

Berdasarkan pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui tantangan, hambatan, kekuatan dan peluang apa saja yang ada pada Laporan Studi Kerja, penulis menggunakan metode penelitian wawancara.

Metode Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pihak yang bersangkutan meliputi panitia yang bekerja dalam Indonesian Contemporary Art and Design yang telah menjadi bagian penyukses acara pameran.

Selama 4 bulan menjalani program kerja yang bernaung di bidang public relation pada pameran tingkat nasional, bidang ini telah menghasilkan beberapa poin yang dapat meningkatkan performa perusahaan khususnya pada citra perusahaan di mata masyarakat, pemerintahan dan seluruh stakeholder. Berdasarkan capaian yang diperoleh, perusahaan ini mendapatkan penghargaan sebagai “Pameran yang mengangkat ekonomi kreatif Indonesia” yang diberikan oleh BEKRAF yang mana hasil kerja keras dari semua panitia. Tidak hanya itu, indikator keberhasilan juga dilihat dari banyaknya masyarakat, penikmat seni, dan orang-orang dalam industry kreatif yang datang dan antusias pada pameran. Sebanyak 30 sumber daya manusia di dalam perusahaan dan ditambah 1 mahasiswa magang, mempermudah serta membantu program yang dilaksanakan dari berbagai bagian. Membantu alur kerja menjadi lebih kondusif dan membuat urusan pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik.

Banyaknya program yang dijalankan khususnya dalam bidang membuat pameran, membutuhkan beberapa elemen yang mendukung sebuah pekerjaan.

Guna menghasilkan sebuah pameran yang sesuai dengan konsep perlu mengetahui apa saja komitmen yang harus dijaga, serta membangun relasi dan kolaborasi yang sehat. Untuk mengetahui hal tersebut, perlu adanya peran yang dapat mendukung sehingga mendapatkan hasil yang baik.

Melalui Indonesian Contemporary Art and Design, perusahaan ini menghasilkan peran yang dapat membuat performa dari sebuah acara yang berguna bagi segala pihak yang terkait. Namun meraih capaian tersebut, terdapat hambatan untuk merealisasikannya.

B. DAFTAR TANTANGAN/HAMBATAN/KEKUATAN/PELUANG

a. Kekuatan

- Pameran yang memiliki system berkelanjutan setiap tahun.
- Memiliki engagement yang baik. Memiliki beberapa klien besar yang bekerja sama dengan pihak perusahaan.
- Telah menjangkau seluruh Indonesia dan mancanegara contohnya mengadakan pameran Betawi di Milan, Italia.
- Mempunyai komunitas seni dan yayasan untuk para seniman.
- Sebagai wadah pengembangan dunia seni Indonesia untuk Dunia.
- Dapat menyebarkan pengetahuan seni kepada khalayak.

b. Tantangan

- Mengemas pameran dengan konsep yang menarik dan menemukan titik temu antara karya seni dari seniman dengan konsep yang telah dipilih.
- Mengajak khalayak untuk tertarik datang menikmati pameran walaupun tidak memiliki minat seni.
- Pembuatan konstruksi yang sulit akibat pameran berada pada sebuah hotel dalam kata lain berada dalam ruang public.

c. Peluang

- Meningkatkan performa citra perusahaan sebagai salah satu yang mengapresiasi kesenian kontemporer.
- Memnberdayakan para seniman Indonesia termasuk seniman muda.
- Untuk mensukseskan pameran memiliki banyak hal yang harus dilakukan seperti membangun relasi dengan media dan wartawan, belajar bekerja dalam kelompok membuat pengetahuan dan pengalaman public relation semakin bertambah.

d. Hambatan

- Penyesuaian watak dan kepribadian dari berbagai individu.
- Ruang public menjadi tempat pameran.

C. PENETAPAN PRIORITAS TANTANGAN/ HAMBATAN/KEKUATAN/PELUANG

Analisis Urgency, Seriousness, Growth (USG) adalah salah satu metode skoring untuk menyusun urutan prioritas isu yang harus diselesaikan. Pada tahap ini masing-masing masalah dinilai tingkat risiko dan dampaknya. Bila telah didapatkan jumlah skor maka dapat menentukan prioritas masalah.

Langkah skoring dengan menggunakan metode USG adalah membuat daftar akar masalah, membuat tabel matriks prioritas masalah dengan bobot skoring 1-5 dan nilai yang tertinggi sebagai prioritas masalah. Untuk lebih jelasnya, pengertian urgency, seriousness, dan growth dapat diuraikan sebagai berikut (Kotler dkk, 2001):

- a.Urgency Seberapa mendesak isu tersebut harus dibahas dan dihubungkan dengan waktu yang tersedia serta seberapa keras tekanan waktu tuntutan memecahkan masalah yang menyebabkan isu tadi.
- b. Seriousness Seberapa serius isu perlu dibahas dan dihubungkan dengan akibat yang timbul dengan penundaan pemecahan masalah yang menimbulkan isu tersebut atau akibat yang menimbulkan masalah lain kalau masalah penyebab isu tidak dipecahkan.

Perlu dimengerti bahwa dalam keadaan yang sama, suatu masalah yang dapat menimbulkan masalah lain adalah lebih serius bila dibandingkan dengan suatu masalah lain yang berdiri sendiri.

- c. Growth Seberapa kemungkinan-kemungkinannya isu tersebut menjadi berkembang dikaitkan kemungkinan masalah penyebab isu akan makin memburuk kalau dibiarkan.

X X X

Metode USG merupakan salah satu cara menetapkan urutan prioritas masalah dengan metode teknik scoring. Proses untuk metode USG dilaksanakan dengan memperhatikan urgensi dari masalah, keseriusan masalah yang dihadapi, serta kemungkinan berkembangnya masalah tersebut semakin besar. Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Urgency atau urgensi, yaitu dilihat dari tersedianya waktu, mendesak atau tidak masalah tersebut diselesaikan.
- b. Seriousness atau tingkat keseriusan dari masalah, yakni dengan melihat dampak masalah tersebut terhadap produktifitas kerja, pengaruh terhadap keberhasilan, membahayakan system atau tidak.
- c. Growth atau tingkat perkembangan masalah yakni apakah masalah tersebut berkembang sedemikian rupa sehingga sulit untuk dicegah.

Adapun keterangan pemberian skor dapat dilihat pada tabel 1.1

24

5	Sangat Penting
4	Penting
3	Netral
2	Tidak Penting
1	Sangat Tidak Penting

Berikut tabel USG yang dilakukan oleh penulis dengan wawancara bersama karyawan di salah satu perusahaannya pada tabel 1.2

No	Isu	Nilai dan uraian isu			Total
		Urgency	Seriousness	Growth	
1	Membuat konsep yang cocok dengan bekerja sama dengan kurator	5	5	3	13
		a. Konsep yang dibuat harus dikomunikasikan secara jelas agar seniman dan penikmat seni yang datang ke pameran tidak bingung.	a. Jika konsep tidak sesuai dengan seniman akan terjadi ketidak pastian karya yang akan ditampilkan pada pameran. Sehingga mengakibatkan karya tidak sesuai konsep.	a. Tim Indonesian Contemporary Art and Design selalu berupaya untuk menghindari kesalahan pembentukan konsep yang nantinya akan di terapkan pada pameran. b. Mayoritas seniman melihat konten yang dibuat, sesuai dengan keahlian dan mudah dipahami. Walaupun ada beberapa seniman yang memiliki konsep dan prinsip tersendiri.	
2	Mengemas pameran dalam bentuk susunan yang unik dan menarik walaupun karya yang disampaikan merupakan karya yang berat dan serius.	4	5	3	12
		a. Untuk menampilkan suatu karya yang memiliki arti serius harus mengemasnya dalam bentuk yang unik dan menarik agar dapat menarik antusias penikmat seni.	a. Jika tidak dikemas dalam bentuk yang unik, dan memudahkan para penikmat seni dapat berdampak pada antusiasme pameran.	a. Melihat perkembangan yang dilakukan oleh tim pameran, bentuk serta penyesuaian visualisasi dalam pameran menarik dan mudah dipahami.	
3	Penyesuaian kesepakatan penjualan karya dengan seniman	4	5	5	14
		a. Dalam membuat suatu pameran, diwajibkan tim pameran membuat kesepakatan konsinyasi karya dengan seniman apabila sudah terjual	a. Jika tim pameran belum dapat melakukan kesepakatan terhadap konsinyasi harga karya dengan seniman, maka akan menghambat kelanjutan kelancaran pameran selanjutnya.	a. Berdasarkan yang sudah dilakukan tim pameran bahwa kesepakatan konsinyasi harga perlu adanya persetujuan, yang mana akhirnya dapat memberikan kesan adil kepada seniman	

No	Isu	Nilai dan uraian isu			Total
		Urgency	Seriousness	Growth	
4	mengetahui keinginan yang dibutuhkan oleh seniman melalui sebuah hasil kurasi, yang mana bagian tersebut dapat mendukung keberhasilan pameran.	5 a. Sebagai bagian yang tergabung unit Indonesian Contemporary Art and Design, unit ini harus mengetahui hasil kurasi. Sehingga pameran dapat diterima oleh penikmat seni	4 a. Jika bagian unit ini tidak mengetahui hasil kurasi karya, maka berakibat fatal yang mana penikmat seni akan menjadi bingung dan memberikan pengalaman yang tidak baik.	3 a. Sejauh ini, bagian tim pameran mengetahui hasil kurasi karya apa saja saja yang diminati oleh penikmat seni dengan melihat analisa data pada pameran sebelumnya.	12

D. PENJABARAN TANTANGAN/ HAMBATAN/KEKUATAN/PELUANG

26

Berdasarkan pada tabel 1.2 bagian C, terdapat isu utama yang akan dibahas yaitu “Membuat sebuah konsep pameran agar sesuai dengan prinsip masing-masing seniman serta apa yang diminati oleh penikmat seni”. Berikut penjabarannya :

What

Isu ini merupakan tantangan yang dihadapi oleh bagian unit public relation. Dengan bagaimana unit tersebut menciptakan suatu konsep pameran agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan sangat baik oleh penikmat seni. Baik dalam bentuk visualisasi, cerita, dan arti karya.

Who

Pada bagian public relation, tidak hanya memiliki peran sendiri untuk mengatur sehingga dapat menghasilkan sebuah konsep yang sempurna. Untuk mendukung perihal tersebut diantaranya merupakan :

- Diana Nazir , Festival director
- Edwin Nazir, Program Director
- Hafizh Rancajale, Curator
- Harry Purwanto, Curator
- Itjuk, Gallery Curator
- M. Taufik, Exhibition Manager
- Maghfira Ratu Azzura, Public Relation

When

Tantangan, hambatan, kekuatan, peluang mulai dihadapi pada saat telah menjalani selama 2 bulan bekerja dari bulan Agustus hingga pada bulan November 2019 yang mana penulis ikut berpartisipasi dalam memecahkan hambatan dan tantangan melalui musyawarah terkait keberhasilan pameran Indonesian Contemporary Art and Design.

Where

Isu ini terjadi di bagian tim pameran dalam Indonesian Contemporary Art and Design yang dilaksanakan oleh Artura Insanindo perusahaan yang berlokasi di Keman Raya.

Why

Penyebab timbul tantangan tersebut karena tim pameran masih menemukan beberapa hal yang memungkinkan para penikmat seni keliru dalam menanggapi isi pesan yang disampaikan melalui penyajian karya seni sehingga menimbulkan kurangnya antusiasme penikmat seni.

How

Sebagai pekerja yang bergelut di bidang public relation, secara pribadi bahwa sasaran untuk mencapai target pengunjung pameran yang maksimal yaitu dengan mendapatkan 150 pengunjung dalam sehari pameran. Berdasarkan informasi yang diperoleh, jika suatu pameran sudah mencapai lebih dari 150 pengunjung maka pameran tersebut mencangkup kategori pameran bergengsi sehingga berpengaruh pada performa citra perusahaan. Mengenai hambatan yang ditemui dalam unit ini secara spesifik bagaimana pihak yang terkait harus mencari titik temu sehingga tujuan segala yang berkepentingan dapat menjadi satu. Disamping itu jika ada pembagian konsinyasi yang memang harus tidak sesuai bagi kedua belah pihak, maka harus bermusyawarah untuk memenuhi keinginan kedua belah pihak.

27

E. ANALISIS

Berdasarkan waktu yang telah ditentukan, penulis bergabung dengan perusahaan ini pada tanggal 26 Agustus 2019 pada bagian public relation.

Dapat diketahui bahwa public relation berperan sebagai penyokong kebutuhan untuk bagian relasi. Melakukan analisis konsep terhadap seniman dan apa yang membuat penikmat seni antusias.

Secara umum proses realisasi pameran yang dilakukan sangat baik walaupun ada ketidaksamaan konsep dengan seniman. Hal tersebut menjadi tantangan karena memang harus didiskusikan dalam kurun waktu yang lama. Butuh beberapa waktu untuk melakukan revisi konsep, karena tidak semua seniman sesuai dengan prinsip dan konsep pameran. Sehingga terkadang tantangan yang didapat melakukan lobbying yang baik, sehingga mendapatkan hasil win-win solutions dari pihak internal maupun seniman. Dalam bagian ini, banyak sekali masukan yang didapat baik dari pihak internal maupun eksternal.

Kelebihan dari bagian ini bahwasannya apa yang dirasakan oleh seniman. Mereka ingin menuangkan bahwa keadaan, perasaan dan karyanya di apresiasi. Terkait tantangan bagi public relation yaitu bagaimana untuk membuat suatu konsep agar pameran dapat mendapatkan antusiasme dari penikmat seni. Untuk mengetahui hal tersebut perlu adanya analisa data terkait apa saja yang diminati untuk mendukung dalam membuat sebuah konsep agar diterima dengan baik.

Untuk mengetahui konsep dapat dilihat melalui pengalaman pada pameran sebelumnya yang berfungsi untuk membaca keinginan peminat seni. Public relation melakukan analisa melalui data kurasi dari pameran sebelumnya.

A. KERANGKA PENGETAHUAN

1. Pengertian tantangan, hambatan, yang dihadapi industri komunikasi yang berkaitan dengan industri tempat magang

a. Pameran dapat didefinisikan sebagai :

“The exhibition is one of the effective marketing tools for a campaign objective, be it a product or program socialization of a company and an information of product superiority to the public, as well as an effort to increase market penetration.”.

(Pameran merupakan salah satu sarana pemasaran yang efektif untuk suatu tujuan kampanye baik itu produk atau sosialisasi program suatu perusahaan serta suatu informasi akan keunggulan produk ke masyarakat, sekaligus sebagai upaya meningkatkan pada penetrasi pasar). (Freed E. Han and Kenneth G. Mangun)

30

b. Merujuk dari Timor Leorensi, menyatakan Pameran yakni seluruh kegiatan yang dapat dimaksudkan untuk dapat menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk bisa memberikan suatu informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting tentang keberadaannya untuk dapat mengubah sikap ataupun untuk bisa mendorong orang supaya membelinya.

c. . Menurut KBBI, Pameran merupakan sebuah istilah yang berasal dari kata pamer yang berarti “menunjukkan”. Atau secara etimologi juga dapat diartikan menunjukkan (mendemonstrasikan) sesuatu yang bisa dimiliki orang lain dengan maksud memperlihatkan kelebihan atau keunggulan untuk bisa menyombongkan diri.

d. Contohnya pada sebuah pembangunan industri berteknologi canggih dilakukan bukan untuk diabaikan. Sedangkan untuk arti Pameran menurut KBBI ialah sebuah pertunjukan (hasil karya seni, barang hasil produksi, dan lain sebagainya).

e. Curator merujuk pada profesi spesialis yang mengurus, merawat, menjaga, mencatat, mengatalogkan, mensahihkan dan menafsirkan warisan koleksi (karya seni, karya ilmu pengetahuan dan teknologi, dan benda-benda bersejarah) yang dimiliki oleh suatu museum atau lembaga pengoleksi lain.

Obyeknya bisa berupa benda-benda wujud (tangible) ataupun koleksi nirwujud (intangible collection) seperti koleksi data digital. Sedangkan bagi kumpulan basis data biologi dan model organisme biologi yang dikumpulkan dari hasil-hasil penelitian disebut kurator hayati (biocurator).

2. Pengertian Sistem dan Unsur-Unsurnya

Menurut Founder perusahaan, Diana Nazir bahwa perusahaan ini merupakan perusahaan tidak hanya sebagai perusahaan arsitektur dan desain tapi juga sebagai pengembang daya tarik seni bagi masyarakat Indonesia.

3. Identifikasi Tantangan yang Dihadapi Industri

Berdasarkan perusahaan yang bergelut di bidang arsitektur dan desain, dipastikan membutuhkan SDM yang dapat berkomunikasi dengan klien dan menjalin relasi. Peranan public relation dalam sebuah organisasi dapat dibagi menjadi 4 yaitu penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi.



Kekuatan yang dimiliki oleh bagian ini bahwa sudah melakukan pameran selama sepuluh tahun dan sangat diapresiasi oleh pemerintahan dan masyarakat. Serta memiliki engagement yang baik. Namun, dari banyaknya kekuatan yang dimiliki oleh unit ini, terdapat tantangan yang dihadapi oleh perusahaan ini dengan membuat pameran setiap tahun yang memiliki konsep yang berbeda dan dapat diterima masyarakat. Caranya dengan mengetahui analisa konsep sebagai bahan realisasi pameran.

A. KESIMPULAN

Perusahaan yang bergelut di arsitektur dan desain ini merupakan perusahaan yang fokus pada seni. Berdasarkan bagian pada perusahaan, penulis bergabung di unit public relation yang mana unit tersebut bagian terpenting untuk membuat suatu relasi.

Divisi public relation adalah divisi yang berperan untuk merencanakan, melaksanakan, dan memantau strategi perusahaan, untuk meningkatkan upaya engagement dan penjualan.

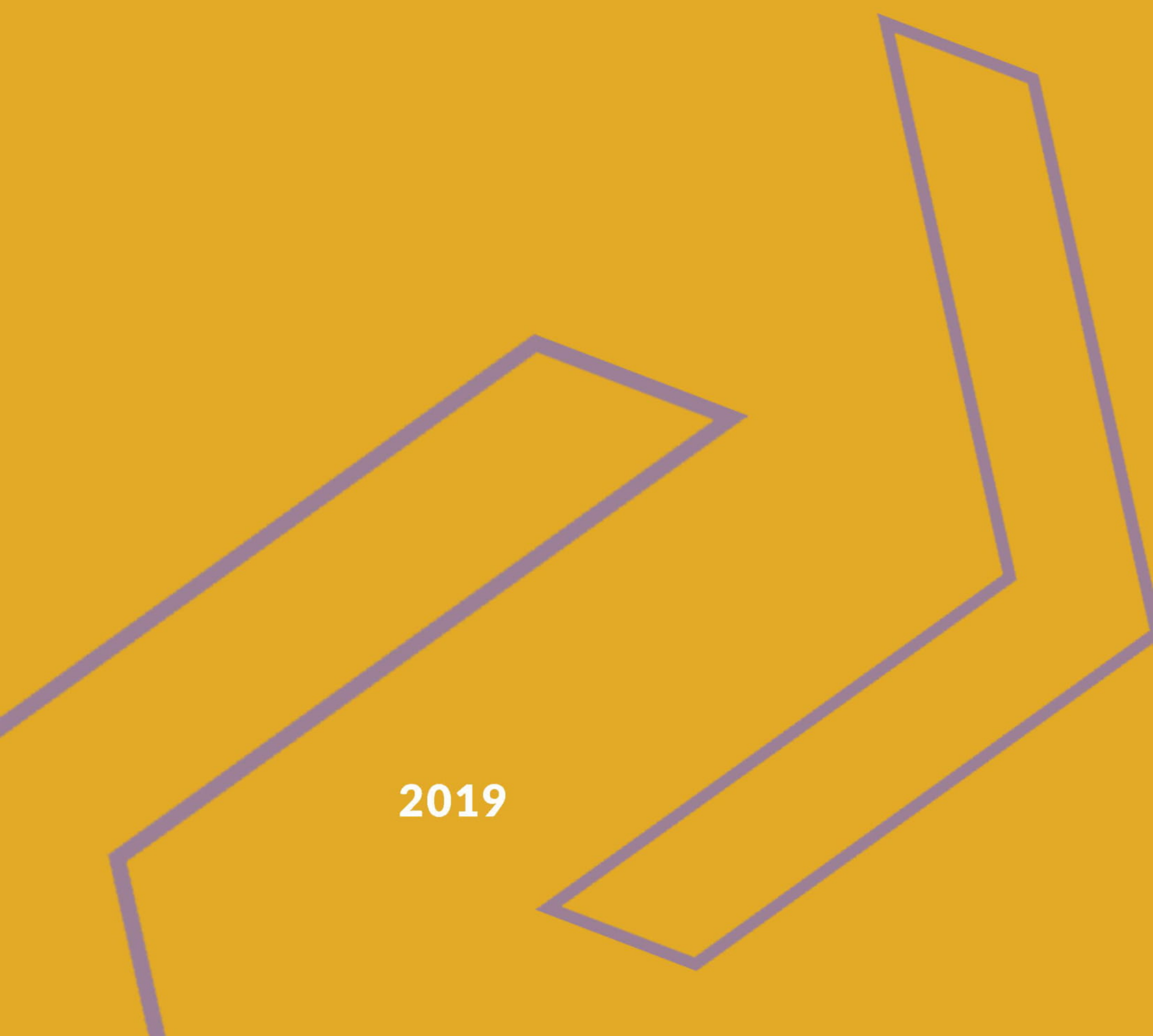
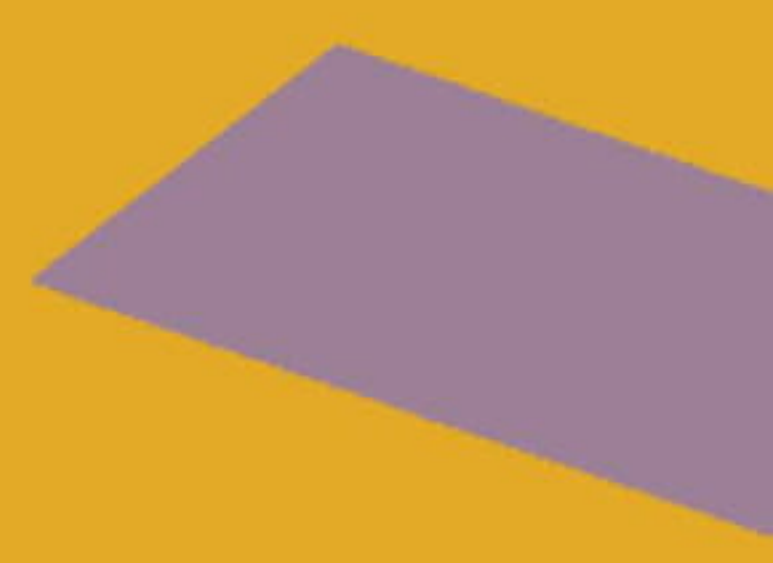
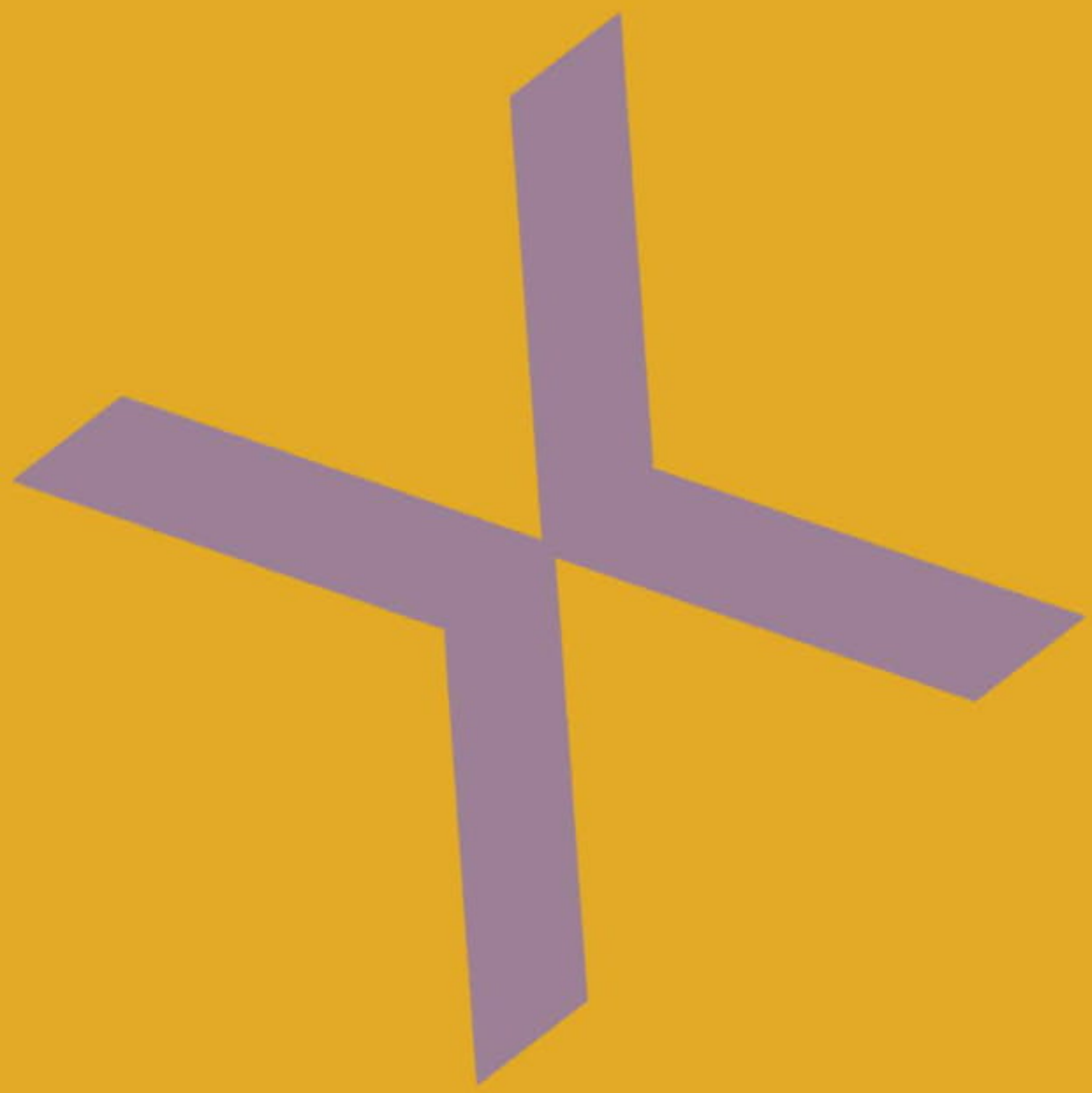
Berdasarkan analisa yang telah dibuat, bahwa divisi public relation harus selalu mengemas sebuah konsep yang baik dan terperinci agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan tidak terjadi keraguan. Untuk menghindari adanya keraguan, mereka berupaya menciptakan agar konsep yang dibuat sesuai dengan masyarakat, seniman, dan pelaku seni dengan. Jika konsep dapat diterima dengan baik, dalam bentuk yang menarik maka performa Engagement Rate yang dimiliki konsep akan bertambah serta meningkatkan revenue perusahaan.

B. SARAN

Saran yang dapat menjadi masukan untuk pihak perusahaan ini adalah :

- Menambah SDM terkait public relation

Mengingat adanya pameran dari tahun ke tahun bahwa penikmat seni terus bertambah dibutuhkan konsep yang berbeda dengan harus mengetahui analisa data yang ada pada masyarakat. Untuk mengetahui informasi tersebut, perlu adanya karyawan yang berkompeten untuk mendukung kebutuhan dalam bagian Public Relation.



2019