

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Karya Terdahulu

Kajian terdahulu yang relevan dengan tugas akhir penulis, yaitu kajian karya oleh Bil Qisti (2025) yang berjudul Pameran Visual dan Arsip “*All Hail Harry!*” Sebagai Apresiasi Terhadap Karya-Karya Harry Roesli di Lokananta Gallery. Pada kajian karya ini, penulis membuat pameran bertajuk “*All Hail Harry!*” sebagai bentuk apresiasi terhadap seniman musik eksperimental Indonesia, Harry Roesli. Qisthi merancang sebuah pameran yang menggabungkan elemen visual dan arsip untuk mengapresiasi kontribusi musisi eksperimental Harry Roesli. Ia menyoroti kurangnya ruang apresiasi terhadap tokoh seni seperti Roesli, dan menunjukkan bagaimana pameran bisa menjadi media edukatif dan apresiatif terhadap tokoh seni. Pada pembuatan pameran ini, penulis menggunakan tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Metodologi yang digunakan meliputi pengumpulan arsip, dokumentasi, dan karya visual yang berkaitan dengan Harry Roesli, serta perancangan narasi pameran yang mampu menyampaikan pesan dan nilai-nilai dari karya Roesli kepada publik. Kajian karya tersebut relevan dengan Tugas Akhir penulis. Karena baik penelitian terdahulu tersebut maupun tugas akhir penulis keduanya memproduksi *event* dalam bentuk pameran. Hal ini dapat menjadi referensi dalam merancang pameran yang bertujuan untuk meningkatkan apresiasi publik terhadap seniman dan karya-karyanya. sama halnya dengan *project* penulis karena menunjukkan bagaimana pameran dapat menjadi media apresiasi terhadap tokoh seni yang menggabungkan elemen visual dan arsip. Namun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penulis adalah pada bagian jenis kesenian yang diambil. Peneliti terdahulu memiliki fokus pada seni musik sedangkan penulis mengambil fokus pada seni rupa.

Kedua, kajian karya terdahulu yang relevan dengan tugas akhir penulis, yaitu kajian karya oleh Wahidul Kohar (2024) yang berjudul Gelar

Pameran Seni Lukis Sebagai Bentuk Apresiasi Bagi Peserta Didik Di SMPN 12 Malang. Penulis Artikel ini membuat pameran mengenai penyelenggaraan pameran seni lukis di SMPN 12 Malang. Kajian karya ini menekankan pentingnya pameran sebagai sarana apresiasi dan pendidikan seni bagi siswa. Peserta didik tidak hanya menampilkan karya, tetapi juga terlibat dalam proses perencanaan, kurasi, dan pelaksanaan. Hasilnya menunjukkan bahwa pameran seni dapat mengembangkan kemampuan berpikir kritis, kerja sama, komunikasi, memperkuat kesadaran budaya, serta pengapresiasian kepada seniman. Pameran menjadi media pembelajaran partisipatif yang membangun penghargaan terhadap proses kreatif seniman muda dalam komunitas seni di sekolah. Kajian karya terdahulu tersebut relevan dengan Tugas Akhir penulis. Karena baik kajian karya terdahulu tersebut maupun tugas akhir penulis keduanya memproduksi *event* dalam bentuk pameran. Namun perbedaan kajian karya tersebut dengan penulis adalah sasaran komunitas seni. Pada kajian karya terdahulu memiliki sasaran komunitas seni untuk seniman yang ada di sekolah, sedangkan penulis memiliki sasaran untuk komunitas seniman muda di luar sekolah.

Ketiga, kajian karya terdahulu yang relevan dengan tugas akhir penulis yaitu, kajian karya oleh Faisal Akbar (2021) yang berjudul Manajemen Ruang Seni Alternatif Pada Kedai Kebun Forum Yogyakarta. Pada kajian karya ini, penulis membuat pameran sebagai bentuk apresiasi terhadap seniman. Penulis menjelaskan bagaimana strategi pengelolaan ruang seni alternatif mampu mendukung keberlanjutan ekosistem seni di wilayah urban. Dalam studi ini, KKF diposisikan bukan sekadar sebagai ruang galeri, namun juga sebagai ruang multifungsi yang menyatukan elemen galeri seni, kafe, ruang pertunjukan, dan interaksi sosial masyarakat. Pada pembuatan pameran ini, peneliti menggunakan tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Metodologi yang digunakan meliputi pendekatan kualitatif dalam kategori deskriptif analitik dengan pengumpulan arsip, dokumentasi, dan karya visual. Dari kajian karya ini dapat disimpulkan bahwa manajemen ruang seni alternatif yang inovatif, fleksibel, dan berbasis

komunitas menjadi kunci dalam mengembangkan ruang seni yang berkelanjutan. Model yang diterapkan oleh KKF dapat dijadikan sebagai referensi penting dalam merancang ruang seni di kota-kota lain, khususnya dalam konteks keterbatasan galeri seni yang dapat memadai untuk seniman muda. Kajian karya terdahulu tersebut relevan dengan tugas akhir penulis. Karena baik kajian karya terdahulu tersebut maupun Tugas Akhir penulis keduanya memproduksi *event* dalam bentuk pameran. Hal ini dapat menjadi referensi dalam merancang pameran yang bertujuan untuk meningkatkan apresiasi publik terhadap seniman dan karya-karyanya. sama halnya dengan *project* penulis karena menunjukkan bagaimana pameran dapat menjadi media apresiasi terhadap seniman khususnya seniman muda. Namun perbedaannya dengan *project* penulis adalah penulis kajian karya terdahulu memiliki fokus terhadap bagaimana strategi pengelolaan ruang seni alternatif mampu mendukung keberlanjutan ekosistem seni serta mengapresiasi seniman. Sedangkan penulis memiliki fokus pada peningkatan kunjungan sebagai bentuk apresiasi seniman muda.

Berdasarkan penjelasan dari kajian karya terdahulu yang relevan dengan penyusunan tugas akhir ini, dapat disimpulkan bahwa penerapan pendekatan yang bersifat kreatif dan melibatkan partisipasi aktif dalam suatu kegiatan mampu meningkatkan keterlibatan serta apresiasi dari masyarakat. Studi-studi tersebut juga menyoroti pentingnya inovasi dalam cara penyampaian pesan atau konten sebagai strategi untuk menarik perhatian audiens. Dalam hal ini, *event* seni dipandang sebagai salah satu bentuk kegiatan yang tidak hanya menjadi sarana ekspresi seni, tetapi juga berperan sebagai media untuk mengapresiasi karya seniman muda. Tugas akhir ini berfokus pada pelaksanaan *event* seni yang ditujukan untuk menyediakan ruang bagi seniman muda dalam menampilkan karya mereka, sekaligus mendorong kehadiran publik sebagai wujud apresiasi. Dengan adanya kolaborasi dari berbagai pihak, *event* ini memiliki peluang yang signifikan untuk menciptakan ekosistem seni yang berkelanjutan, memperkuat peran

seniman muda, dan meningkatkan perkembangan seni lokal, khususnya di Yogyakarta.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Public Relations

Public Relations (PR) merupakan sebuah fungsi manajemen yang bertujuan untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya melalui komunikasi yang dirancang secara sistematis dan berkelanjutan. Cutlip, Center, dan Broom (2006) menjelaskan bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang fokus pada pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang bermanfaat antara organisasi dan berbagai kelompok publik yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi tersebut. Di sisi lain, The Public Relations Society of America (PRSA) mengartikan Public Relations sebagai suatu proses komunikasi strategis yang bertujuan membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya (PRSA, 2012). Definisi ini menekankan peran penting komunikasi yang terencana dalam menjaga hubungan yang positif dan bermanfaat bagi kedua pihak.

Public Relations dalam pendekatan *event* seni berperan penting sebagai alat strategis untuk membangun citra positif dan meningkatkan keterlibatan publik terhadap sebuah acara seni. PR membantu mengkomunikasikan nilai dan pesan dari karya seni atau pertunjukan kepada audiens yang tepat melalui perencanaan komunikasi yang matang. Pendekatan ini mencakup berbagai kegiatan seperti promosi acara, menjalin hubungan dengan media, *influencer*, dan komunitas seni, serta menciptakan pengalaman yang berkesan agar audiens merasa terhubung secara emosional dengan *event* tersebut. Dengan strategi PR yang efektif, *event* seni tidak hanya mampu menarik perhatian publik, tetapi juga membangun reputasi jangka panjang bagi penyelenggara dan senimannya.

Menurut Austin dan Jin (2017) menyatakan bahwa keberhasilan *event* seni sangat bergantung pada kemampuan PR dalam mengelola

komunikasi dan interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk seniman, media, sponsor, dan pengunjung. Pendekatan PR yang efektif dalam *event* seni tidak hanya membantu meningkatkan awareness, tetapi juga menciptakan pengalaman yang bermakna sehingga dapat memperkuat loyalitas dan dukungan publik terhadap kegiatan seni tersebut.

Dengan demikian, Public Relations dalam pendekatan *event* seni berfungsi sebagai penghubung strategis antara penyelenggara dan publik untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan melalui komunikasi yang terencana dan tepat sasaran.

2.2.2 Seni Rupa

Seni rupa merupakan salah satu cabang seni yang menciptakan karya berbasis visual melalui pengolahan berbagai unsur seperti garis, bentuk, warna, bidang, tekstur, dan ruang. Karya seni ini dapat dihargai baik melalui penglihatan maupun sentuhan. Dalam pengembangannya, seni rupa tidak hanya menampilkan keindahan semata, tetapi juga berfungsi sebagai sarana penyampaian ide, perasaan, dan nilai-nilai budaya dari penciptanya.

Zainiyah (2006) menjelaskan bahwa seni rupa adalah bentuk karya manusia yang merepresentasikan ide dan ekspresi melalui elemen-elemen visual seperti garis, warna, dan bentuk, yang bisa diapresiasi secara visual dan taktil. Hal ini menunjukkan bahwa seni rupa tidak hanya bertujuan untuk memperindah, tetapi juga sebagai hasil pemikiran dan ekspresi pribadi seniman. Menurut Soedarso (2002), seni rupa adalah cabang seni yang hasil karyanya dinikmati dengan indera mata dan peraba, di mana unsur-unsur visual disusun berdasarkan prinsip tertentu untuk menciptakan nilai estetis. Dengan demikian, setiap elemen dalam seni rupa saling melengkapi untuk membentuk karya yang utuh dan bermakna.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa seni rupa merupakan hasil kreativitas dan ekspresi manusia yang diwujudkan dalam bentuk visual. Seni rupa tidak hanya menyampaikan keindahan, tetapi juga menjadi media komunikasi antara pencipta karya dan

penikmatnya, serta memiliki nilai estetis yang dapat dinikmati secara luas. Berdasarkan bentuk fisiknya, seni rupa terbagi menjadi dua kategori:

1. Jenis Seni Rupa Berdasarkan Bentuk Fisik
 - b) Seni Rupa Dua Dimensi: memiliki dimensi panjang dan lebar, tanpa ketebalan atau tinggi, karya ini hanya dapat dilihat dari satu arah (frontal). Karya seni yang hanya memiliki panjang dan lebar, seperti lukisan, grafis, dan ilustrasi;
 - c) Seni Rupa Tiga Dimensi: memiliki dimensi panjang, lebar, dan tinggi, karya ini dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan lebih “mewakili” ruang nyata, seperti patung, kriya, instalasi.
2. Jenis Seni Rupa Berdasarkan Fungsinya
 - a) Seni Murni (*Fine Art*): diciptakan untuk memenuhi tujuan ekspresi pribadi dan estetika seniman, karya seni ini tidak mengutamakan fungsi praktis dalam kehidupan sehari-hari. Seperti lukisan, patung, karya grafis murni;
 - b) Seni Terapan (*Applied Art*): karya seni yang diciptakan dengan mempertimbangkan kegunaan praktis, selain nilai estetika, biasanya diterapkan pada objek atau produk yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti: desain produk, arsitektur, kriya fungsional (keramik, batik, dan anyaman).

2.2.3 Pameran

Pameran merupakan suatu kegiatan penyajian karya seni yang bertujuan untuk menyampaikan ide, gagasan, atau ekspresi artistik seniman kepada publik. Melalui pameran, diharapkan tercipta komunikasi visual antara pencipta karya dan apresiator, sehingga karya seni tidak hanya dipandang sebagai objek estetis, tetapi juga sebagai medium dialog budaya dan pemahaman sosial (Galeri Nasional Indonesia, 1998). Menurut Hapsari (2017) pameran tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk menampilkan karya seni, tetapi juga sebagai media komunikasi antara seniman dan masyarakat. Melalui pameran, seniman dapat menyampaikan ide serta nilai-nilai estetika dan budaya kepada publik secara visual dan simbolis.

1. Pameran Seni Rupa

Pameran seni rupa merupakan suatu kegiatan penyajian karya seni yang bertujuan untuk menyampaikan ide, gagasan, dan ekspresi seniman kepada publik melalui media karya seni (Galeri Nasional, 1998). Pameran seni rupa merupakan suatu kegiatan penting dalam bidang seni yang berfungsi sebagai media untuk memperlihatkan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan ide serta ekspresi seniman kepada masyarakat melalui karya seni yang dipamerkan. Selain sebagai tempat untuk mengapresiasi karya seni, pameran juga menjadi ruang interaksi sosial dan dialog antara para seniman dengan publik. Dalam hal ini, pameran seni rupa berperan sebagai sarana edukasi, promosi, dan pengembangan kreativitas, terutama bagi seniman muda yang memerlukan wadah untuk mengekspresikan diri serta mendapatkan pengakuan (Putri & Nagara, 2022). Oleh karena itu, pameran seni rupa masa kini tidak hanya berfungsi sebagai wadah tradisional untuk memamerkan karya, melainkan juga menjadi sebuah ekosistem yang dinamis yang mendorong kemajuan dan keragaman dalam dunia seni rupa.

2. Aspek-Aspek dalam Penyelenggaraan Pameran

Dalam penyelenggaraan pameran diperlukan perencanaan yang matang karena menjadi aspek penting kunci keberhasilan pameran. Menurut Athian dalam Display Pameran Manifesto (2014), dalam penyelenggaraan sebuah pameran, terdapat sejumlah aspek penting yang perlu disiapkan. Tahapan perencanaan tersebut meliputi:

- a. Penentuan tema pameran;
- b. Perumusan sub-tema sebagai penjabaran dari tema utama;
- c. Pendataan dan pendaftaran benda koleksi yang mendukung konsep pameran;
- d. inventarisasi sarana pameran seperti vitrin, panil, pedestal, dan elemen teknis lainnya;
- e. Pembuatan denah ruang pameran;

- f. Penentuan isi dan bentuk label karya;
- g. Perencanaan strategi publikasi;
- h. Pengaturan tata cahaya, warna, tekstur, dan elemen estetis lainnya;
- i. Penyiapan materi wawancara dengan media dan konten publikasi;
- j. Pembagian tugas staf yang terlibat;
- k. Penentuan ruang pameran yang akan digunakan;
- l. Penyusunan anggaran secara rinci.

2.2.4 Komunikasi Visual dalam Konteks Pameran Seni Rupa

Pameran seni rupa berfungsi sebagai platform untuk menyampaikan pesan dan gagasan visual kepada publik. Dalam pameran seni, komunikasi visual memainkan peran yang sangat penting dalam menarik perhatian pengunjung dan memfasilitasi interaksi antara karya seni dan audiens. Pameran seni rupa bukan hanya sekedar menampilkan karya, tetapi juga menciptakan pengalaman visual yang dapat mempengaruhi persepsi dan apresiasi pengunjung terhadap karya seni tersebut. Menurut Widyastuti (2017), pameran seni rupa yang baik harus mampu mengkomunikasikan pesan yang terkandung dalam karya seni dengan jelas dan menarik. Pameran harus memperhatikan aspek komposisi ruang, penyusunan karya seni, dan elemen-elemen komunikasi visual lainnya untuk memastikan bahwa audiens dapat mengapresiasi dan memahami karya seni dengan baik. Hal ini berkaitan erat dengan faktor visual yang digunakan dalam pameran, seperti desain ruang, penataan karya seni, dan pencahayaan yang digunakan untuk menonjolkan elemen-elemen penting dalam karya seni.

2.2.5 Event Management

Event management adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi sebuah acara untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif dan efisien (Goldblatt, 2019). Proses ini mencakup pengelolaan berbagai aspek seperti sumber daya manusia, anggaran, logistik, pemasaran, serta komunikasi agar acara dapat berjalan lancar dan sukses. Menurut Raj, Walters, dan Rashid (2017), *event management* melibatkan koordinasi yang terintegrasi antara fungsi-fungsi manajerial dan

kreatif untuk menciptakan pengalaman yang bermakna bagi peserta dan memenuhi kebutuhan klien atau penyelenggara. Keberhasilan suatu *event* sangat tergantung pada kemampuan manajer acara dalam mengelola setiap tahap, mulai dari perencanaan awal hingga evaluasi pasca acara.

1. Tujuan dan Fungsi *Event Management*

Menurut Duncan (2002:635) dalam bukunya *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*, *event* didefinisikan sebagai suatu situasi penting atau kegiatan promosi yang memiliki fokus utama dan mampu menarik perhatian serta keterlibatan dari audiens sasaran. Ini menunjukkan bahwa *event* memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan media promosi lainnya. Hal ini disebabkan karena *event* merupakan bagian dari komunikasi pemasaran yang melibatkan pengalaman langsung individu yang hadir dan berpartisipasi. Dengan kata lain, *event* memiliki kekuatan untuk mengumpulkan serta melibatkan banyak orang dalam satu momen yang terencana.

Event management memiliki tujuan utama untuk merencanakan dan melaksanakan acara secara efektif dan efisien sehingga dapat memenuhi kebutuhan penyelenggara serta memberikan pengalaman positif bagi peserta (Goldblatt, 2019). Tujuan ini mencakup pencapaian hasil yang spesifik, seperti meningkatkan kesadaran merek, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, atau menciptakan hiburan dan edukasi bagi publik.

Penerapan berbagai fungsi manajemen dalam penyelenggaraan *event* bertujuan untuk menghasilkan pengalaman yang bermakna bagi para peserta sekaligus mewujudkan sasaran dari penyelenggara. Selain itu, hal ini memiliki peran krusial dalam konteks hubungan masyarakat (public relations), di mana pengelolaan acara yang efektif dapat memperkuat kepercayaan para pemangku kepentingan serta meningkatkan reputasi organisasi (Kelvin &

Sa'diyah, 2024), *event management* juga memiliki beberapa fungsi penting, antara lain:

- a) Perencanaan: Menyusun konsep, strategi, dan jadwal pelaksanaan acara secara detail untuk memastikan semua elemen terkoordinasi dengan baik.
- b) Pengorganisasian: Mengatur sumber daya manusia, anggaran, serta logistik yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan acara
- c) Pelaksanaan: Melaksanakan acara sesuai dengan rencana dan mengelola setiap aktivitas secara real-time agar acara berjalan lancar.
- d) Pengawasan: Memantau jalannya acara untuk memastikan semuanya berjalan sesuai rencana, serta melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk mengatasi masalah yang muncul.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh (Kelvin & Sa'diyah, 2024) penerapan fungsi management ini dapat diwujudkan guna menunjang keberlangsungan *event* **“Spektrum Jiwa”** antara lain:

- a) Perencanaan: Pada fungsi ini dapat diwujudkan melalui penyusunan konsep dan *rundown* acara secara jelas dan detail untuk memastikan memastikan semua aspek acara terorganisir dengan baik dan sesuai tujuan yang diinginkan. Tahap ini mencakup penentuan tema, anggaran, jadwal, serta kebutuhan sumber daya yang diperlukan.
- b) Pengorganisasian: Pada Penerapan fungsi ini dapat diwujudkan dengan menyusun struktur organisasi acara, menentukan tugas dan tanggung jawab setiap anggota tim, serta mengatur teknis dan logistik dan sumber daya yang diperlukan.
- c) Pelaksanaan: Pada fungsi ini dapat diwujudkan dengan melaksanakan acara sesuai dengan rencana yang telah disusun, termasuk koordinasi dengan semua pihak terkait dan memastikan jalannya acara sesuai dengan jadwal.

- d) Pengawasan: Penerapan berbagai fungsi dapat diwujudkan dengan memonitor jalannya acara secara seksama untuk memastikan semua berjalan sesuai rencana, serta melakukan penyesuaian yang diperlukan guna mengatasi kendala atau masalah yang muncul selama pelaksanaan.

2. Jenis-Jenis *Event*

Dalam proses perencanaan dan pelaksanaan sebuah acara, memahami ragam jenis *event* merupakan elemen penting yang perlu dikuasai. Iqbal Alan Abdullah (2017), melalui bukunya *Manajemen Konferensi dan Event*, membagi *event* ke dalam beberapa jenis berdasarkan tujuan, bentuk, serta karakteristik pelaksanaannya. Pembagian ini memberikan dasar pemikiran yang sistematis bagi para profesional di bidang *event* dalam menyusun strategi yang tepat dalam setiap tahap kegiatan. Oleh karena itu, bagian ini akan menguraikan secara mendalam klasifikasi *event* menurut sudut pandang tersebut sebagai pijakan teoritis dalam penyusunan tugas akhir ini. Berikut jenis-jenis *event* menurut Iqbal Alan Abdullah (2017):

- a) *Mega event*: merupakan jenis acara berskala internasional yang biasanya menarik perhatian luas dari berbagai negara dan mampu mendatangkan lebih dari satu juta pengunjung. Contoh dari *mega event* antara lain: Olimpiade atau Piala Dunia.
- b) *Medium event*: merupakan *event* berskala nasional yang umumnya dihadiri oleh ratusan ribu hingga mendekati satu juta peserta, seperti festival musik nasional.
- c) *Mini event*: merupakan *event* berskala lokal dengan jumlah pengunjung yang relatif lebih kecil, yaitu maksimal mencapai 100.000 orang. *Mini event* biasanya dilakukan oleh individu atau organisasi yang sebagian besar memiliki dampak pada skala lokal, seperti festival desa, bazar komunitas, atau acara kebudayaan daerah.

Dalam manajemen acara, sangat penting untuk memahami pengelompokan berbagai jenis kegiatan berdasarkan ukuran, tujuan, dan dampaknya. Klasifikasi ini memberikan panduan bagi praktisi dalam merumuskan strategi perencanaan yang sesuai dengan karakteristik acara. Pameran seni rupa yang dirancang oleh penulis merupakan salah satu bentuk kegiatan berskala lokal yang memiliki peran penting dalam menciptakan interaksi antara seniman dan masyarakat.

Sebagaimana dikemukakan oleh Iqbal Alan Abdullah (2017), *project* penulis yang berupa kegiatan pameran seni rupa “*Spektrum Jiwa*” dapat dikategorikan sebagai bentuk mini *event*, yaitu jenis kegiatan yang berskala kecil hingga menengah dengan fokus utama pada penyampaian pesan, apresiasi karya, serta interaksi langsung antara pelaku dan audiens dalam ruang yang lebih terbatas namun intensif. Dengan demikian, pemahaman mengenai mini event ini menjadi penting sebagai landasan dalam merancang strategi komunikasi dan pengelolaan kegiatan yang sesuai dengan karakteristik pameran seni rupa yang akan diselenggarakan. Poin ini juga memperkuat relevansi antara konsep manajemen event dengan praktik hubungan masyarakat (*public relations*) dalam konteks tugas akhir yang penulis lakukan.