



**PENINGKATAN KOMPETENSI
MANAJEMEN SENI**

TINGKAT DASAR

MODUL:

**METODE PERENCANAAN
PENYELENGGARAAN
PAMERAN SENI**



Oleh:

APRINA MURWANTI, Ph.D

**Direktorat
Kebudayaan**

**PUSAT PENGEMBANGAN SDM KEBUDAYAAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN-PMP
KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

2015

791.009 APR P



**PENINGKATAN KOMPETENSI
MANAJEMEN SENI
TINGKAT DASAR**

**MODUL:
METODE PERENCANAAN
PENYELENGGARAAN
PAMERAN SENI**

Oleh:

APRINA MURWANTI, Ph.D

**PUSAT PENGEMBANGAN SDM KEBUDAYAAN
BADAN PENGEMBANGAN SDM PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN-PMP
KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
2015**

Modul :

Peningkatan Kompetensi
Manajemen Seni
Tingkat Dasar

Editor :

Dr. Dinny Devi Triana, S.Sn, MP.d

Cetakan Kedua Tahun 2015

Diterbitkan oleh :

Pusat Pengembangan SDM Kebudayaan
Badan PSDMPK-PMP
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

ISBN 978-602-14477-8-9

KATA PENGANTAR

Ungkapan puji syukur kita panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga kami selaku penyelenggara Peningkatan Kompetensi Manajemen Seni dapat menyelesaikan modul dengan baik dan sesuai dengan rencana yang dijadwalkan.

Sesuai dengan amanat Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 52 Tahun 2014 tanggal 23 Juni 2014 bahwa untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang kebudayaan perlu dilakukan upaya pengembangan sumber daya manusia kebudayaan. Dengan demikian kegiatan peningkatan kompetensi ini merupakan pendidikan dan pelatihan tingkat dasar yang dilakukan oleh Pusat Pengembangan SDM Kebudayaan terhadap Pengelola Bidang Kesenian sehingga peserta memahami kaidah-kaidah persiapan, pelaksanaan dan evaluasi untuk penyelenggaraan kesenian agar dapat mengembangkan kreativitas dalam mengelola setiap aktivitas kesenian.

Oleh sebab itu, modul ini merupakan acuan dalam proses belajar mengajar pada kegiatan Peningkatan Kompetensi Manajemen Seni yang disusun oleh ahli yang berpengalaman di bidangnya masing-masing, dan diharapkan dengan modul ini tujuan pembelajaran baik aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan di bidang kesenian akan terpenuhi sesuai dengan ruang lingkup Manajemen Seni.

Kami menyadari bahwa modul ini masih ada kekurangan dan kelemahannya, baik pada isi, bahasa, maupun penyajian. Semoga modul ini bermanfaat khususnya bagi peserta Peningkatan Kompetensi Manajemen Seni Tingkat Dasar, sehingga peserta dapat mengimplementasikan materi ajar yang telah diperoleh di tempat bekerja masing-masing.

Jakarta, April 2015

Kapusbang SDM Kebudayaan



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I. PENGGUNAAN MODUL	1
A. Deskripsi Modul.....	1
B. Prasyarat.....	2
C. Petunjuk penggunaan	2
D. Tujuan akhir	3
E. Kompetensi	5
F. Cek kemampuan.....	6
BAB II. MATERI	7
KEGIATAN 1	7
A. Pendahuluan	7
B. Strategi Pameran	9
1. Menjaga Hubungan Baik antar Pihak.....	9
2. Strategi Perencanaan Pameran Seni	13
3. Sumber Daya	15
4. Sosialisasi, Dukungan dan Edukasi.....	17
C. Perencanaan dan Koordinasi Pameran Seni, Langkah-Langkah Teknis.....	17
1. Struktur Organisasi dan Target Pelaksanaan Pameran	17
2. Jenis dan Bentuk Kegiatan Pameran	18

3. Jadwal kerja (Working Schedule).....	18
4. Kurator dan Kuratorial Pameran (Curator and Exhibition Curatorial).....	25
5. Arena Pameran (Exhibition Venue).....	25
6. Anggaran Pembiayaan.....	27
7. Perjanjian dan Panduan Proposal Perlengkapan.....	32
8. Perlengkapan	35
9. Dokumentasi.....	37
10. Keselamatan dan keamanan kerja	37
11. Publikasi dan promosi	38
12. Perizinan hak cipta untuk reproduksi karya dalam keperluan promosi.....	39
13. Persiapan perawatan karya seni (konservasi).....	39
Rangkuman	56
Latihan.....	57

KEGIATAN 2 59

A. Manajemen Kewirausahaan dalam Konteks Perencanaan dan Penyelenggaraan Pameran	59
1. Kewirausahaan dalam Konteks Perencanaan dan Penyelenggaraan Pameran.....	59
2. Kewirausahaan Budaya (Cultural Entrepreneurship).....	62
B. Implikasi Metode Perencanaan dan Penyelenggaraan Pameran ...	65
1. Implikasi bagi Pengelola Seni.....	65
2. Implikasi bagi Pelaku Seni.....	66
3. Implikasi bagi Lembaga Seni dan Organisasi Seni.....	66
Rangkuman	66
Latihan.....	67

BAB III. MEDIA DAN SUMBER BELAJAR.....	69
1. Media.....	69
2. Sumber Belajar.....	69
Refleksi	70
Daftar Pustaka	71
Glosarium	73
Lampiran	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tabel Pengaturan Kelembapan (relative humidity).....	41
Tabel 2	Iluminasi (illumination)	43

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Diagram hubungan antara seni, pemasaran, penghasilan dan Pemangku Kepentingan diadaptasi dari diagram Kaiser dan Egan (2013: 2)..... 10
- Gambar 2. Contoh skema hubungan manajer proyek pameran, strategi dan target pelaksanaan pameran, diadaptasi dari skema Anderson (1992:141)..... 18
- Gambar 3. Memindahkan panel atau kanvas dengan memegang bingkai dengan dua tangan, ilustrasi karya Helmut Nickel dalam Shelley, M (1987: 21)..... 46
- Gambar 4. Memindahkan objek 3 Dimensi yang besar dengan menggunakan troli beroda karet, ilustrasi karya Helmut Nickel dalam Shelley, M (1987: 2) 48
- Gambar 5. Kain digulung dengan sangat berhati-hati diatas tabung yang dilapisi kain muslin atau kertas bebas asam..... 51
- Gambar 6. Ketika membawa kostum, berat kostum sebaiknya didistribusikan secara merata dengan cara menggantungkan dengan satu tangan, kemudian menahan baju dengan tangan yang lain, ilustrasi karya Helmut Nickel dalam Shelley, M (1987: 60) 52
- Gambar 7. Jangan pernah mengangkat objek keramik dari pegangannya, ilustrasi karya Helmut Nickel dalam Shelley, M (1987: 5)..... 54

BAB I

PENGUNAAN MODUL

A. DESKRIPSI

Modul dengan judul PENINGKATAN KOMPETENSI MANAJEMEN SENI difasilitasi oleh Pusat Pengembangan SDM Kebudayaan Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pendidikan dan Kebudayaan dan Penjaminan Mutu Pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Tujuan penyusunan modul ini agar pengelola seni memiliki kemampuan pengetahuan, sikap, dan keterampilan di bidang manajemen seni dan mengaitkannya ke dalam lembaga tempat pengelola seni bertugas.

Modul ini menjelaskan 1) Strategi, Perencanaan dan Koordinasi Pameran Seni, 2) Manajemen Kewirausahaan Pameran yang dilengkapi dengan rangkuman, latihan, serta refleksi yang akan menggambarkan kemampuan hasil pelatihan dari kegiatan peningkatan Kompetensi Manajemen Seni.

Modul ini dilengkapi glosarium agar pengelola seni mudah memahami istilah-istilah asing yang terdapat dalam materi uraian manajemen seni, juga dilengkapi soal-soal latihan yang terkait dengan kegiatan pemahaman konsep dan praktek manajemen seni sehingga pengelola seni dapat mengukur pemahaman terhadap isi modul.

Untuk melengkapi keterpakaian modul, maka disertai dengan paparan berupa power point dan media audiovisual yang dapat membantu pengelola dalam memahami materi bidang manajemen seni.

B. PRASYARAT

Peserta diklat adalah pengelola seni di lembaga seni dan menguasai pengelolaan kegiatan seni. Peserta membawa dokumen (foto, rekaman video, proposal, kliping, portofolio, dan lain-lain) yang mendukung keterlibatan dalam kegiatan penyelenggaraan seni sebagai sumber belajar.

Peserta diklat harus berperan aktif dalam kegiatan pembelajaran, mengerjakan latihan-latihan, serta tugas terstruktur yang harus diselesaikan sesuai dengan waktu yang diberikan. Keaktifan peserta akan menjadi tolok ukur keberhasilan dalam memahami materi manajemen seni, sehingga pengelola dapat mengimplementasikannya sesuai dengan karakteristik lembaga seni yang dikelola di masing-masing daerahnya.

Kegiatan diskusi dalam bentuk simulasi-simulasi diharapkan dapat dilakukan peserta diklat agar dalam mengimplementasikan materi manajemen seni disesuaikan dengan lembaga seni yang dikelola.

C. PETUNJUK PENGGUNAAN MODUL

1. Penjelasan Bagi Peserta Diklat

Modul ini digunakan peserta diklat sebagai pedoman dalam melaksanakan kegiatan diklat Peningkatan Kompetensi Manajemen Seni. Modul ini dapat dijadikan tolok ukur dalam menilai kompetensi peserta diklat setelah mengikuti diklat, tugas, latihan, yang terdapat dalam modul.

Untuk kegiatan belajar yang berkaitan langsung dengan materi bidang manajemen seni dapat menggunakan media visual dan audiovisual baik berupa VCD/DVD maupun media lainnya sebagai bahan apresiasi dan memahami materi ajar. Namun demikian peserta diklat dapat membuat media sesuai dengan materi bidang manajemen seni untuk melengkapi dan mengembangkan penyelenggaraan seni

2. Peran Instruktur

Pada kegiatan diklat ini, modul digunakan instruktur sebagai kisi-kisi materi kegiatan pembelajaran. Untuk materi yang sangat spesifik dan sulit dipahami peserta didik, maka instruktur memberikan penjelasan lebih lanjut sampai pada implementasi materi dalam bentuk praktik.

Instruktur memberikan stimulus terhadap materi manajemen seni yang harus dikuasai peserta diklat untuk mengetahui kemampuan dasar dalam pemahaman materi tentang konsep manajemen seni. Materi diklat yang disampaikan sangat disesuaikan dengan karakteristik peserta diklat, sehingga materi tidak terbatas pada apa yang terdapat dalam modul, tetapi juga didukung dengan referensi kelokalan yang dimiliki peserta diklat.

D. TUJUAN AKHIR

Penulisan modul metode perencanaan dan penyelenggaraan pameran ini bertujuan agar pengelola seni dapat meningkatkan kompetensi untuk merancang dan menggunakan metode yang tepat dalam menyelenggarakan pameran seni rupa, kriya dan/atau desain. Komitmen pengelola seni dalam menyusun perencanaan pameran merupakan kunci kesuksesan penyelenggaraan pameran, serta secara

tidak langsung berkaitan dengan reputasi dan citra lembaga seni penyelenggara pameran.

Pada bagian pertama, modul ini menjelaskan strategi, perencanaan dan koordinasi pameran seni yang dapat diterapkan oleh pengelola seni pada penyelenggaraan pameran seni. Berikutnya, bagian kedua modul ini menjelaskan manajemen kewirausahaan dan implemenasinya dalam konteks kewirausahaan budaya. Bagian kedua juga menjelaskan tentang implikasi manajemen penyelenggaraan pameran terhadap berbagai pemangku kepentingan seperti organisasi atau lembaga seni, seniman, serta masyarakat.

Agar modul ini dapat dipahami dengan baik, maka pembaca harus memahami pentingnya pengelolaan atau manajemen dalam menyelenggarakan pameran. Hal ini dapat memotivasi pengelola seni untuk mengimplementasikan pengetahuan, sikap serta keterampilan yang didapat dari modul ini untuk diimplementasikan ke lapangan.

Bagian akhir modul dilengkapi dengan pertanyaan-pertanyaan untuk merefleksi diri apakah materi ini sudah dikuasai sehingga kebermanfaatannya dapat terukur dan dapat memberikan masukan dalam penyusunan modul selanjutnya, apabila masih banyak materi yang belum terakomodasi namun menjadi sesuatu yang penting untuk dikaji. Hasil refleksi juga dapat memberikan gambaran terhadap para pembaca dalam mempelajari sekaligus menyelenggarakan kegiatan pameran.

E. KOMPETENSI

Kompetensi yang diharapkan setelah mengikuti diklat dengan menggunakan modul ini adalah:

- 1) Peserta memahami pentingnya hubungan baik antara badan penyelenggara dengan pihak – pihak yang terkait dengan pameran seni.
- 2) Peserta mampu memakai, mengimplementasikan maupun memodifikasi strategi perencanaan pameran seni pada kegiatan masing-masing lembaga, institusi atau organisasi tempat peserta bertugas.
- 3) Peserta diharapkan untuk dapat mengasah kemampuan dan memiliki argumen relevan yang kritis dalam memilih sumber daya utama pameran.
- 4) Peserta diharapkan untuk menyadari pentingnya kegiatan sosialisasi, dukungan dan edukasi dalam pameran seni, dibuktikan dengan inisiatif peserta untuk menyusun program sosialisasi dan edukasi yang terkait dengan pameran seni.
- 5) Peserta diharapkan untuk dapat merancang konsep pameran, mengidentifikasi pameran dan memahami dengan detail berbagai aspek penting yang menyangkut penyelenggaraan pameran.
- 6) Peserta diharapkan untuk memahami kewirausahaan dalam konteks pameran dan seni, termasuk *intrapreneurship* dan kewirausahaan budaya (*cultural entrepreneurship*).
- 7) Peserta diharapkan untuk dapat mengimplementasikan strategi manajemen kewirausahaan dalam perencanaan dan penyelenggaraan pameran

F. CEK KEMAMPUAN

Kemampuan peserta diklat dapat diukur melalui penyelesaian tugas, latihan dan evaluasi yang harus diselesaikan dengan baik. Penilaian proses atau penilaian kinerja pada saat diklat digunakan sebagai alat ukur untuk menilai aktivitas peserta diklat, sedangkan penilaian produk atau hasil dalam bentuk uji kompetensi.

BAB II

MATERI

KEGIATAN I

A. PENDAHULUAN

Pameran seni rupa, desain maupun kriya merupakan kegiatan yang rumit, membutuhkan kerjasama berbagai pihak, serta banyak berpengaruh terhadap masa depan pelaku seni dan lembaga atau organisasi penyelenggara pameran. Pranata dan pengelola seni sebagai pemikir dan pelaksana kegiatan pameran bertanggung jawab atas terlaksananya pameran yang berkualitas, serta memiliki kewajiban untuk mewujudkan tercapainya target-target pelaksanaan pameran yang telah ditetapkan bersama.

Karir seorang pelaku seni rupa dirintis dan dibangun dengan berbagai peluang pameran dan publikasi lainnya. Beberapa pelaku seni melakukan pameran untuk menempatkan diri mereka dalam pasar seni rupa, desain maupun kriya, namun beberapa seniman lainnya memiliki orientasi non-komersial antara lain untuk mendidik, menginformasikan, merespon masalah sosial atau menghibur publik dengan karya mereka. Beberapa pameran sering menyajikan karya-karya yang terikat dengan konsep-konsep estetika konservatif, beberapa seniman lainnya

melakukan pendekatan kontemporer karena memiliki ide provokatif di dalam konteks maupun konsep berkarya. Ketika sebagian seniman sering berpameran di galeri komersial, beberapa lainnya memilih berpameran di galeri-galeri independen dengan mengedepankan idealisme berkarya; menawarkan pemahaman-pemahaman baru tentang seni, budaya, nilai artistik; bahkan melontarkan diskusi tentang masalah-masalah sosial melalui seni.

Pameran merupakan peluang emas untuk memperluas audiens seni, menerima saran dan kritik, bahkan dapat menjadi sebuah sarana edukasi. Kepekaan penyelenggara pameran dalam menentukan metode pameran yang tepat dan sesuai dengan pelaku seni maupun kebutuhan pemangku kepentingan membutuhkan proses koordinasi dan komunikasi yang panjang dan intensif.

Pameran, bukan hanya berfungsi sebagai bentuk pelaku seni untuk berbagi, namun juga berfungsi sebagai pencatat dinamika seni dan budaya yang terus bergeser dari waktu ke waktu. Pameran merupakan wadah dimana pengelola seni dapat menjembatani komunikasi antara pelaku seni. Di sini, posisi pengelola seni sangatlah penting untuk menjaga agar jembatan antara seni dan pasar, seni dan masyarakat, seni dan isu sosial terbangun sesuai tujuan dan koridornya masing-masing.

Metode perencanaan dan penyelenggaraan pameran yang dibahas dalam modul ini mencakup berbagai hal penting yang berkaitan dengan pelaksanaan pameran, antara lain strategi pameran berupa aktivitas untuk menjaga hubungan baik antar pihak, sumber daya pameran, sosialisasi, dukungan dan edukasi; perencanaan dan koordinasi pameran:

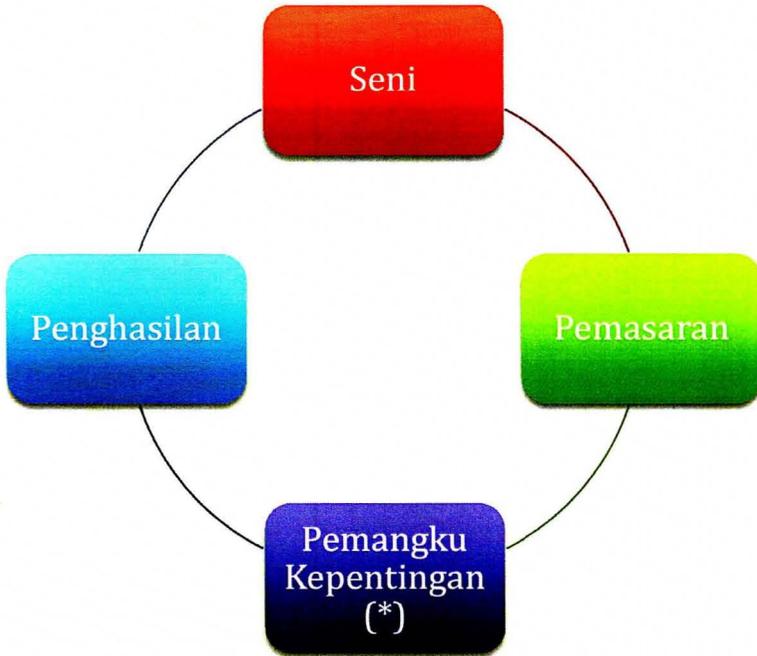
struktur organisasi dan target pelaksanaan pameran, jenis dan bentuk kegiatan pameran, jadwal kerja (*Working Schedule*), kurator dan kuratorial Pameran (*Curator and Exhibition Curatorial*), pemilihan arena pameran (*Exhibition Venue*), anggaran pembiayaan, perjanjian dan panduan proposal, perlengkapan, dokumentasi, keselamatan dan keamanan kerja, publikasi dan promosi, perizinan hak cipta untuk reproduksi karya dalam keperluan promosi, persiapan perawatan karya seni (*konservasi*); kewirausahaan: kewirausahaan dalam konteks perencanaan dan penyelenggaraan pameran, kewirausahaan budaya (*Cultural Entrepreneurship*); serta implikasi bagi pengelola seni, pelaku seni dan organisasi seni.

B. STRATEGI PAMERAN

1. Menjaga Hubungan Baik antar Pihak

Badan penyelenggara pameran serta pengelola seni memiliki kewajiban untuk menjaga hubungan baik dengan mitra maupun peserta pameran. Penyelenggaraan pameran tidak dapat dilepaskan hubungan antara seni, pihak pemangku kepentingan dengan pemasaran dan penghasilan. Pemangku kepentingan yang dimaksud disini meliputi audiens pameran, sukarelawan, panitia, serta donor acara pameran (Michael Kaiser dan Brett Egan, 2013).

Hubungan antara pemangku kepentingan, seni, pemasaran dan penghasilan, digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.

Hubungan antara seni, pemasaran, penghasilan dan Pemangku Kepentingan diadaptasi dari diagram Michael Kaiser dan Brett Egan (2013: 2)

Pemangku kepentingan yaitu audiens, sukarelawan, panitia serta donor acara pameran merupakan pihak – pihak inti dari sebuah kegiatan seni (Kaiser dan Egan, 2013). Pengelola seni berkewajiban untuk menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan, sehingga pameran dapat berjalan dengan lancar.

Berikut adalah beberapa strategi untuk menjaga hubungan dengan pihak-pihak terkait penyelenggaraan pameran:

a. Komunikasi yang santun dan proaktif

Pastikan untuk berkomunikasi dengan santun, tanpa menyinggung pihak terkait. Sebagai anggota badan penyelenggara pameran, pengelola seni diharapkan untuk proaktif dengan memulai komunikasi serta merespon komunikasi dari pihak terkait dengan jelas, tepat dan cepat.

b. Menampilkan perilaku positif

Perilaku positif akan memberikan kesan yang baik bagi pihak terkait dan membangun rasa percaya (*trust*) terhadap pengelola seni yang secara tidak langsung akan menjaga hubungan baik antara badan penyelenggara dan pihak terkait.

c. Menjaga reputasi pribadi dan reputasi lembaga/organisasi

Pengelola seni diwajibkan untuk menjaga reputasi diri dan reputasi lembaga/organisasi dengan menghindari hal-hal yang dapat memberikan pretensi buruk, seperti misalnya: pelanggaran hukum, melakukan tindakan diluar norma yang berlaku, dan lain sebagainya.

d. Menepati janji

Menepati janji adalah sebuah bentuk komitmen yang dapat membangun serta memperkuat kepercayaan pihak terkait terhadap pengelola seni.

e. Mendiskusikan masalah dengan konstruktif

Jika terjadi masalah, pengelola seni diharapkan untuk menanggapi dan mendiskusikan secara konstruktif, sehingga terbentuk iklim kondusif untuk memecahkan masalah bersama-sama.

f. Menunjukkan keinginan yang besar untuk bekerjasama dengan baik

Pengelola seni yang mampu menunjukkan keinginan besar untuk melakukan kerjasama dengan baik, akan meningkatkan antusiasme pihak atau mitra untuk bahu membahu melancarkan penyelenggaraan pameran.

g. Menghargai dan memberi ruang privasi

Meskipun diharapkan untuk proaktif dalam berkomunikasi, pengelola seni wajib untuk memahami dan menghormati batasan-batasan privasi pihak/ mitra terkait.

h. Menghargai waktu

Menghargai waktu pihak lain atau mitra kerjasama pameran dapat dilakukan dengan cara menepati jadwal pertemuan tanpa terlambat, melakukan komunikasi yang efisien (misalnya dalam rapat), memilih sarana komunikasi yang efektif agar pihak terkait dapat menggunakan waktunya sebaik mungkin.

i. Menjaga penampilan

Penampilan merupakan refleksi pribadi, namun penampilan pengelola seni di depan pihak terkait akan mewakili citra lembaga/ organisasi badan penyelenggara seni. Pengelola seni wajib untuk menjaga penampilan dan menyesuaikan penampilan dengan jenis acara atau kegiatan yang dihadiri.

j. Mengantisipasi kesalahpahaman

Mengantisipasi kesalahpahaman dapat dilakukan dengan cara berkomunikasi secara jelas, menghindari jargon, serta menggunakan komunikasi yang memiliki bukti tercatat atau terekam (seperti email, transkrip, notulensi, kontrak dan lain-lain).

2. Strategi Perencanaan Pameran Seni

Beberapa strategi perencanaan kegiatan artistik yang perlu diperhatikan dalam merencanakan dan mengelola pameran, strategi ini diadaptasi dari buku karya Kaiser and Egan (2013: 22-23), strategi tersebut adalah:

a. Merencanakan Proyek Transformasional

Proyek pameran yang tranformasional sangat penting untuk membangun sebuah ‘keluarga’ pemangku kepentingan (audiens sukarelawan, donor, panitia). Ketika sebuah proyek pameran mengulang hal yang sama setiap tahun, kemungkinan besar proyek pameran tidak akan menarik minat para pemangku kepentingan. Proyek seni melalui pameran yang mampu bertransformasi serta memiliki visi dan misi yang jelas akan mampu bertahan dan bertumbuh setiap tahunnya.

b. Menentukan Otoritas Pengambil Keputusan

Meskipun sebuah kegiatan seni direncanakan oleh banyak anggota, harus ada seorang seniman atau sebuah tim kolaborasi yang disepakati untuk memiliki kekuatan yang memberikan keputusan akhir dan memastikan bahwa setiap suara terdengar dan telah dipertimbangkan.

c. Melakukan Perencanaan Artistik Jangka Panjang.

Perencanaan jangka panjang akan memudahkan pemenuhan kebutuhan finansial. Ketika perencanaan artistik dibuat dengan jelas dan lengkap, akan memudahkan penentuan kebutuhan keuangan di awal.

d. Melakukan Perencanaan Artistik yang Kuat

Perencanaan artistik yang kuat akan menghasilkan dana, pemasaran dan pendidikan yang mapan. Ketika sebuah rencana artistik direncanakan dengan sangat baik di awal, organisasi akan memiliki waktu dan kesempatan untuk membuat kampanye pengumpulan dana, merancang strategi marketing yang tepat, serta mengembangkan program edukasi yang sesuai dengan pameran.

e. Mengutamakan Pameran Besar

Jika anggaran dan sumberdaya organisasi memungkinkan, lebih baik diadakan pameran besar dibandingkan dengan pameran kecil. Pameran besar lebih mudah didanai dan lebih mudah dipasarkan kepada donor maupun pengunjung.

f. Memiliki Rencana Artistik lima tahun dan menguji Validitas Misi Organisasi

Pengelola seni sebaiknya memiliki rencana artistik yang realistis dan terukur hingga jangka lima tahun ke depan. Dalam merencanakan pameran, dan kegiatan seni pendukung, validitas dan implementasi misi organisasi dalam pameran seni harus selalu dikonfirmasi dan dievaluasi, agar konsisten dan tepat sasaran.

g. Melakukan Perencanaan Kegiatan dengan Rentang Waktu yang Memadai

Perencanaan awal dengan rentang waktu yang memadai akan memberikan kesempatan bagi pengelola seni untuk menyelenggarakan pameran yang terorganisir. Perencanaan awal dan rentang waktu yang memadai, memungkinkan pengelola seni untuk meminimalisasi dan mengantisipasi resiko dalam kegiatan pameran.

h. Memiliki Komitmen terhadap Kualitas Tinggi

Kualitas pameran merupakan elemen pengukur yang tidak dapat dinegosiasi. Pengelola seni yang tergabung dalam tim panitia pameran diharapkan untuk dapat berkomitmen terhadap kualitas pameran. Pengelola seni diharapkan untuk memberikan usaha terbaik sehingga dapat menampilkan hasil terbaik: pameran berkualitas yang tepat sasaran.

i. Memiliki Fleksibilitas dalam Perencanaan Artistik

Perencanaan kegiatan artistik bersifat fleksibel. Fleksibilitas yang dimaksud dalam modul ini adalah adanya inisiatif dari pihak pengelola seni untuk menyiapkan rencana alternatif dan mengantisipasi dinamika serta resiko yang mungkin terjadi dalam penyelenggaraan pameran.

3. Sumberdaya

Sumber daya baik sumber daya manusia maupun sumber daya material merupakan faktor penting terwujudnya kegiatan pameran seni dalam penyelenggaraan pameran.

a. Melibatkan Mitra

Tidak semua organisasi seni memiliki sumberdaya yang memadai untuk menyelenggarakan pameran. Menjalin mitra yang tepat dalam penyelenggaraan seni, dapat menjadi solusi masalah sumberdaya dalam organisasi seni. Strategi untuk bekerja sama dalam bentuk kemitraan dijelaskan pada modul yang berjudul ‘Kemitraan Penyelenggaraan Seni’ (2014).

b. Memilih Kurator

Kurator memiliki peranan penting dalam penyelenggaraan pameran. Kurator bekerja sama dengan pengelola seni untuk menentukan konsep pameran, memilih seniman, serta melakukan eksekusi artistik pameran.

c. Memilih Seniman yang Sesuai

Pemilihan seniman yang tepat dengan sasaran pameran adalah kunci sukses pameran. Pemilihan seniman dilakukan bersama dengan kurator (jika ada) dengan mempertimbangkan kebutuhan pemangku kepentingan, tujuan pameran, manfaat pameran, serta visi dan misi organisasi seni penyelenggara pameran. Seniman dapat diundang melalui seleksi terbuka, maupun seleksi tertutup terbatas, penelusuran terhadap calon pameris dilakukan secara mendalam, sebelum pengelola seni dan kurator menentukan daftar seniman yang dapat berpartisipasi dalam pameran.

d. Melibatkan Sukarelawan

Pameran dan kegiatan seni lainnya kerap melibatkan sukarelawan (*volunteer*) dalam pelaksanaannya. Sukarelawan dapat dilibatkan melalui undangan terbuka, perekrutan terbatas, kerjasama dengan komunitas dan institusi, serta melalui skema rekrutmen lainnya. Apresiasi kepada sukarelawan dapat dilakukan dengan berbagai bentuk. Bentuk apresiasi terhadap sukarelawan dapat berupa sertifikat, *voucher*, surat tanda terima kasih, fasilitas, akses eksklusif dan lain sebagainya.

4. Sosialisasi, Dukungan dan Edukasi

Sosialisasi pameran membutuhkan waktu dan investasi sumber daya. Sosialisasi terhadap calon pengunjung pameran dapat dilakukan melalui publikasi, strategi kehumasan, situs resmi pameran, kuliah umum yang berkaitan dengan pameran, serta pemanfaatan sosial media. Maksimalkan divisi pemasaran dan pendidikan dalam melakukan sosialisasi. Sosialisasi untuk meyakinkan calon pengunjung dan pemangku kepentingan dilakukan oleh divisi pemasaran dan pendidikan dengan menjelaskan latar belakang, konteks dan pentingnya pameran kepada pemangku kepentingan. Pemilihan mitra sosialisasi dapat disesuaikan dengan sasaran pameran, misalnya mitra *buzzer* akan membantu sosialisasi di lini sosial media, sedangkan mitra institusi pendidikan akan mendukung sosialisasi melalui kuliah umum, dan lain sebagainya.

C. PERENCANAAN DAN KOORDINASI PAMERAN SENI, LANGKAH-LANGKAH TEKNIS

1. Struktur Organisasi dan Target Pelaksanaan Pameran

Badan penyelenggara seni disarankan untuk menyusun struktur organisasi sebelum merencanakan pameran. Kejelasan organisasi dan tugas masing-masing anggota organisasi akan mempermudah koordinasi dalam proses perencanaan maupun penyelenggaraan pameran. Badan penyelenggara seni juga harus menetapkan target-target yang ingin dicapai dalam pameran, sehingga dapat menentukan strategi yang akan digunakan dalam pameran. Dalam menentukan beban kerja maupun tugas pengelola seni, diperlukan pemetaan kompetensi, terlebih

dahulu. Manajemen yang strategis adalah manajemen yang mampu mendistribusikan sumber daya manusia yang dimiliki sesuai kompetensi masing-masing.

Berikut adalah skema sederhana yang menggambarkan hubungan antara kompetensi, strategi dan target pelaksanaan pameran:



Gambar 2.

Contoh skema hubungan manajer proyek pameran, strategi dan target pelaksanaan pameran, diadaptasi dari skema Anderson (1992: 141).

2. Jenis dan Bentuk Kegiatan Pameran

Kegiatan pameran dibagi menjadi berbagai jenis dan bentuk. Berikut jenis dan bentuk pameran yang dikategorikan berdasarkan jumlah peserta dan tema; skema seleksi; instalasi pameran; audiens pameran; tujuan pameran dan rentang waktu pameran.

a. Berdasarkan Orientasi Pameran

1) Pameran yang diselenggarakan berdasarkan kebutuhan (*Demand Driven Exhibition*)

Pameran jenis ini merupakan pameran yang diadakan karena adanya kebutuhan pasar atau kebutuhan pemangku kepentingan akan karya yang dipamerkan.

2) Pameran yang diselenggarakan berdasarkan adanya suplai (*Supply driven exhibition*)

Pameran jenis ini merupakan pameran yang diadakan karena adanya suplai karya dari pelaku seni dan inisiatif atau kebutuhan pelaku seni untuk menyajikan karyanya melalui pameran.

b. Berdasarkan Jumlah Peserta dan Tema

Berdasarkan jumlah peserta dan tema pameran, jenis dibagi menjadi:

1) Pameran Tunggal atau Solo

Peserta pameran adalah tunggal, bisa merupakan seorang seniman, atau sebuah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih seniman yang tergabung dalam satu nama kelompok. Pameran dilakukan dengan mengacu pada satu konsep.

2) Pameran Bersama

Pameran bersama adalah pameran yang memamerkan karya lebih dari satu orang seniman atau lebih dari satu kelompok seni. Karya yang dipamerkan dalam pameran bersama bisa berada di dalam payung tema yang sama, baik memiliki benang merah maupun tidak. Namun karya-karya

dalam pameran bersama bisa juga dibuat dengan konsep yang berbeda dengan payung tema yang berbeda pula dan dipamerkan bersama-sama dalam satu arena untuk kepentingan bersama.

3) **Pameran Kolaboratif**

Pameran kolaboratif merupakan pameran yang menyajikan karya hasil kolaborasi lebih dari satu seniman atau lebih dari satu kelompok seni. Karya yang disajikan merupakan hasil kerja sama, memiliki satu kesatuan tema dan konsep yang diolah oleh dua atau lebih seniman / kelompok seni.

c. **Berdasarkan Skema Seleksi**

1) **Pameran berdasarkan penjurian (*Juried Exhibition*)**

Peserta pameran mengikuti penjurian dan diseleksi oleh komite yang dipilih badan penyelenggara sebagai juri karya seni yang akan dipamerkan. Dari berbagai karya yang didaftarkan kepada panitia untuk mengikuti pameran, juri akan menentukan karya seni yang berhak mengikuti pameran. Biasanya, dalam pameran seperti ini, akan dipilih karya yang akan dinobatkan sebagai pemenang penghargaan pameran.

2) **Pameran berdasarkan undangan (*Invitational Exhibition*)**

Badan penyelenggara dan kurator telah memiliki daftar seniman yang akan diundang untuk berpartisipasi dalam pameran ini. Daftar seniman yang diundang dapat disusun dengan dua pertimbangan, yaitu: 1) seniman yang direkomendasikan oleh organisasi mitra maupun organisasi seni yang berpengaruh dalam dunia seni rupa; 2) seniman yang

dapat dipilih berdasarkan rekam jejak pameran dan karya yang telah dihasilkan.

3) Pameran Terbuka

Pameran terbuka dapat diikuti oleh peserta, tanpa penjurian dan undangan. Pameran terbuka biasanya hanya dibatasi oleh kuota maupun daya tampung arena maupun kesepakatan jumlah karya atau seniman oleh badan penyelenggara. Peserta direkrut melalui metode pendaftaran terbuka.

d. Berdasarkan Instalasi karya

1) Pameran Permanen

Pameran permanen adalah pameran yang menyajikan karya yang menjadi koleksi permanen di galeri, museum atau lokasi lainnya. Karya diinstal secara permanen dan menjadi koleksi tetap.

2) Pameran Temporer

Pameran temporer adalah pameran yang diinstal untuk durasi waktu tertentu. Karya bisa merupakan koleksi tetap milik museum maupun galeri yang dipamerkan secara berkala dan disimpan dalam ruang penyimpanan maupun dipamerkan di lokasi lain jika tidak sedang dipamerkan. Karya yang dipamerkan juga bisa merupakan karya yang tidak dikoleksi tetap oleh badan penyelenggara seni, namun dihadirkan dalam pameran dengan pertimbangan tertentu, misalnya: untuk memenuhi tema penyelenggaraan seni atau untuk menarik perhatian publik.

e. Berdasarkan Audiens Pameran

1) Pameran Seni untuk Umum

Pameran seni yang dibuka dan diselenggarakan untuk umum. Konsep, tema dan konten pameran untuk umum, tentunya memiliki audiens yang lebih heterogen, hal inilah yang harus dipertimbangkan pengelola dengan melihat berbagai aspek, termasuk aspek sosial, ekonomi, politik, budaya, termasuk isu-isu sensitif yang merebak di masyarakat. Pameran untuk umum sebaiknya tidak menyinggung kalangan tertentu, serta tidak memprovokasi isu sensitif tentang suku, agama dan ras (SARA).

2) Pameran Seni untuk Kalangan Terbatas

Pameran seni yang diselenggarakan untuk kalangan terbatas yang diundang oleh badan penyelenggara. Pameran jenis ini memiliki tujuan spesifik yang berkaitan dengan audiens undangan dan target sasaran pameran, baik berupa orientasi pasar, maupun sosialisasi penawaran konsep-konsep baru dalam karya seni.

3) Pameran Keliling (*Travelling exhibition*)

Pameran yang menampilkan karya dalam seri yang sama dengan berpindah arena dan lokasi pameran. Pameran keliling bertujuan untuk memperkenalkan karya dan seniman seluas mungkin, melewati batas-batas komunitas dan geografis. Selain berfungsi sebagai bentuk pemasaran dan sosialisasi proyek kreatif, pameran keliling juga berfungsi untuk menguji dan mendapatkan respon karya dengan sampel audiens dengan demografi dan latar belakang lokasi geografis yang berbeda-beda.

f. Berdasarkan Tujuan Pameran

1) Pameran Eksplorasi Proyek (*Exploratory Project exhibition*)

Pameran eksplorasi proyek adalah pameran yang memiliki tujuan untuk menawarkan eksplorasi baru dalam berkarya rupa. Pameran dengan jenis ini memiliki tujuan untuk memberikan alternatif baru dalam pemahaman estetika seni rupa kepada publik. Pameran eksplorasi proyek tidak menargetkan pasar dengan orientasi penjualan karya, namun memiliki orientasi untuk menambah jejaring dan mempengaruhi pasar seni rupa dengan memberikan pilihan apresiasi, kajian dan bacaan rupa dengan menawarkan karya yang bersifat eksperimental dan mengedepankan kekinian metode berkarya. Pameran jenis eksplorasi proyek mengutamakan edukasi audiens akan pemahaman baru atas seni. Contoh: Sydney Biennale, Venice Biennale, Documenta.

2) Pameran Seni Komersial (*Commercial exhibition/ trade fair/art fair*)

Pameran Seni komersial, biasa disebut *art fair* atau *trade fair* adalah pameran yang biasanya diadakan oleh galeri atau dealer seni rupa, dengan orientasi penjualan dan pasar yang telah ada. Kesuksesan pameran dinilai dari jumlah pengunjung yang datang ke pameran serta jumlah dan nominal karya yang terjual. Meskipun memiliki orientasi penjualan, pameran jenis ini kerap mengundang seniman eksperimental dan seniman dengan karya non-komersial sebagai seniman tamu yang diberi komisi untuk menyajikan karya. Tujuan dari keterlibatan seniman non-komersial adalah untuk menjaga semangat dan tren kontemporer / kekinian seni rupa. Contoh: ArtJog.

g. Berdasarkan Rentang Waktu dan Momentum

1) Pameran Berkala

Pameran berkala lainnya, adalah pameran yang dilakukan secara berkala, baik tiap semester, tiap trisemester, tiap caturwulan, tiap tahun, tiap dua tahun, maupun tiga tahun. Jenis pameran seni berkala yang populer adalah:

- **Pameran Tahunan (*Annual Exhibition*)**

Pameran tahunan memiliki agenda untuk diadakan setahun sekali

- **Pameran Dua Tahunan (*Biennale Exhibition*)**

Pameran dua tahunan diadakan setiap dua tahun, contoh: Jakarta Biennale, Jogja Biennale.

- **Pameran Tiga Tahunan (*Triennial Exhibition*)**

Pameran tiga tahunan diselenggarakan oleh badan penyelenggara setiap tiga tahun sekali, contoh: Asia Pacific Triennial.

2) Pameran Tidak Berkala (*Ocasional Exhibition*)

Pameran tidak berkala adalah pameran sesekali, yang tidak diagendakan dengan jadwal rutin.

3) Pameran yang Bersifat Perayaan (*Celebratory Exhibition*)

Pameran diadakan untuk merayakan momentum tertentu, misalnya momen seniman berkarya selama satu dekade, seperempat abad, setengah abad dan lain sebagainya, berupa pameran retrospeksi (*retrospective exhibition*). Contoh pameran yang bersifat merayakan adalah pameran tribute (*Tribute Exhibition*).

3. Jadwal kerja (*Working Schedule*)

Jadwal kerja perencanaan dan penyelenggaraan pameran sebaiknya disusun dengan rentang waktu yang memadai. Detil jadwal kerja dibagikan kepada masing-masing anggota badan penyelenggara, sehingga setiap pengelola seni dapat mengalokasikan waktu untuk melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab. Jadwal kerja dapat disosialisasikan kepada anggota badan penyelenggara melalui pengiriman dokumen fisik maupun digital. Sekretaris panitia dari badan penyelenggara disarankan untuk memberikan pengingat (*gently reminder*) tenggat waktu kepada anggota panitia secara berkala.

4. Kurator dan Kuratorial Pameran (*Curator and Exhibition Curatorial*)

Badan penyelenggara dapat menyediakan kurator dari dalam organisasi (*in-house curator*) maupun melibatkan kurator dari luar badan penyelenggara pameran. Kurator diseleksi berdasarkan rekam jejak pengelolaan pameran yang pernah dilakukan sebelumnya. Konsep kurasi pameran dilakukan berdasarkan kesepakatan antara badan penyelenggara pameran dan kurator yang bersangkutan. Konsep kurasi mempertimbangkan kebutuhan pemangku kepentingan yang terkait dengan pameran, visi dan misi organisasi induk badan penyelenggara pameran, serta tren seni rupa yang berlaku pada saat pameran diselenggarakan.

5. Arena Pameran (*Exhibition Venue*)

Pemilihan arena penyelenggaraan pameran dapat mempertimbangkan beberapa hal berikut:

- a) Kondisi kelayakan bangunan,
- b) Sistem keamanan yang dipakai di arena (meliputi fasilitas keamanan dan petugas keamanan),
- c) Area penyimpanan karya yang aman dan memenuhi persyaratan penyimpanan karya,
- d) Keamanan akses pembongkaran dan pengemasan karya,
- e) Sistem perlindungan karya dari kecelakaan (kebakaran, banjir, dan vandalisme massa),
- f) Kesesuaian pameran dengan keadaan sosial, budaya dan ekonomi masyarakat sekitar arena,
- g) Pengatur kondisi suhu dan kelembapan ruang pameran,
- h) Sistem tata cahaya arena pameran,
- i) Kompetensi penanganan pameran seni dari sumber daya manusia yang ada di arena pameran,
- j) Jaminan kedisiplinan panitia dan pengunjung (atas larangan merokok, mengotori ruang pamer, menyentuh karya, dan lain sebagainya),
- k) Ketersediaan asuransi karya dan pameran dari pihak arena yang dipilih,
- l) Biaya sewa dan administrasi lokasi,
- m) Jarak lokasi dengan target pengunjung pameran,
- n) Akses kunjungan pameran, termasuk observasi kemacetan, ketersediaan arena parkir, kemudahan transportasi umum bagi pengunjung.
- o) Hal-hal lain yang menjadi pertimbangan khusus badan penyelenggara pameran.

6. Anggaran Pembiayaan

Hal yang perlu dipertimbangkan dari berbagai elemen biaya dari sebuah pameran dalam merencanakan dan menyusun anggaran penyelenggaraan seni, berdasarkan olahan rangkuman variabel anggaran dari Asialink dan NETS Victoria (2010: 18-20) dan artikel Linda Spear dan Erwin Saniga (1981: 129) yang disesuaikan dengan kondisi di Indonesia, pengelola disarankan untuk membagi alokasi anggaran dengan memperhatikan beberapa variabel biaya berikut:

a. Biaya Organisasi dan Administrasi

Biaya organisasi dan administrasi meliputi biaya dan honor panitia, biaya dan honor juri (jika ada), biaya dan honor kurator, biaya dan honor seniman (jika ada), biaya peminjaman karya (jika ada), biaya alat tulis, biaya listrik maupun alat elektronik, biaya peminjaman fasilitas (jika ada), serta biaya dan honor pekerja galeri atau *venue* pameran (jika ada). Gaji kurator *in-house* dapat dimasukkan maupun tidak dimasukkan kedalam alokasi anggaran, sesuai kebijakan badan penyelenggara pameran. Honor kurator berlaku jika badan penyelenggara mempekerjakan kurator dari luar badan penyelenggara. Honor kurator dinegosiasikan antara badan penyelenggara dan kurator dengan mempertimbangkan beban kerja kurator dalam pengelolaan dalam pameran (Asialink dan NETS Victoria, 2010). Umumnya biaya kurator adalah 10-20% dari total anggaran pameran seni, dengan ketentuan “makin besar anggaran semakin kecil persentasenya” (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 20).

b. Biaya Asuransi

Biaya asuransi meliputi premi yang sesuai dengan nilai karya, termasuk diantaranya biaya asuransi yang menjamin resiko karya seni dalam ‘transit’, dan ‘*in situ*’ (di lokasi). Biaya premi dipengaruhi oleh tiga hal yaitu jenis resiko yang dijamin (kerusakan, kehilangan, kecelakaan atau ketiganya), nilai karya yang ditanggung serta standar harga jasa penyedia (*provider*) asuransi. Pada konteks pameran keliling, asuransi pameran dapat diajukan dengan beberapa jenis prosedur, yaitu melalui pembelian polis yang dipegang oleh badan penyelenggara atau *venue* tuan rumah pameran, melalui perusahaan asuransi yang terbiasa menangani karya seni maupun obyek museum, melalui skema ganti rugi pemerintah, khusus untuk asuransi transit, asuransi bisa didapatkan melalui perusahaan transportasi pengangkut karya (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 29).

c. Biaya Transportasi, Logistik, Pengepakan dan Pengemasan Karya

Meliputi biaya perjalanan kurator dan seniman (jika ditanggung penyelenggara), biaya perjalanan panitia, biaya jasa pengangkutan, biaya pemasangan, pembungkahan, pelepasan pigura, biaya peti dan/atau pengemasan, biaya pengiriman karya, biaya sewa tempat penyimpanan atau tempat transit (jika ada), biaya pemasangan label untuk pengepakan.

d. Biaya Instalasi Pameran

Biaya instalasi meliputi biaya pemasangan, biaya teknisi, biaya pemasangan label untuk pameran, biaya konservasi dan perawatan selama pameran, honor konservator karya, biaya kontraktor pameran, biaya desain pameran, biaya material instalasi, biaya peralatan pemasangan (jika ada), biaya staf instalasi pameran (jika ada).

e. Biaya Cetak

Biaya cetak dan distribusi katalog, honor penulis katalog, biaya cetak foto, honor editor katalog (jika ada), honor desainer katalog, honor penerjemah (jika ada), biaya cadangan cetak, biaya cetak poster, biaya cetak undangan, biaya reproduksi karya (jika ada), biaya cetak program publik, biaya cetak label, biaya cetak dokumen pameran, biaya cetak untuk kepentingan arsip, biaya cetak proposal, biaya penggandaan dokumen untuk kepentingan riset pameran, biaya cetak papan didaktik, biaya cetak sertifikat panitia, seniman, kurator dan sukarelawan.

f. Biaya *Branding* Pameran

Biaya konsultan *branding* (jika ada), biaya desain katalog, biaya desain poster, biaya desain situs online, biaya desain dan produksi cendera mata pameran (*exhibition merchandise*), biaya desain dan produksi fasilitas pendukung pameran (contoh: seragam panitia dan sukarelawan, kartu pengenalan dan lain sebagainya).

g. Biaya Publikasi

Biaya iklan, biaya acara pembukaan, biaya pendukung (*endorser*), biaya acara temu media massa, biaya acara bincang seni, biaya penerbitan situs, biaya publisitas (media iklan, daftar surat menyurat, biaya pengiriman undangan).

h. Biaya Komunikasi

Biaya seluler, biaya telepon, biaya internet, biaya rapat, biaya pengiriman dokumen, biaya petunjuk pameran (*exhibition signage*), biaya kehumasan, biaya staf pemandu pameran dan biaya lain yang menyangkut kepentingan komunikasi.

i. Biaya Pajak dan Bea Cukai

Meliputi biaya pengurusan pajak penjualan hasil pameran (jika ada), pajak penjualan karya seni (jika ada), biaya konsultan pajak (jika ada), biaya agen pengurus perizinan pengiriman karya seni dari dan/atau ke luar negeri (jika ada), biaya pajak sarana promosi pameran (reklame, spanduk, baliho, umbul-umbul dan lain-lain, jika ada).

j. Biaya Keamanan dan Kesehatan

Biaya keamanan meliputi honor petugas keamanan (baik staf tetap maupun staf alih daya), biaya keamanan (pemasangan alarm, pelindung, pembatas, penyewaan kamera pengawas, pembelian atau peminjaman sistem keamanan, dan lain sebagainya), penyediaan tenaga kesehatan, penyediaan peralatan medis darurat, dan segala biaya lain yang berhubungan denganantisipasi badan penyelenggara untuk menjaga keamanan dan kesehatan pemangku kepentingan pameran.

k. Biaya Konsultan Hukum dan Hak Kekayaan Intelektual

Pada pameran skala besar yang melibatkan banyak mitra dan pemangku kepentingan, biasanya diperlukan konsultasi hukum, berkaitan dengan perjanjian kemitraan, peminjaman, penyelesaian sengketa (jika ada). Penanganan lisensi, reproduksi dan keabsahan karya seniman akan melibatkan konsultasi Hak kekayaan Intelektual (HKI) yang berimplikasi pada variabel biaya anggaran.

l. Biaya Dokumentasi

Biaya dokumentasi meliputi biaya dan honor fotografer, videografer, notulen bincang seni maupun program publik, biaya pengarsipan serta biaya yang menyangkut laporan kegiatan penyelenggaraan pameran.

m. Biaya Konsumsi

Biaya konsumsi menyangkut biaya jasa boga persiapan kegiatan seni, biaya konsumsi bincang seni, biaya konsumsi acara pembukaan pameran, biaya konsumsi panitia dalam berbagai program menyangkut penyelenggaraan pameran dan lain sebagainya.

n. Biaya Negosiasi Karantina

Beberapa negara memberlakukan aturan yang ketat untuk mengizinkan material karya tertentu masuk ke dalam negara tersebut, sehingga jika pameran diselenggarakan di luar negeri, badan penyelenggara harus menyiapkan adanya kemungkinan proses karantina terhadap karya (Asialink dan NETS Victoria, 2010). Negosiasi karantina karya diperlukan sejak jauh-jauh hari (Asialink dan NETS Victoria, 2010). Biaya karantina material atau objek dalam karya dapat disiapkan dalam anggaran dengan mengacu pada ketentuan hukum yang berlaku di negara tujuan atau negosiasi yang telah dilakukan antara badan penyelenggara pameran dan/atau perusahaan pengangkutan karya dengan pihak karantina imigrasi negara yang bersangkutan.

o. Biaya lain-lain

Biaya lain-lain yang perlu diperhitungkan dalam anggaran, dapat disesuaikan dengan kasus masing-masing penyelenggaraan pameran, misalnya: biaya cadangan untuk keadaan darurat, biaya penyusutan logistik, biaya bunga pinjaman, dan lain sebagainya.

7. Perjanjian dan Panduan Proposal

a. Perjanjian

Menyiapkan dan menyelenggarakan pameran, sering diperlukan beberapa dokumen. Dokumen tersebut antara lain adalah dokumen perjanjian dan dokumen panduan. Dokumen perjanjian meliputi perjanjian peminjaman karya, perjanjian pameran, perjanjian kemitraan, serta dokumen panduan pameran. Pembuatan perjanjian yang baik dan menyeluruh merupakan metode paling penting bagi seorang seniman atau penyelenggara pameran untuk menjamin komitmen terhadap tanggung jawab masing-masing. Banyak aspek terlibat dalam menyusun sebuah pameran diorganisasi secara baik cukup rumit.

1) Perjanjian Peminjaman Karya

Perjanjian peminjaman karya adalah perjanjian yang mengatur kesepakatan antara peminjam, pemberi pinjaman, serta badan penyelenggara pameran. Perjanjian meliputi identifikasi karya, identitas pihak yang terlibat, poin kesepakatan, serta komitmen pihak yang terlibat. Perjanjian peminjaman karya diperlukan untuk menjaga komitmen badan penyelenggara, seniman, dan atau pihak ketiga untuk menepati kesepakatan bersama dalam berbagai aspek yang menyangkut tanggung jawab peminjaman karya. Asialink dan NETS Victoria (2010) memiliki contoh perjanjian peminjaman karya yang komprehensif, mudah diadaptasi, dan praktis. Contoh perjanjian peminjaman karya yang dibuat oleh Asialink dan NETS Victoria (2010), dilampirkan dalam lampiran satu modul ini.

2) Perjanjian Pameran

Perjanjian pameran bersifat lebih luas dari perjanjian peminjaman karya. Perjanjian pameran meliputi berbagai aspek penting yang mengatur kesepakatan antara badan penyelenggara, seniman dan atau pihak ketiga. Perjanjian pameran biasa juga disebut kontrak pameran.

3) Perjanjian Kemitraan

Perjanjian kemitraan mengatur hubungan kemitraan antara badan penyelenggara pameran dengan mitra-mitra pendukung pameran. Perjanjian kemitraan juga sering disebut partnership contract. Perjanjian kemitraan kerap dibuat dalam bentuk nota kesepahaman atau Memorandum of Understanding (MoU).

4) Panduan Proposal Keikutsertaan

Panduan proposal diterbitkan untuk memudahkan peserta pameran menyatakan secara resmi keinginan untuk berpartisipasi kepada badan penyelenggara pameran. Dalam kondisi tertentu, panduan proposal dapat disederhanakan menjadi formulir keikutsertaan yang dapat diisi oleh calon peserta. Dalam lampiran dua, disertakan contoh panduan proposal yang diadaptasi dan dialihbahasakan dari panduan pameran milik galeri FCA, Universitas Wollongong, Australia.

5) Laporan Kondisi

Laporan kondisi adalah dokumen yang menyatakan catatan hasil pemeriksaan kondisi karya ketika datang atau dikirim oleh badan penyelenggara seni. Berikut contoh laporan kondisi karya, diadaptasi dari dokumen Asialink dan NETS Victoria (2010: 51-52)

LAPORAN KONDISI KARYA

Judul pameran :

Nama Seniman:

Deskripsi Karya:

Nomor aksesori atau inventaris:

Nomor katalog:

Nomor peti:

Arena Pamer:

Kondisi Kedatangan

() Tidak ada perubahan kondisi maupun kerusakan

() Ada perubahan kondisi dan/atau kerusakan

Penjelasan perubahan kondisi:

Lembar pemeriksaan diisi oleh

(Nama Lengkap dan tanda tangan)

Tanggal :

Kondisi Keberangkatan

() Tidak ada perubahan kondisi maupun kerusakan

() Ada perubahan kondisi dan/atau kerusakan

Penjelasan perubahan kondisi:

Lembar pemeriksaan diisi oleh

(Nama Lengkap dan tanda tangan)

Tanggal :

Catatan khusus :

8. Perlengkapan

a) Label pameran

Setiap label pameran sebaiknya mencakup keterangan berupa nama seniman, tempat asal karya/obyek, judul atau deskripsi karya, tahun pembuatan, media karya, media pendukung, nama pemilik serta ukuran karya. Label dapat dilekatkan pada PVC, lembaran karton gelombang (*corrugated sheet*) atau *Perspex* selanjutnya dilapisi vernis atau dilaminasi untuk menghindari kerusakan (Asialink dan NETS Victoria, 2010).

1) Panel Didaktik

Panel didaktik adalah panel yang memuat informasi latar belakang seniman atau pembuat karya, pernyataan seniman serta visualisasi yang memuat cerita di belakang

karya (Asialink dan NETS Victoria, 2010). Perancangan panel didaktik harus memiliki koherensi dengan citra artistik yang dipilih dalam pameran. Konten panel didaktik juga harus konsisten dengan penjelasan yang ada dalam label maupun petunjuk pameran.

2) Perlengkapan Rilis Media (*Press kit*)

Perlengkapan rilis media harus dapat diubah maupun dimodifikasi oleh tuan rumah arena pameran untuk menyertakan tanggal pembukaan resmi pameran, periode pameran, serta nama atau logo sponsor lokal, serta materi visual lainnya yang terkait dengan media (Asialink dan NETS Victoria, 2010). Sebagai bahan rilis media, pengelola seni sangat disarankan untuk menyediakan gambar yang dapat dikirim secara digital.

3) Perlengkapan Edukasi (*Education kit*)

Seiring dengan terlibatnya kegiatan seni dengan dunia pendidikan, baik sekolah, perguruan tinggi maupun lembaga pendidikan vokasional dan non formal, termasuk diantaranya kunjungan kelompok maupun program kuliah umum maka perlengkapan edukasi sebaiknya disiapkan oleh badan penyelenggara seni. Bentuk perlengkapan edukasi bisa berupa buku kecil, panel yang dilaminasi, CD-ROM, catatan untuk guru, serta petunjuk kegiatan yang disarankan untuk membantu siswa (Asialink dan NETS Victoria, 2010). Pernyataan dari seniman yang berpartisipasi, deskripsi karya, serta relevansi karya/ obyek/ pameran dengan pendidikan seni atau kurikulum sekolah/ program studi/ institusi vokasional dapat menjadi material yang dimuat dalam perlengkapan edukasi.

4) Manual instalasi

Manual instalasi meliputi gambar, foto, cetak biru atau rincian karya atau obyek pameran, petunjuk pemasangan/instalasi, peralatan khusus yang berkaitan dengan perakitan, pembersihan, pencahayaan, serta petunjuk pembongkaran setiap karya/obyek. Karya yang memiliki tingkat kesulitan pemasangan tinggi, harus dikoordinasi jauh hari dengan pengelola arena pameran (Asialink dan NETS Victoria, 2010).

9. Dokumentasi

Dokumentasi karya diperlukan untuk sebagai bahan promosi pameran seperti brosur, spanduk, situs dan lain sebagainya. Dokumentasi karya juga penting untuk dimasukkan sebagai bagian dari arsip galeri atau museum. Dokumentasi selain fotografi dan videografi adalah notulensi bincang seni, serta rekam jejak publikasi pameran di media masa. Dokumentasi sebaiknya memiliki divisi sendiri dalam badan penyelenggara pameran.

10. Keselamatan dan keamanan kerja

Keselamatan dan keamanan kerja harus dimasukkan ke dalam prosedur penyelenggaraan seni, mulai dari perencanaan, hingga penyelenggaraan. Tindakan keselamatan dan keamanan kerja meliputi diterbitkannya buku panduan standar operasional keselamatan dan keamanan kerja, penyediaan kotak P3K dalam setiap proses perencanaan dan penyelenggaraan; memiliki divisi atau seseorang yang bertanggung jawab untuk melakukan tindakan menyangkut keselamatan dan

keamanan kerja, menyediakan tenaga medis dan/atau akses yang mudah untuk mendapatkan pelayanan medis jika terjadi yang menyangkut keselamatan dan keamanan kerja dalam proses perencanaan maupun penyelenggaraan seni. Memperhatikan dan mengaplikasikan standar kesehatan dan keselamatan yang berlaku (misalnya standar Jamsostek).

11. Publikasi dan promosi

Signage yang disiapkan untuk pameran mencantumkan judul pameran, seniman atau wakil seniman, isi pameran, nama kurator, badan penyelenggara, sponsor, mitra serta penyandang dana (Asialink dan NETS Victoria, 2010). Jika badan penyelenggara memiliki anggaran yang mencukupi, perlengkapan promosi seperti poster dan selebaran dapat digunakan dalam arena pameran. Bentuk publikasi dan promosi juga bisa berupa undangan pameran (digital dan fisik) yang disebarluaskan secara terbatas maupun umum. Bentuk poster, undangan dan selebaran digital sebaiknya disiapkan dengan format yang mudah untuk disebarluaskan, memiliki ukuran file yang tidak terlalu besar, namun memiliki tingkat visibilitas yang memadai bagi pembaca.

Perlu diperhatikan bahwa dalam menyiapkan berbagai perlengkapan promosi (digital maupun fisik) baik dalam bentuk *signage*, poster, spanduk maupun selebaran, badan penyelenggara harus memastikan urutan yang benar untuk logo. Logo sponsor utama harus tampil lebih dahulu dan nama yang tercantum dalam material promosi pameran harus sesuai dengan permintaan mitra penyandang dana (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 44).

12. Perizinan hak cipta untuk reproduksi karya dalam keperluan promosi

Hak cipta adalah milik pembuat karya kecuali hak cipta tersebut dialihkan kepada orang lain dengan bukti perjanjian tertentu atau sertifikat hukum. Pemilik hak cipta dapat memberikan izin dan lisensi untuk pemakaian dan reproduksi karya untuk keperluan pameran. Jika karya dimiliki oleh seseorang atau pihak lain diluar pembuat, maka permintaan izin pemakaian karya serta reproduksi karya juga biasanya harus dilayangkan kepada pemilik karya (Asialink dan NETS Victoria, 2010).

13. Persiapan perawatan karya seni (konservasi)

a. Panduan Umum

Pemindahan dan pemasangan karya seni harus dilakukan oleh pihak yang kompeten, di bawah pengawasan manajemen pengelola seni. Berikut adaptasi panduan persiapan perawatan karya seni dari buku '*Art Management Handbook*' (*The Office of Public Work Art Management*, 2007), buku 'Pameran Keliling : Sebuah Panduan Praktis untuk Galeri dan Museum Seni Indonesia' (Asialink dan NETS Victoria, 2010), serta buku karya Marjorie Shelley '*The Care and Handling of Art Objects*' (1987).

1) Menyiapkan Suhu dan Kelembapan

Suhu dan kelembapan dalam ruang pameran, idealnya tidak boleh berfluktuasi, termasuk dalam penggunaan pengkondisi udara ruangan (AC - *air conditioner*). Jika panitia memutuskan untuk menggunakan AC, maka AC tersebut harus

tetap menyala sejak pemasangan, sepanjang masa pameran, hingga karya dibongkar, jika AC bekerja tidak teratur maka kipas angin dapat membantu mengurangi fluktuasi suhu dan kelembapan ruangan (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 14-15). Berdasarkan standar museologis internasional, suhu lingkungan museum yang optimal adalah $21^{\circ}\text{C} \pm 1^{\circ}\text{C}$ dengan kelembapan relatif (RH) $50\% \pm 5\%$ (Ibid, h15). Suhu dan RH dapat diukur dengan alat termohigrograf (Ibid). Gedung yang memiliki insulasi internal merupakan pilihan terbaik untuk mengurangi resiko fluktuasi suhu dan tingkat kelembapan (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 14-15).

Secara Spesifik, Pengaturan kelembapan dapat mengacu pada tabel berikut:

Jenis Material	Relative Humidity (RH)	Pertimbangan Khusus
Material Organik (Kertas ,perkamen, kulit, kain, tanduk, tulang, bulu, perekat, kayu, polikrom, panel kayu, kanvas,	45-55%	RH diatas 65% akan menumbuhkan jamur diatas beberapa material, RH di bawah 40% akan membuat material menjadi lebih rapuh.
Lukisan Tiongkok, obyek yang divernis	55-60%	
Material tidak organik Metal, enamel, batu, keramik, kaca	30-60%	Konsultasi dengan konservator
Material tidak organik dengan kasus pengkristalan, berair, berkarat, perunggu berpenyakit, keramik dan batu yang tertempel garam	30-45%	Secara umum, RH sebaiknya rendah, namun beberapa objek memerlukan tingkat kelembapan yang lebih tinggi.

Jenis Material	Relative Humidity (RH)	Pertimbangan Khusus
Material Organik dan tidak organik yang digabungkan. Pameran atau obyek seni yang melibatkan dua komponen	45-55%	RH diatur dengan mempertimbangkan material yang paling sensitif. Pengaturan RH harus dikonsultasikan dengan konservator.
Obyek tidak organik seperti keramik dan kaca, direstorasi dengan perekat organik dan material yang sensitif terhadap kelembapan	30-45%	

Tabel 1.
Pengaturan Kelembapan (*relative humidity*), adaptasi dari tabel karya Marjorie Shelley. (1987: 70)

2) Menyiapkan Pencahayaan

Pencahayaan dalam pameran merupakan aspek yang berperan penting untuk menjaga visibilitas karya. Cahaya yang dimaksud disini adalah cahaya yang terlihat oleh pandangan mata, baik cahaya alami, maupun buatan. Cahaya dapat bereaksi kimia dan menurunkan mutu obyek maupun pendukung karya seperti pudarnya pigmen dan pewarna serta pelemahan dan pemutihan serat tekstil - yang pada beberapa kasus dapat bersifat permanen (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 16). Penyelenggara pameran sebaiknya memiliki cara untuk dapat mengendalikan intensitas cahaya yang dipakai dalam pameran, jika pengendalian tidak dapat dilakukan, maka sebaiknya karya dipamerkan dalam jangka waktu yang pendek (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 16).

Cahaya yang dipakai dalam pameran idealnya diukur dengan alat pengukur cahaya. Jika arena pameran mendapatkan paparan cahaya alami, maka selama masa pameran, akses masuk cahaya matahari dalam arena pameran seperti jendela, pintu kaca, atau atap kaca wajib untuk ditutup (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 16).

Lukisan cat minyak dan karya kulit tanpa pewarna idealnya terpapar pada tingkat intensitas cahaya 150 dan 200 lux, dengan tingkat ultraviolet (UV) maksimal 75 mikrowatt per lumen (Ibid). Karya keramik, batu dan kaca sebaiknya terpapar cahaya dengan intensitas yang tidak melebihi 300 lux dan tingkat UV maksimal 200 mikrowatt per lumen (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 16). Kilatan cahaya kamera (*blitz*) juga dapat bereaksi kimia dan memiliki efek kumulatif penurunan kualitas permukaan maupun material karya seni. Menyangkut hal ini, maka aturan fotografi dalam pameran sebaiknya diberlakukan dengan ketat oleh penyelenggara maupun staf arena pameran (Asialink dan NETS Victoria, 2010: 16).

Panduan spesifikasi pencahayaan dapat dilihat dalam tabel berikut:

<p style="text-align: center;">JENIS MATERIAL</p>	<p style="text-align: center;">LEVEL PENCAHAYAAN YANG DIREKOMENDASIKAN</p> <p style="text-align: center;">(catatan: semua sumber atau akses cahaya harus dipasangi filter ultraviolet)</p>
<p>Material dengan tingkat kepekaan cahaya tinggi Karya dengan Material organik: Tekstil, kostum, karpet, karya diatas kertas, foto, buku, kertas dinding, kulit yang dicelup pewarna, perkamen, produk yang divernis, anyaman, serat yang dipakai dalam obyek etnografi, bulu, kayu (dicat maupun tidak dicat), zat warna, beberapa jenis pigmen.</p> <p>Karya dengan material organik yang digabung dengan material yang tidak peka cahaya</p> <p>Karya dengan material yang tidak peka cahaya, namun direstorasi dengan komponen yang peka cahaya</p>	<p>5-8 footcandles Durasi pameran tidak boleh melebihi 3 bulan. Simpan karya didalam gelap</p> <p>Level paparan disesuaikan dengan komponen peka cahaya</p> <p>Tidak ada batasan khusus, namun sebaiknya melakukan konsultasi dengan konservator profesional</p>
<p>Material dengan tingkat kepekaan cahaya sedang Lukisan cat minyak di atas kanvas, lukisan panel, lukisan aklirik di atas kanvas. Kulit yang tidak diwarnai, tanduk, gading, tulang, beberapa kayu tertentu</p>	<p>Konsultasikan dengan konservator professional</p>
	<p>Batasan khusus biasanya tidak disyaratkan.</p>

Tabel 2
 Iluminasi (illumination), adaptasi dari tabel karya Marjorie Shelley (1987: 67)

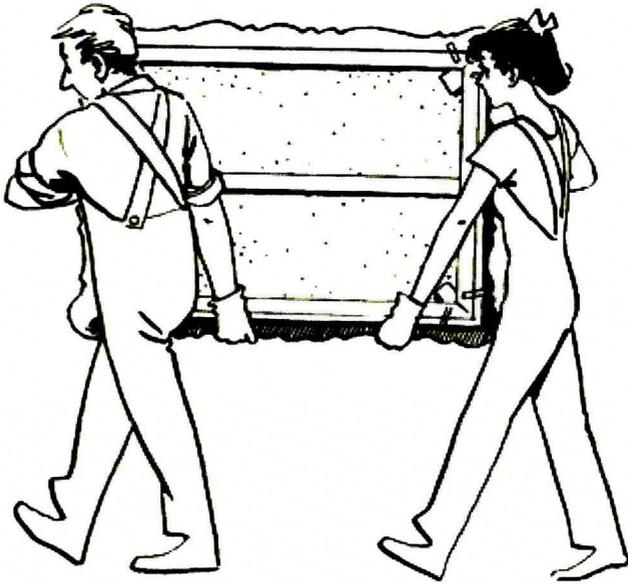
b. Panduan Khusus

1. Perlakuan untuk Lukisan dan Karya Seni Grafis

Berikut standar perlakuan karya lukisan dan karya seni grafis yang telah diterjemahkan dan dirangkum dari '*Art management Handbook*' yang diterbitkan oleh *the Office of Public Works*, Dublin (2007):

- a) Lukisan dan karya grafis harus ditempatkan di lingkungan yang tepat, dengan suhu dan pencahayaan yang sesuai. Sinar matahari dan radiasi inframerah dapat menyebabkan kerusakan foto kimia yang fatal pada lukisan
- b) Lukisan dan karya grafis seharusnya tidak ditempatkan berhadapan dengan jendela atau di lokasi yang berhadapan langsung dengan sinar matahari yang terang
- c) Hindari memasang karya di bawah sinar matahari langsung. Semua karya yang dibuat diatas kertas, terutama cat air, foto dan gambar akan pudar dalam waktu dekat jika dipasang di tempat yang terekspos sinar matahari langsung.
- d) Pencahayaan pada karya harus diperhatikan dengan seksama untuk memastikan tidak terjadi pemanasan yang berlebihan di permukaan karya. Jika diperlukan pencahayaan artifisial, maka lampu sorot lebih baik digunakan dan level cahaya diusahakan serendah mungkin untuk menghindari kerusakan karya tanpa mengurangi visibilitas karya. Jika memungkinkan, filter cahaya UV sebaiknya dipasang sebagai cover lampu sorot untuk menghindari kerusakan karya
- e) Lukisan atau karya grafis tidak boleh digantung lebih dekat dari 5 meter dari pintu yang terbuka ke arah jalan

- f) Jika memungkinkan, lukisan dan karya grafis sebaiknya tidak diletakkan langsung diatas radiator yang dipakai. Jika hal ini terpaksa dilakukan, lukisan harus dilapisi dengan lapisan zat yang sesuai (*glazing*) serta harus memiliki bingkai yang kuat. Lukisan kanvas yang tidak dilapis akan retak jika diletakkan di atas radiator. Disarankan untuk menggunakan tutup radiator yang sesuai untuk membelokkan panas radiator.
- g) Jika yang dipasang dalam pameran adalah karya yang harus mengalami perbaikan (*refurbishment work*), karya harus diturunkan dengan hati-hati dan disimpan di dalam tempat yang kering dan bebas debu hingga perbaikan selesai. Jika tidak memungkinkan untuk melepaskan karya, karya harus dilapisi atau dibungkus dengan kain yang bersih dan ringan. Karya harus diperlakukan sesuai dengan prosedur organisasi pengelola seni.
- h) Ketika memindahkan sebuah karya, pastikan tenaga pekerja pemindah karya mencukupi untuk menjaga karya tetap aman selama masa pemindahan. Sebagian besar karya membutuhkan dua orang untuk mengangkatnya. Sebuah lukisan seharusnya diangkat dari sebelah kanan atas dari sudut terpendeknya, serta ditahan secara aman baik dari sisi bingkai maupun dari sisi dimana kabel dan/atau tali penggantung lukisan terpasang.
- i) Permukaan lukisan yang tidak dilapisi *glazing*, sangat rapuh dan sebaiknya tidak disentuh. Pastikan bahwa lukisan tanpa lapisan ini tidak dibersihkan maupun disapu dengan kain. Serat dari kain dapat menempel di atas lukisan. Jika lukisan sangat kotor, lakukan konsultasi dengan manajemen organisasi seni untuk memastikan apakah keterlibatan ahli preservasi profesional akan diperlukan.



Gambar 3.

Memindahkan panel atau kanvas dengan memegang bingkai dengan dua tangan, ilustrasi karya Helmut Nickel dalam Marjorie Shelley (1987: 21).

- j) Lukisan dan karya grafis tidak diperbolehkan untuk disemprot dengan cairan pembersih maupun zat poles furnitur
- k) Jangan meletakkan apapun di atas permukaan lukisan atau karya grafis
- l) Lukisan maupun karya grafis sebaiknya tidak disimpan langsung diatas lantai, namun digantung di tembok
- m) Jangan meletakkan lukisan maupun karya grafis di lokasi yang memiliki resiko tinggi, seperti lokasi dekat renovasi bangunan, lokasi dekat pemindahan furniture dan akses lain yang membahayakan karya.

2. Perlakuan untuk Karya Seni Patung

Standar perlakuan karya seni patung berikut telah diterjemahkan dan dimodifikasi dari buku panduan *'Art management Handbook'* yang diterbitkan oleh *the Office of Public Works*, Dublin (2007):

Patung Pualam

- 1) Patung pualam terdiri dari kumpulan kristal, sehingga sangat mudah rusak. Pualam juga memiliki tekstur berpori yang mudah menyerap, sehingga sangat mudah terkena noda.
- 2) Pastikan bahwa patung pualam tidak dipoles, dililin maupun dicuci karena hal ini dapat merusak permukaan pualam. Beberapa zat kimia semprot mengandung asam yang dapat mengikis permukaan pualam. Pastikan mendapat prosedur perawatan batu pualam dari pihak profesional.
- 3) Noda diatas pualam hanya boleh dihapus oleh konservator profesional
- 4) Patung sebaiknya tidak dibersihkan dengan cara divakum karena efek kumulatif proses vakum akan mengikis dan merusak permukaan pualam
- 5) Pastikan bahwa tidak ada satu obyek pun yang disandarkan atau diletakkan pada patung pualam. Peletakan bunga dan tanaman di dekat lokasi patung pualam harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak menyentuh permukaan patung
- 6) Jangan memindahkan patung pualam jika tidak terpaksa. Jika patung terpaksa dipindah, pastikan memiliki jumlah tenaga kerja yang cukup dan memiliki rute yang jelas. Pindahan patung pualam menggunakan troli biasanya merupakan cara paling efektif untuk memindahkan patung. Pastikan untuk



Gambar 4

Memindahkan objek 3 Dimensi yang besar dengan menggunakan troli beroda karet, ilustrasi karya Helmut Nickel dalam Marjorie Shelley (1987: 2)

mendapatkan panduan dari kantor manajemen seni profesional atau konservator profesional untuk memindahkan patung skala besar.

- 7) Hindari menyimpan patung terlalu lama. Jika terpaksa menyimpan patung dalam jangka panjang, pastikan bahwa tempat penyimpanan kering, tidak kotor dan tidak berdebu.
- 8) Jika patung rusak, serahkan proses perbaikan kepada konservator profesional dan simpan bagian-bagian patung yang rusak - sekecil apapun ke dalam tempat penyimpanan yang aman, misalnya kotak tertutup.

Patung Tembaga dan Perunggu

Perlakuan untuk patung tembaga dan perunggu cukup rumit dan spesifik, tembaga hanya boleh dibersihkan oleh konservator ahli. Meskipun permukaan tembaga tampak kuat, namun dibawah platina tembaga terdapat lapisan lunak yang rapuh, lapisan vernis dan lilin membuat patun tembaga makin rapuh (*The Office of Public Works*, 2007). Patung tembaga sebaiknya disimpan maupun dipajang dalam area yang memiliki kelembapan stabil dengan tingkat kelembapan kurang dari 55% (*The Office of Public Works*, 2007).

Berikut panduan khusus merawat patung tembaga, dirangkum dari buku pedoman manajemen seni terbitan *The Office of Public Works* (2007):

- 1) Jangan menggunakan air maupun larutan pembersih untuk membersihkan permukaan tembaga
- 2) Patung tembaga dapat dibersihkan dengan menyapu lembut permukaan tembaga menggunakan pengebut (kemoceng) berbulu lembut dan bersih. Namun, pembersihan ini tidak boleh dilakukan berulang, hanya boleh dilakukan dua kali setahun. Tidak diperkenankan memoles permukaan tembaga dengan apapun.
- 3) Titik atau area hijau terang di atas permukaan tembaga adalah tanda terjadinya korosi dan merupakan indikasi adanya ‘penyakit tembaga’ yang menghancurkan permukaan patung. Jika terdapat tanda tanda seperti ini, pengelola seni diharapkan untuk mengontak tim manajemen karya seni.

3. Perlakuan untuk Tekstil

Berikut perlakuan yang perlu diperhatikan terhadap karya tekstil, diadaptasi dari *The Office of Public Works* (2007):

- 1) Tekstil sangat rapuh terhadap paparan cahaya matahari. Kain akan membusuk dan warna kain akan pudar jika terpapar sinar matahari langsung atau cahaya buatan yang terlalu terang dalam periode yang cukup lama. Tidak ada solusi untuk mengembalikan kondisi tekstil seperti semula, jika kerusakan diakibatkan oleh cahaya matahari.
- 2) Sebuah lingkungan kerja tidak mungkin menghindari cahaya matahari, namun tindakan preventif dapat dilakukan oleh pengelola seni. Tekstil yang dipajang sebagai pajangan dinding harus digantung di bawah bayangan atau area yang memiliki intensitas cahaya rendah. Filter cahaya sinar ultraviolet sebaiknya diletakkan di jendela serta lampu. Tirai dalam area pameran sebaiknya diatur untuk mengurangi level cahaya yang masuk. Hal ini melibatkan penempatan film di atas lampu atau jendela untuk mengantisipasi resiko kerusakan tekstil dan kerusakan pigmen karya seni yang diakibatkan oleh pancaran UV. Lampu harus dimatikan ketika arena pameran tidak digunakan.
- 3) Penanganan karya tekstil yang berlebihan akan mengakibatkan jejak pakai dan sobekan.
- 4) Pastikan bahwa furnitur maupun benda yang berat tidak diletakkan di atas tekstil, maupun disandarkan di permukaan tekstil. Hindari posisi instalasi yang memungkinkan ujung objek lain menyentuh permukaan tekstil.

- 5) Jika karya tekstil tidak lagi dipakai, jangan ditempatkan di tempat penyimpanan dalam jangka waktu yang terlalu panjang, karena hal inilah yang paling sering menyebabkan kerusakan pada tekstil. Kerusakan terjadi ketika tekstil digulung dan diletakkan di sudut dan/atau di lantai ruang penyimpanan, kemudian berbagai obyek lain ditimpakan ke atas tekstil tersebut.
- 6) Jangan pernah melipat tekstil, pastikan menyimpan tekstil dengan cara menggulungnya dengan suatu benda penggulung yang aman dan dapat mendukung gulungan tekstil.



Gambar 5

Kain digulung dengan sangat berhati-hati diatas tabung yang dilapisi kain muslin atau kertas bebas asam, ilustrasi karya Helmut Nickel dalam Marjorie Shelley (1987: 54).

- 7) Jangan pernah menusuk atau memaku tekstil ke atas panel atau dinding arena pameran
- 8) Tekstil yang rapuh dan digunakan sebagai pajangan dinding harus dijahit dengan hati-hati ke atas kain pendukung. Kain pendukung tersebutlah yang akan dipasang ke dinding atau panel arena pameran.
- 9) Jika kerusakan telah terjadi, sangat disarankan untuk menghubungi konservator tekstil profesional. Penanganan tekstil oleh tenaga non-ahli dapat mengakibatkan kerusakan yang lebih serius dan berimplikasi pada meningkatnya biaya perbaikan yang harus ditanggung oleh badan penyelenggara pameran.



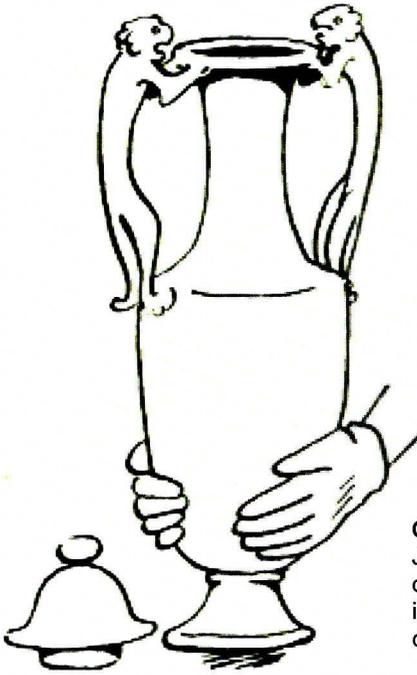
Gambar 6

Ketika membawa kostum, berat kostum sebaiknya didistribusikan secara merata dengan cara memeganggantungan dengan satu tangan, kemudian menahan baju dengan tangan yang lain, ilustrasi karya Helmut Nickel dalam Marjorie Shelley (1987: 60).

4. Perlakuan untuk Keramik dan Karya Mozaik

Istilah keramik meliputi obyek gerabah dan porselen dalam bentuk patung, vas, figurin, bejana, piring pajang dan peralatan tembikar yang terbuat dari material tanah liat (*The Office of Public Works, 2007*).

- 1) Jika obyek keramik retak atau pecah, jangan tergoda untuk merekatkan kembali. Simpan kepingan atau bagian yang rusak ke dalam kotak yang kuat, kemudian beri label dengan jelas. Konsultasikan proses konservasi dengan konservator keramik profesional di bawah rekomendasi badan penyelenggara pameran.
- 2) Keramik sebaiknya ditangani atau disentuh seminim mungkin. Dalam proses penanganan atau pemindahan obyek keramik, pastikan bahwa luas area memadai untuk mengangkat objek menggunakan dua tangan. Pastikan tangan dalam kondisi bersih. Khusus untuk obyek keramik dengan detil halus, pastikan untuk menggunakan sarung tangan bersih berbahan sintetis. Jangan memindahkan obyek dengan mengandalkan *handle* atau pegangan terkait. Pindahkan obyek dengan menggunakan dua tangan dan pastikan berat bertumpu pada dasar obyek. Sebelum mengangkat, periksa apakah ada retak rambut di permukaan obyek untuk menghindari resiko kerusakan yang lebih serius selama proses pengangkatan
- 3) Keramik tidak diperkenankan untuk diletakkan di lokasi-lokasi yang memungkinkan obyek keramik pecah, retak atau terbentur.



Gambar 7
Jangan pernah mengangkat objek keramik dari pegangannya, ilustrasi karya Helmut Nickel dalam Marjorie Shelley (1987: 5)

- 4) Keramik sebaiknya dibersihkan dengan kain bersih yang lembut. Disarankan untuk menyapu keramik dengan perlahan dan menyeluruh sesekali, dibandingkan menyapu keramik dalam frekuensi tertentu namun dilakukan dengan sapuan cepat. Minimalisasi sentuhan akan meminimalisasi resiko kerusakan.
- 5) Obyek keramik memiliki resiko kerusakan tinggi jika disimpan dalam jangka panjang di tempat penyimpanan. Obyek keramik sebaiknya diletakkan di rak yang tidak terlalu penuh untuk menghindari resiko benturan.

5. Perlakuan untuk Karya Seni Instalasi

Karya seni instalasi diperlakukan sesuai dengan karakter materialnya masing-masing. Perlakuan tiap obyek bisa saja berbeda karena mengacu pada prosedur pemasangan, penyimpanan, pembongkaran masing-masing karya sesuai dengan materialnya. Pemasangan karya seni instalasi dilakukan dengan mengikuti manual, pedoman atau cetak biru yang disertakan oleh seniman. Jika memungkinkan, seniman instalasi serta timnya sebaiknya memasang sendiri karya instalasinya pada arena pameran.

6. Perlakuan dalam Kondisi Darurat

Berikut rangkuman penanganan karya untuk kondisi darurat menurut *The Office of Public Works* (2007)

- 1) Jika gambar atau lukisan yang rusak harus dipindahkan, rekatkan selotip ke atas kaca yang pecah, dalam posisi karya terpasang. Pastikan keamanan tenaga kerja dalam megangkut kaca yang pecah, serta sebisa mungkin hindarkan kerusakan pada permukaan karya.
- 2) Letakkan karya yang rusak pada lokasi yang aman. Jika ada lebih dari satu karya rusak, pastikan karya disimpan dengan aman. Jangan menumpuk gambar atau lukisan bersama-sama. Letakkan maksimal dua atau tiga karya di lokasi yang sama. Susun karya dengan bagian depan bingkai berhadapan atau berpunggung. Jika bingkai rusak, simpan kepingan yang rusak dalam amplop. Prioritaskan perlindungan terhadap permukaan karya.

- 3) Patung yang rusak, keramik atau karya dari bahan kaca harus ditangani dengan sangat berhati-hati. Pastikan keamanan tenaga kerja ketika menangani fragmen yang rusak atau pecah. Simpan kepingan atau bagian yang rusak dalam amplop.

RANGKUMAN

Pameran Seni Rupa (murni, desain maupun kriya) merupakan pekerjaan yang membutuhkan banyak kerjasama berbagai pihak dan berpengaruh terhadap masa depan pelaku seni, lembaga atau organisasi penyelenggaranya. Pameran bukan hanya berfungsi sebagai bentuk pelaku seni untuk berbagi, namun juga sebagai wadah dimana para pengelola seni dapat menjembatani komunikasi antara pelaku seni. Disini posisi pengelola seni sangatlah penting untuk membuat pameran yang sesuai dengan visi dan misinya.

Pengelola seni tidak hanya memikirkan pelaksanaan pameran, diantaranya strategi pameran berupa aktivitas untuk menjaga hubungan baik antar pihak, karena penyelenggaraan pameran seni tidak terlepas dari Seni itu sendiri, pihak pemangku kepentingan dengan pemasaran dan penghasilan.

Selain Sumber daya pameran yang melibatkan Mitra, Kurator, Seniman dan Sukarelawan. Sosialisasi, dukungan dan edukasi juga menjadi faktor penting untuk pelaksanaan perencanaan dan koordinasi pameran yang akan meliputi; struktur organisasi dan target pelaksanaan pameran, jenis dan bentuk kegiatan pameran, jadwal kerja (*Working Schedule*), kurator dan kuratorial Pameran (*Curator and Exhibition Curatorial*), pemilihan arena pameran (*Exhibition Venue*), anggaran pembiayaan, perjanjian dan panduan proposal, perlengkapan,

dokumentasi, keselamatan dan keamanan kerja, publikasi dan promosi, perizinan hak cipta untuk reproduksi karya dalam keperluan promosi, bahkan sampai persiapan perawatan karya seni (*konservasi*) yang meliputi karya seni rupa; Karya Seni Lukis dan Grafis, Karya Seni Patung, Karya Seni Tekstil, Karya Seni Keramik dan Mozaik bahkan Karya Seni Instalasi. Juga dengan pemahaman perlakuan karya seni terhadap kondisi darurat.

LATIHAN

Pilihlah salah satu pameran yang pernah diselenggarakan oleh lembaga atau institusi atau organisasi induk Anda. Setelah dipilih salah satu pameran, Anda diminta untuk:

1. Mengidentifikasi pihak-pihak yang terkait dengan salah satu pameran yang pernah diselenggarakan oleh lembaga induk dengan membuat daftar pemangku kepentingan.
2. Menulis satu atau dua paragraf esai dalam selembar kertas dan mengevaluasi apakah salah satu pameran tersebut telah direncanakan sesuai strategi perencanaan seni yang dianjurkan oleh Michael Kaiser dan Brett Egan (2013).
3. Membuat tabel yang menjelaskan bentuk sosialisasi, dukungan yang didapat, serta program edukasi yang menyertai salah satu pameran yang pernah diselenggarakan oleh lembaga/institusi/organisasi induk peserta.
4. Buatlah kelompok, kemudian merancang konsep singkat sebuah pameran dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang telah disebutkan di kegiatan 1 ini. Penjelasan konsep pameran dibuat maksimal dalam 2 lembar A4 dengan menyertakan diagram yang

dapat menunjukkan tahapan-tahapan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan pameran. Harap untuk mencantumkan:

- a. Jenis dan Bentuk Pameran
- b. Tujuan dan Manfaat Pameran
- c. Kesesuaian Pameran dengan Visi dan Misi Organisasi
- d. Strategi Kuratorial Pameran
- e. Strategi Pemasaran, Promosi dan Publikasi
- f. Kebutuhan operasional Pameran
- g. Dokumentasi Pameran
- h. Aspek Hukum
- i. Keselamatan Kerja

KEGIATAN 2

A. MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN SENI DALAM PENYELENGGARAAN PAMERAN

1. Kewirausahaan dalam Konteks Perencanaan dan Penyelenggaraan Pameran

Kewirausahaan dalam konteks seni, secara kualitatif berbeda dengan kewirausahaan dalam konteks bisnis tradisional. Praktik kewirausahaan dalam konteks seni mengacu kepada kemampuan pelaku dan pengelola seni untuk mengembangkan keterampilan dalam mengaplikasikan, mendistribusikan dan/atau menyebarkan karya kreatif (Bridgstock, 2012). Selanjutnya, Ruth Bridgstock (2012) menjelaskan bahwa kemampuan spesifik dalam sektor seni serta kemampuan membangun jejaring sosial sebaiknya menjadi fokus kewirausahaan dalam sektor seni.

Hal-hal yang mencakup aspek kewirausahaan dalam konteks penyelenggaraan pameran antara lain dilakukan dengan memulai dan menumbuhkan berbagai unit dan program dalam pameran, meliputi: penjualan dan pemasaran, strategi bisnis dan pendanaan, menguasai aspek-aspek hukum yang berkaitan dengan pameran, mampu mengelola pemberian dan penerimaan hibah, memiliki kompetensi untuk melakukan operasional pameran, jelas dan strategis dalam menyusun konteks pameran, memberikan perlindungan dan menghormati kekayaan intelektual, mampu memahami kebutuhan dan menguasai manajemen pemangku kepentingan budaya (*cultural stakeholders*). Penerapan

kewirausahaan dalam pameran dapat didorong dengan beberapa cara seperti meminjam prinsip-prinsip inovasi dan kreativitas yang mentransformasi gagasan dalam lingkup organisasi, biasa disebut dengan 'intrapreneurship'. Hal-hal yang dapat mendukung *intrapreneurship* menurut Hisrich (1990) adalah:

1. Memberikan ruang dalam organisasi agar ide-ide baru dapat didukung dan dimanfaatkan.
2. Membekali tim riset dan pengembangan pameran untuk bekerja dengan teknologi terkini sehingga menghasilkan ide-ide baru.
3. Memilih pemimpin yang visionaris, dalam kaitan pameran hal ini menyangkut pemilihan direktur kreatif.
4. Mendorong kerja sama tim dan menggunakan pendekatan multidisplin.

Pola pikir kewirausahaan seperti yang dikaji oleh Thomas N. Duening (2010) dalam tulisannya tentang 'Lima Pola pikir untuk Masa Depan yang Berkewirausahaan' (*Five Minds for the Entrepreneurial Future*) dapat diimplementasikan dalam perencanaan dan penyelenggaraan pameran. Pola pikir tersebut adalah:

a. Pola Pikir untuk Menangkap Peluang (*the Opportunity recognizing mind*)

Kapasitas untuk mengenali peluang merupakan salah satu strategi kewirausahaan. Dalam konteks pameran, kemampuan menangkap peluang dapat diasah dengan cara menjalin hubungan dan menambah jaringan strategis dengan komunitas seni, maupun pemangku kepentingan lainnya. Peluang-peluang untuk mendapatkan sponsor, dapat dilakukan dengan menambah frekuensi pencarian sponsor melalui kunjungan ke situs-situs pihak terkait,

menghadiri acara yang diadakan pihak terkait atau melakukan pendekatan-pendekatan strategis lainnya.

b. Pola Pikir untuk Merancang (*The Designing Mind*)

Pola pikir ini merupakan pola pikir untuk mengintegrasikan elemen-elemen yang berbeda dalam pengelolaan pameran (misalnya aspek artistik, ekonomi, komunikasi dan lain sebagainya) kemudian menawarkan dan memastikan sebuah ‘paket’ berupa penyelenggaraan pameran, dimana integrasi elemen-elemen ini disajikan dan dilakukan baik dibandingkan program pameran lainnya.

c. Pola Pikir Pengelola Resiko (*The Risk Managing Mind*)

Kemampuan mengidentifikasi resiko, kemampuan untuk mengkalkulasi resiko serta membuat antisipasi dan rancangan solusi semua resiko yang menyangkut pameran agar terkontrol di bawah manajemen badan penyelenggara pameran

d. Pola Pikir Gigih (*The Resilient Mind*)

Pola pikir gigih sangat diperlukan dalam pameran mengingat begitu banyak detail yang harus disiapkan dan diselesaikan baik detail yang bersifat administratif seperti surat perjanjian maupun detail teknis seperti pemasangan, pengepakan, pemasangan serta perawatan karya.

e. Pola Pikir untuk Bertindak (*The Effectuating Mind*)

Pola pikir ini merupakan pola pikir yang berorientasi pada tindakan nyata. Pola pikir ‘untuk bertindak’ akan mendorong pengelola seni untuk menyelenggarakan pameran secara strategis, termasuk diantaranya mengurangi jalur birokrasi yang kurang penting, menepati jadwal yang disepakati, mengandalkan umpan

balik pemangku kepentingan serta menghargai pentingnya pengalaman lapangan. Orientasi pengelola pameran diarahkan terhadap tujuan, sehingga sejak awal, seorang ketua telah melakukan indentifikasi tujuan pameran, definisi masing-masing tujuan, serta memotivasi anggotanya untuk mencapai tujuan pameran melalui tindakan nyata.

2. Kewirausahaan Budaya (*Cultural Entrepreneurship*)

Kewirausahaan budaya merupakan jenis kewirausahaan yang sangat sesuai untuk diaplikasikan ke dalam metode perencanaan dan penyelenggaraan seni karena berorientasi bukan hanya pada pasar, melainkan pada nilai-nilai sosial kemanusiaan dan budaya. Kewirausahaan budaya mengedepankan kualitas konten artistik dan menjadikan hal-hal lain – termasuk faktor ekonomi, sebagai aspek pendukung. Riset tentang kewirausahaan budaya telah dilakukan oleh Andrew Corbett dan Jeffrey Covin (dkk 2013) dengan merangkum dan menganalisis berbagai riset terdahulu yang berkaitan dengan kewirausahaan budaya. Menurut Andrew Corbett dan Jeffrey Covin (dkk 2013), ciri kewirausahaan budaya adalah:

1. Pengetahuan dan sensitivitas terhadap seni dan proses kreatif yang dikombinasi dengan kemampuan untuk mencari bakat-bakat kreatif.
2. Pengetahuan komprehensif akan manusia dan teknik marketing
3. Mengkombinasikan kualitas artistik dan bisnis
4. Menjembatani jarak antara seni dan pasar
5. Merayakan nilai-nilai seni
6. Menyebarluaskan nilai-nilai seni kepada mahasiswa seni

7. Memiliki kemampuan menarik perhatian konsumen kepada seni tanpa ada kompromi terhadap keterwujudan misi dan integritas artistik
8. Menelisik nilai ekonomi seni
9. Mengurangi proteksi dan atmosfer konservatif terhadap program seni
10. Mengurangi ketergantungan terhadap dukungan pemerintah

Selanjutnya, Andrew Corbett dan Jeffrey Covin (dkk 2013) menjelaskan elemen dalam kewirausahaan budaya. Elemen-elemen tersebut adalah:

1. Ekonomi adalah realisasi nilai-nilai. Nilai-nilai ekonomi bersandar pada penghasilan dan pemasukan lain sehingga memungkinkan masyarakat untuk menyadari pentingnya nilai-nilai sosial dan budaya
2. Seni dimaknai ke arah produk bersama (*common goods*) yaitu produk yang dibuat oleh sekumpulan orang untuk berbagi, berbagi ide, berbagi rasa. Perwujudan nilai-nilai seni membutuhkan komunikasi antar pihak sehingga jelas nilai-nilai apa sajakah yang dibagi bersama melalui sebuah kegiatan seni.
3. Realisasi nilai-nilai memiliki tempat di berbagai lingkungan yang berbeda. Ekonom cenderung fokus kepada pasar, pemerintahan dan menganggap bahwa realisasi nilai-nilai sebagian besar ada di ranah tersebut. Faktanya, ada dua bidang lainnya yang dapat merealisasikan nilai, seperti nilai sosial dan budaya. Lingkungan pribadi adalah dimana seseorang menyadari nilai kebaikan dan keburukan, seperti keluarga, kepedulian dan saling bertanggung jawab. Di lingkungan sosial, orang menyadari nilai sosial seperti komunitas, identitas, solidaritas, ketertanggaan, negara, keamanan,

hidup berdampingan, keramahan, pertemanan dan lain-lain. Ini adalah lingkungan informal yang biasa disebut sebagai masyarakat sipil, dimana realisasi nilai sosial dan budaya dari seni menjadi hal yang sangat kritis. Agar manfaatnya bisa dibagi, seni membutuhkan percakapan serta pertukaran informal. Andrew Corbett dan Jeffrey Covin (dkk 2013 : 154) menyatakan bahwa transaksi dalam pasar memang penting, namun perlu disebarluaskan juga manfaat lain dari seni melalui interaksi informal dalam lingkungan sosial.

Kaitannya dengan sumber daya manusia, Andrew Corbett dan Jeffrey Covin (dkk 2013) mencatat karakteristik dan kriteria pengusaha budaya (*cultural entrepreneur*) yang baik (hal 155), sebagai berikut:

1. Peka terhadap peluang,
2. Kreatif dalam menyusun konten artistik dan dalam mengorganisasi percakapan seni serta mengatur keuangan,
3. Konten artistik adalah passion dan komitmen; sedangkan lainnya termasuk aspek ekonomis hanya merupakan cabang sampingan,
4. Memiliki kemampuan persuasif, dalam artian memiliki kemampuan untuk meyakinkan seniman-seniman yang berkualitas untuk bekerja bersama, membawa ketertarikan terhadap seni, membuat orang lain terlibat (misalnya: sukarelawan) dan memiliki kemampuan untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan, termasuk donasi,
5. Bijaksana, menunjukkan keberanian, harapan, serta keyakinan terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan,

Karakteristik yang disebutkan oleh Andrew Corbett dan Jeffrey Covin (2013), merupakan karakter-karakter yang harus dimiliki oleh

pengelola seni untuk mengoptimalkan kinerja dan mencapai tujuan pameran. Kepekaan pengelola seni untuk mengimplementasikan kewirausahaan budaya dalam kegiatan pameran akan memperluas jaringan, memberikan ruang bagi inovasi dan ide-ide kontemporer, meningkatkan kualitas pameran, serta memudahkan penyelenggara pameran untuk membuat daftar prioritas dalam merencanakan pameran.

B. IMPLIKASI METODE PERENCANAAN DAN PENYELENGGARAAN PAMERAN

Strategi perencanaan dan penyelenggaraan pameran memberikan implikasi bagi pemangku kepentingan seperti pengelola seni, pelaku seni, lembaga seni, serta organisasi seni. Berikut implikasi terhadap masing-masing pihak:

1. Implikasi bagi Pengelola Seni

Bagi pengelola seni, adanya metode perencanaan dan penyelenggaraan memberikan gambaran untuk merencanakan dan menyelenggarakan pameran secara lebih profesional; terorganisir, akuntabel dan terukur. Berbagai hal yang dibahas dalam merencanakan dan menyelenggarakan pameran dapat dikaji sebagai bahan pertimbangan maupun diproses lebih lanjut sebagai panduan untuk melaksanakan pameran. Adanya bahan metode perencanaan dan penyelenggaraan pameran juga memudahkan pengelola seni untuk membuat pengembangan program pameran, menangani karya seni. Membuat daftar pekerjaan, hingga menyusun berbagai dokumen yang diperlukan untuk mempersiapkan penyelenggaraan pameran.

2. Implikasi bagi Pelaku Seni

Bagi pelaku seni, adanya penerapan strategi metode perencanaan dan penyelenggaraan seni akan mempermudah pelaku seni untuk mengetahui hak dan kewajiban terhadap pengelola seni. Penerapan perencanaan dan penyelenggaraan pameran yang tepat juga akan membantu pelaku seni untuk mempromosikan karyanya dengan lebih berkualitas. Dengan perencanaan dan penyelenggaraan pameran yang lebih baik, pelaku seni diharapkan dapat memberikan kualitas karya terbaik pada saat mendapatkan kesempatan pameran oleh galeri maupun museum.

3. Implikasi bagi Lembaga Seni dan Organisasi Seni

Dari segi operasional, penerapan metode perencanaan yang strategis akan membuat penyelenggaraan menjadi lebih tepat guna, dan penggunaan sumber daya diharapkan menjadi lebih efisien. Dengan penerapan metode pameran yang sesuai visi dan misi lembaga atau organisasi seni, lembaga atau organisasi seni akan termotivasi untuk meningkatkan kualitas pameran yang diselenggarakan serta bekerja dengan profesional sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan reputasi dan citra lembaga atau organisasi seni yang menaungi badan penyelenggara pameran.

RANGKUMAN

Pada penyelenggaraan seni, dibutuhkan manajemen kewirausahaan seni dalam penyelenggaraan pameran. Kewirausahaan dalam konteks seni, secara kualitatif berbeda dengan kewirausahaan dalam konteks

bisnis tradisional. Praktik kewirausahaan dalam konteks seni mengacu kepada kemampuan pelaku dan pengelola seni untuk mengembangkan keterampilan dalam mengaplikasikan, mendistribusikan dan/atau menyebarkan karya kreatif (Ruth Bridgstock, 2012).

Pengelola seni harus memerhatikan 5 pola pikir kewirausahaan yang dikaji oleh Thomas N. Duening (2010) dalam melakukan manajemen kewirausahaan seni pun. Pola Pikir tersebut adalah: 1) pola pikir untuk menangkap peluang (*The Opportunity recognizing mind*), 2) pola pikir untuk merancang (*The Designing Mind*), 3) pola pikir pengelola resiko (*The Risk Managing Mind*), 4) pola pikir gigih (*The Resilient Mind*), dan 5) pola pikir untuk bertindak (*The Effectuating Mind*).

Kewirausahaan budaya merupakan jenis kewirausahaan yang sangat sesuai untuk diaplikasikan ke dalam metode perencanaan dan penyelenggaraan seni karena berorientasi bukan hanya pada pasar, melainkan pada nilai-nilai sosial kemanusiaan dan budaya serta mengedepankan kualitas konten artistik dan menjadikan hal-hal lain – termasuk faktor ekonomi, sebagai aspek pendukung. Strategi perencanaan dan penyelenggaraan yang telah terorganisir dengan baik memberikan implikasi terhadap masing-masing pihak, dari; pengelola seni, pelaku seni bahkan lembaga seni dan organisasi seni.

LATIHAN KEGIATAN

Buatlah kelompok, kemudian setiap anggota kelompok menuliskan satu kata sifat positif yang dapat mendukung implementasi kewirausahaan dalam proses perencanaan kegiatan pameran. Masing-masing kelompok menuliskan hasil kumpulan kata sifat tersebut di papan tulis atau sebuah kertas besar.

Dipilih dua wakil dari setiap kelompok, wakil kelompok tersebut diminta untuk melingkari tiga kata sifat positif yang paling penting dalam intrapreneurship dan kewirausahaan budaya dari kelompok lain, kemudian menjelaskan implementasinya pada pengelola seni, seniman serta lembaga seni dalam penyelenggaraan pameran.

BAB III

MEDIA DAN SUMBER BELAJAR

1. MEDIA

Pelatihan dilakukan melalui pendekatan pembelajaran aktif dengan bersumber pada ilmu manajemen proyek dan kewirausahaan budaya. Ilmu manajemen diimplementasikan dalam perencanaan pameran dengan melaksanakan pembelajaran di dalam kelas, dengan melakukan identifikasi, diskusi, simulasi melalui berbagai media.

Materi strategi dan koordinasi penyelenggaraan seni serta kewirausahaan budaya disajikan melalui media audiovisual dan multimedia berupa video, slides powerpoint, serta berbagai media pendukung lainnya.

Untuk itu diharapkan terlibat aktif dalam pelatihan melalui respon yang bersifat deskriptif, interpretatif, kritis, sehingga dapat memahami materi yang disampaikan melalui berbagai media tersebut.

2. SUMBER BELAJAR

Pelatihan difasilitasi untuk melakukan simulasi metode penyelenggaraan pameran melalui alat bantu ajar seperti formulir, email dan

tautan situs internet dengan sumber belajar berupa buku, jurnal, majalah, serta situs internet.

3. REFLEKSI

Sebagai bentuk refleksi dalam pelatihan Metode Penyelenggaraan Pameran, jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana Menjaga Hubungan Baik antara pengelola seni dengan pihak terkait?
2. Strategi apa saja yang akan mendukung terselenggaranya pameran?
3. Sumber daya apa saja yang dibutuhkan dalam pameran?
4. Apa saja jenis dan bentuk kegiatan pameran?
5. Langkah dan aspek apa sajakah yang perlu dipertimbangkan dalam menyelenggarakan pameran?
6. Bagaimana implementasi kewirausahaan dalam penyelenggaraan pameran?
7. Apakah implikasi metode penyelenggaraan pameran yang baik terhadap pengelola seni, lembaga seni dan pelaku seni?

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, S. D. 1992. Project Quality and Project Managers. Dalam *International Journal of Project Management*, hal 138-144. Dallas: Project management Institute.
- Asialink dan NETS Victoria, 2010. *Pameran Keliling: Sebuah Panduan Praktis untuk Galeri dan Museum Seni Indonesia*. Melbourne: Asialink, NETS Victoria Publication, The Ford Foundation dan Yayasan Kelola.
- Bridgstock, Ruth. 2012. Not a Dirty word: Arts entrepreneurship and higher Education. Dalam *Arts and Humanities in Higher Education* 12, hal 122-137.
- Corbett, Andrew and Covin, Jeffrey G dkk. 2013. Corporate Entrepreneurship: State-of-the-Art Research and a Future Research Agenda. Dalam *Journal of Product Innovation Management* 30 (5), hal 812-820. Product Development and Management Association.
- Duening, Thomas N. 2010. 'Five Minds for the Entrepreneurial Future: Cognitive Skills as the Intellectual Foundation for Next Generation Entrepreneurship Curricula. Dalam *Journal of Entrepreneurship*, January/June 19, hal 1-22.
- Hisrich, Robert D. 1990. Entrepreneurship/Intrapreneurship. Dalam *American Psychologist*, 45 (2), hal 209-222.

- Kaiser, Michael M. dan Egan, Brett. E. 2013. *The Cycle: A Practical Approach to Managing Arts Organizations*. Lebanon: Brandeis University Press.
- Shelley, Marjorie. 1987. *The Care and Handling of Art Objects: Practices in the Metropolitan Museum of Art*. New York: The Metropolitan Museum of Art.
- Spear, Linda dan Saniga, Erwin. 1981. Planning Art Museum Exhibitions dalam *Urban Systems* 6, hal 127-131. Pergamon Press Ltd.
- The Office of Public Work. 2007. *Art Management Handbook*, Dublin: Art Management Office.
- University of Wollongong. 2013. *FCA Gallery Proposal Guidelines*. Wollongong: University of Wollongong.

GLOSARIUM

- Buzzer* : khususnya Media Sosial Twitter, umumnya semua Social Media) Individu/kelompok yang memanfaatkan media sosial mereka untuk menyebarkan info promosi atau produk baru milik suatu perusahaan atau instansi
- Financial* : administrasi yang mengelola urusan keluar masuknya uang pada sebuah institusi atau lembaga
- Glazing* : Proses pelapisan pada sebuah karya lukisan untuk menambah kedalaman dari warna lukisan
- Intrapreneurship* : Kewirausahaan yang terjadi didalam organisasi yang merupakan jembatan kesenjangan antara ilmu dengan keinginan pasar
- Marketing* : Proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia
- Signage* : Mengacu pada desain atau penggunaan tanda dan symbol untuk mengkomunikasikan pesan kepada kelompok tertentu, biasanya untuk tujuan pemasaran atau advokasi
- Trust* : Rasa percaya yang utuh dan bersifat permanen
- Validitas* : Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen
- Visibilitas* : Keadaan dapat dilihat dan diamati

- Visionaris* : Suatu pandangan visi misi yang jelas dalam organisasi. Pemimpin visionaris sangatlah cerdas dalam mengamati suatu kejadian dan bertindak dengan kebijakan dalam upaya mewujudkan visi dan misinya.
- Volunteer* : Seorang relawan yang menyediakan waktunya untuk bekerja penuh tanggung jawab untuk mencapai tujuan suatu organisasi tanpa dibayar dengan uang.
- Voucher* : Suatu formulir khusus yang disediakan perusahaan untuk mencatat data yang relevan mengenai hutang dan cara-cara pembayarannya.

Lampiran:

nama dan alamat Peminjam:

..... Dokumen milik Asialink dan NETS Victoria (2010:22-25)

Tel:

Email:

nama dan alamat Pemberi Pinjaman:

.....

Tel.

Email:

judul Pameran:

.....

nama dan alamat venue Pameran:

.....

Periode peminjaman:

Tanggal pameran:

rencana perjalanan, jika pameran berpindah-pindah

(termasuk tanggal pameran di setiap venue tuan rumah):

.....
.....
.....
.....
.....
.....

nama seniman atau pembuat karya/obyek

(selanjutnya disebut 'Karya') (jika berlaku):

.....

judul atau deskripsi Karya:

.....

Tanggal (atau tanggal perkiraan) pembuatan Karya:

.....

media dan penyangga Karya:

.....

dimensi karya (dalam sentimeter):

.....

Apakah Anda Pemberi Pinjaman setuju atas reproduksi Karya (baik dalam hitam putih atau berwarna, dan baik secara keseluruhan atau sebagai rincian) untuk ulasan dari atau komentar atas Pameran, baik dalam media cetak, elektronik maupun digital?

YA TIDAK

Apakah Anda Pemberi Pinjaman setuju atas reproduksi Karya (baik dalam hitam putih atau berwarna, dan baik secara keseluruhan atau sebagai rincian) pada poster, selebaran, spanduk atau undangan yang berisi rincian dari atau sebaliknya mempromosikan Pameran?

YA TIDAK

Apakah Anda Pemberi Pinjaman setuju atas reproduksi Karya (baik dalam hitam putih atau berwarna, dan baik secara keseluruhan atau sebagai rincian) pada situs internet dari Peminjam dan/atau situs dari museum, galeri atau ruang seni lainnya yang berpartisipasi dalam Pameran?

YA TIDAK

Apakah Anda Pemberi Pinjaman setuju atas reproduksi Karya (baik dalam hitam putih atau berwarna, dan baik secara keseluruhan atau sebagai rincian) dalam katalog atau catatan Pameran yang dipublikasikan lainnya, dalam education kit yang isinya mendukung Pameran, dan/atau untuk merchandise dari Pameran?

YA TIDAK

izin untuk mereproduksi gambar berwarna dari Karya dibuat untuk keperluan pendidikan?

YA TIDAK

Apakah Anda Pemberi Pinjaman bersedia memberi lembar transparansi berwarna dari Karya, dengan mutu yang sesuai untuk publikasi?

YA TIDAK

Jika dianggap perlu oleh Peminjam, bolehkah Peminjam memasang atau membingkai/membingkai kembali Karya (pemasangan atau pembungkaihan/pembungkaihan kembali tersebut akan dilaksanakan hanya oleh staf yang memenuhi syarat)?

YA TIDAK

Jika dianggap perlu oleh Peminjam, bolehkah Peminjam membersihkan Karya (pembersihan tersebut hanya akan dilaksanakan oleh seorang konservator yang berkualifikasi)?

YA TIDAK

alamat untuk pengambilan dan pengembalian Karya:

.....

.....

.....

Tel:

Email:

..... cm

lebar: cm

ketebalan: cm

Patung atau obyek tiga dimensi lainnya

Tanpa alas:

tinggi: cm

lebar: cm

ketebalan: cm

Tekstil, kostum, dll.

tinggi: cm

lebar: cm

ketebalan: cm

Penandaan kepemilikan, untuk label pameran dan untuk semua bahan yang dipublikasikan, baik cetak, elektronik maupun digital, yang dikaitkan dengan pameran:

.....

nama dan alamat pemegang hak cipta dalam karya (jika diketahui):

.....

.....

Tel.

lukisan, karya di atas kertas, atau foto

Tanpa pigura dan bingkai kertas:

tinggi: cm

lebar: cm

Termasuk pigura dan bingkai kertas:

nama dan alamat Pemberi Pinjaman:

.....
.....

Tel.

Email:

judul Pameran:

.....

nama dan alamat venue Pameran:

.....
.....

Periode peminjaman:

Tanggal pameran:

rencana perjalanan, jika pameran berpindah-pindah

(termasuk tanggal pameran di setiap venue tuan rumah):

.....
.....
.....
.....
.....

nama seniman atau pembuat karya/obyek
(selanjutnya disebut 'Karya') (jika berlaku):

.....

judul atau deskripsi Karya:

.....

Tanggal (atau tanggal perkiraan) pembuatan Karya:

.....

media dan penyangga Karya:

.....

dimensi karya (dalam sentimeter):

.....

Dokumen milik
Asialink dan NETS

Victoria (2010) hal 22-25

tinggi:

nilai dari Karya untuk kepentingan asuransi atau ganti rugi (angka yang diberikan tidak boleh melebihi nilai pasar saat ini):

rp / \$

apakah anda Pemberi Pinjaman memilih untuk mengurus asuransi anda sendiri?

YA TIDAK

(jika Ya, Peminjam harus diberi sertifikat asuransi yang menyebutkan Peminjam sebagai pihak yang diasuransikan tambahan atau mengganti kerugian kepada Peminjam atas klaim apapun yang diajukan berkaitan dengan Karya selama Periode Peminjaman tersebut di atas)

Peminjam akan:

- Memastikan bahwa pengemasan, pemasangan, pemasangan kembali dan pengangkutan dilakukan oleh petugas yang memenuhi syarat
- Mengatur dan membayar biaya pengemasan, pemasangan dan pengangkutan Karya dari Pemberi Pinjaman ke semua venue
- Mengakui bahwa Karya yang dipinjam akan tetap menjadi milik Pemberi Pinjaman
- Menangani Karya dengan perhatian khusus sepanjang waktu untuk mencegah kerusakan dan penurunan mutu pada Karya yang bukan merupakan karakteristik Karya
- Memastikan perlindungan yang aman atas Karya sepanjang waktu termasuk tetapi tidak terbatas pada perlindungan dari bahaya kebakaran, banjir, pencurian, kotoran, makanan, minuman, rokok atau penanganan Karya oleh petugas yang tidak berwenang atau berpengalaman termasuk anggota masyarakat
- Menyimpan dan memasang Karya hanya di tempat yang dilengkapi dengan sistem pendeteksi kebakaran, perlindungan dan pemantauan keamanan yang memadai
- Mengurus perlindungan asuransi yang memadai atas kehilangan, kerusakan, pencurian, dan perusakan Karya untuk periode peminjaman
- Memastikan bahwa asuransi tersebut untuk jumlah yang tidak kurang dari nilai yang disepakati sebagaimana tercantum dalam Jadwal
- Membayar Pemberi Pinjaman nilai yang disepakati dari Karya jika Karya hilang, dicuri atau rusak yang tak dapat diperbaiki
- Membayar Pemberi Pinjaman sejumlah biaya yang pantas untuk perbaikan Karya jika masih dapat diperbaiki
- Mengembalikan Karya kepada Pemberi Pinjaman di akhir perjalanan ke alamat yang disebutkan dalam Perjanjian.

Dokumen milik Asialink dan NETS

Victoria (2010) hal 22-25

Tertanda:
(nama Pemberi Pinjaman)

Tanggal:

Tertanda:
(wakil dari lembaga peminjam)

Tanggal:

Mohon kiranya menyimpan satu lembar dari formulir ini untuk catatan Anda dan kembalikan yang lainnya ke alamat tersebut di atas.

Contoh* Pedoman Proposal Pameran yang diterbitkan Galeri atau Museum untuk Calon Peserta Pameran

*Catatan: Pedoman ini diadaptasi dari Pedoman Proposal pameran galeri FCA, Universitas Wollongong, Australia dan diterjemahkan oleh Annisa Anggraini dan direvisi oleh Aprina Murwanti

Galeri atau Museum [sebut nama] adalah sebuah ruang didedikasikan untuk [sebut tujuan] galeri untuk praktek inovatif bergerak dengan [sebut fokus]. Program [sebut nama galeri/museum] diambil, di dalam bagian, dari berbagai proposal seniman dan selalu menerima ide-ide menarik. Proposal untuk salah satu proyek baru atau untuk pameran dimulai di bulan [sebut masa periode aktif], dengan [sebut periode pameran] periode pameran untuk setiap seniman.

Program pameran galeri [sebut nama galeri/museum] bertujuan untuk mendorong [sebut fokus kegiatan galeri/museum] melalui sebuah [sebut metode program] fokus kuratorial yang [sebut fokus kuratorial]. Secara spesifik, galeri atau museum bertujuan [sebutkan target peserta pameran] mendukung residensi untuk [sebutkan target seniman residensi] dialog [sebutkan bentuk dialog] yang relevan.

Berikut ini yang dibutuhkan galeri atau museum di dalam proposal :

1. Halaman Sampul Proposal

- Nama pelamar dan rincian kontak (telepon, kode pos dan alamat email)
- Hasil penelitian penciptaan (contoh pameran, pertunjukan, publikasi essai)
- Judul pameran
- Ringkasan singkat tentang pameran (1 atau 2 kalimat)
- Tanggal pameran yang dikehendaki
- Nama kurator (Dalam kasus tidak ada kurator, direktur galeri akan mengambil alih peran kurator)
- Nama partisipan (seniman, desainer, kriyawan, dll)

2. Proposal Pameran [sebut jumlah halaman]

Sebaiknya mencakup sebuah penjelasan singkat tentang ide yang melatarbelakangi proposal, memasukan sebuah pendekatan diskusi tema, seniman/ kurator, atau latar belakang teoritis kerja, keterlibatan penelitian dan

hasil, alasan untuk ingin pameran di galeri FCA. Rencana-rencana untuk beberapa penulisan atau kerja sama publikasi dengan pameran sebaiknya disebutkan. Jelaskan:

- Sinopsis konsep kuratorial atau rasional untuk tujuan pameran
- Ringkasan keterlibatan dengan penelitian dan memungkinkan hasil penelitian (jika ada)
- Alasan untuk ingin pameran di galeri atau museum [sebut nama galeri atau museum]

3. Material Pendukung Proposal

Silahkan berikan satu tanda dari semua material pendukung proposal dengan nama, judul, tanggal, dimensikan memastikan semua material diberi label. Dokumentasi-dokumentasi karya terbaru (3 tahun terakhir) untuk mendukung proposal anda dapat dikirimkan dalam bentuk: CD-ROM atau DVD, VHS, situs URL. Jika pameran telah dikuratori, dokumentasi-dokumentasi dari pameran ini sebaiknya disesuaikan dengan kuratorial.

Material pendukung sebaiknya mencakup:

- Riwayat hidup partisipan yang akan berpameran (yaitu kurator yang berpartisipasi, seniman, desainer atau kriyawan)
- Konfirmasi bahwa nama-nama partisipan yang tercantum dalam proposal telah setuju untuk ikut berpartisipasi dalam pameran
- 8 gambar atau foto karya terbaru untuk sebuah pameran tunggal, maksimum 20 gambar untuk pameran bersama. (bisa dicantumkan preferensi bentuk material pendukung, fisik atau digital, beserta jenis file yang diminta)
- Material audiovisual diharuskan untuk diberikan dalam bentuk DVD dengan durasi maksimum 10 menit
- Contoh teks publikasi yang ditulis oleh penulis (jika ada)

4. Persyaratan instalasi khusus

Mohon cantumkan peralatan yang anda butuhkan dari berbagai fasilitas dan bahan yang kami miliki. Silakan tandai dan cantumkan spesifikasi.

[CONTOH]

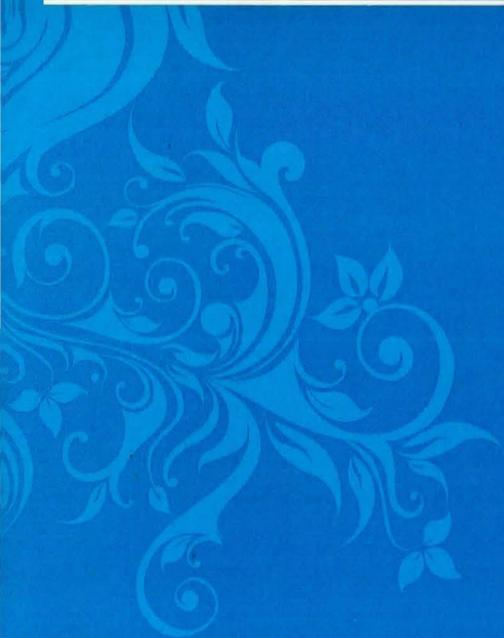
Peralatan Galeri :(periksa kotak jika tersedia)

- Alas tiang spesifikasi jumlah dan ukuran:
- Lampu cahaya (spot) spesifikasi jumlah:
- Dinding bergerak spesifikasi jumlah:
- Format cetak besar spesifikasi jumlah dan ukuran:
- Pemasangan peralatan
lain pengadaan detail

Peralatan audio visual: jika peralatan audio visual dibutuhkan untuk pameran anda, silahkan cantumkan di bawah ini, untuk kemudian meminta sebuah rapat dukungan teknis. Kebutuhan peralatan akan didiskusikan. Pengajuan permohonan peralatan audiovisual yang dilakukan dengan tenggat waktu yang terlalu dekat dengan penyelenggaraan pameran tidak akan diberikan.

- Clarity SN-4045-WX Bobcat LCD Screen
- Stereo Playback
- Komputer (harap disarankan detail spesifik/ permintaan)
- Proyektor data InFocus
(maks 3 tersedia) spesifikasi jumlah
- 24 inch layar Dell LCD
(maks 4 tersedia) spesifikasi jumlah
- DVD players
(maks 3 tersedia) spesifikasi jumlah
- Peralatan lain
(harap spesifik)

Keputusan dapat dibuat lebih jika panitia mendapatkan informasi yang lebih lengkap (misal peralatan, jadwal kegiatan, dan lain-lain). Harap diingat hanya ada jumlah tertentu pameran yang memungkinkan untuk dilaksanakan dalam tahun tertentu . Semua keputusan dibuat oleh komite program galeri atau museum [sebut nama galeri atau museum].



MODUL : METODE PERENCANAAN PENYELENGGARAAN PAMERAN SENI

Perpustakaan
Jenderal Ke

791...
AP:
p



PUSAT PENGEMBANGAN SDM KEBUDAYAAN
KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

2015