

STRATEGI PERENCANAAN PROMOSI EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN DI NUART SCULPTURE PARK

Andini Putri Pramuditha¹, Linda Setiawati², Lutfi Khoerunnisa³

Universitas Pendidikan Indonesia^{1,2,3}

andiniputri@upi.edu¹, lindasetiawati@upi.edu², lutfi.kh@upi.edu³

Abstrak

NuArt Sculpture Park menjadi salah satu galeri seni yang memiliki potensi untuk berkembang dengan pesat melalui strategi promosi yang tepat. NuArt Sculpture Park merupakan salah satu galeri seni atau taman patung seluas 3 hektar yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat dan dikelola secara pribadi oleh I Nyoman Nuarta, seorang pematung yang lahir di Bali pada tanggal 14 November 1951. Galeri ini memamerkan berbagai karya seni patung hasil karya dari seniman Nyoman Nuarta. Dengan berbagai jenis karya yang dipamerkan Nuart Sculpture Park mampu berkembang secara pesat dengan melakukan promosi yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui promosi yang dilakukan oleh NuArt Sculpture Park serta promosi yang efektif untuk kedepannya. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deksriptif dengan pencarian data berfokus pada observasi serta kajian literatur penelitian ini memberikan gambaran mengenai strategi promosi. Hasil penelitian membuktikan bahwa NuArt Sculpture Park cenderung melakukan promosi di media sosial hanya menggunakan akun Instagram, meskipun galeri ini memiliki akun media sosial lainnya di twitter dan youtube. Dalam hal promosi dapat disimpulkan bahwa NuArt Sculpture Park masih belum mengelola pasar *online* dengan baik dan belum mengelola akun yang dimilikinya secara bersamaan serta konsisten. Untuk mengatasi hal tersebut, NuArt Sculpture Park perlu memahami dan mengelola akun media sosial dan mengemas informasi promosi menjadi konten yang unik dan kreatif.

Kata Kunci: Promosi, Galeri, Nuart Sculpture Park

Effective Promotional Planning Strategies to Increase Visits at Nuart Sculpture Park

Abstract

NuArt Sculpture Park is one of the art galleries that has the potential to grow rapidly through the right promotion strategy. NuArt Sculpture Park is a 3 hectare art gallery or sculpture park located in Bandung, West Java and managed privately by I Nyoman Nuarta, a sculptor who was born in Bali on November 14, 1951. This gallery exhibits various sculptural works of art by artist Nyoman Nuarta. With various types of works on display, Nuart Sculpture Park is able to develop rapidly by carrying out effective promotions to attract public attention. The purpose of this study is to find out the promotions carried out by NuArt Sculpture Park and effective promotions for the future. By using a descriptive qualitative research method with a search for data focusing on observation and review of the literature this research provides an overview of the promotion strategy. The results of the study prove that NuArt Sculpture Park tends to promote on social media using only an Instagram account, even though this gallery has other social media accounts on Twitter and YouTube. In terms of promotion, it can be concluded that NuArt Sculpture Park still does not manage the online market properly and does not manage its accounts simultaneously and consistently. To overcome this, NuArt Sculpture Park needs to understand and manage social media accounts and package promotional information into unique and creative content.

Keywords: Promotional, Gallery, NuArt Sculpture Park

PENDAHULUAN

Galeri seni menjadi salah satu tempat yang banyak diminati pada saat ini. Banyak masyarakat dari berbagai kalangan khususnya remaja dan dewasa yang sering mengunjungi galeri seni untuk mengikuti tren masa kini. Galeri yang artinya ruang beratap berasal dari kata “galleria” (Vania Santoso, 2014). Galeri seni merupakan tempat atau ruangan yang memamerkan dan memperjualbelikan karya seni. Karya seni yang dipamerkan dalam galeri tersebut dapat berupa lukisan, patung, kerajinan yang memiliki arti tersendiri dalam penciptaannya. Tujuan utama dari sebuah galeri tentunya untuk memamerkan karya seni dan menarik pengunjung untuk memahami karya seni tersebut baik secara visual maupun artinya. Di Indonesia sendiri terdapat banyak galeri seni yang menjadi list destinasi yang harus dikunjungi oleh anak muda.

Galeri seni sendiri memiliki beberapa jenis yang dapat dibedakan, berikut beberapa jenis galeri menurut Sari (2011) dalam (Ngabito, 2020):

1. Tempat penyelenggaraan
 - a. Diselenggarakan di sebuah lorong panjang atau sebuah selasar.
 - b. Diselenggarakan dalam sebuah ruangan atau Gedung yang ditata secara *modern* dengan berbagai cahaya pendukung.
2. Kepemilikan
 - a. Galeri yang dimiliki oleh pribadi atau kelompok.
 - b. Galeri milik umum atau pemerintah.
 - c. Galeri kombinasi dari keduanya.
3. Isi galeri
 - a. Isi galeri berupa karya seni primitif yang menampilkan karya-karya zaman purba.
 - b. Isi galeri berupa karya seni berbentuk klasik.

- c. Isi galeri berbagai karya seni modern.
4. Jenis pameran
 - a. Pameran tetap yang diadakan oleh pihak galeri secara terus-menerus.
 - b. Pameran yang diadakan hingga batas waktu yang sudah ditentukan.
 - c. Pameran yang diadakan dari satu tempat ke tempat lainnya.
 5. Macam koleksi
 - a. Galeri yang memamerkan karya seni hasil pribadi seniman itu sendiri dan hasil karya tersebut tidak diperjualbelikan.
 - b. Galeri umum yang memamerkan karya seni hasil dari berbagai seniman dan karya tersebut dapat diperjualbelikan.
 - c. Galeri seni kombinasi dari keduanya.

Dari beberapa perbedaan galeri seni tersebut semuanya memiliki tujuan utama yang sama yakni untuk memamerkan karya seni hasil dari seorang seniman agar pengunjung dapat menikmati dan menghormati karya tersebut baik secara visual maupun arti karya nya. Selain untuk menikmati karya seni, pengunjung pastinya akan mendapatkan pengetahuan serta edukasi mengenai informasi-informasi tentang seni yang disampaikan di galeri tersebut. Galeri seni merupakan salah satu lembaga informasi karena menyebarkan konten yang memuat informasi untuk suatu kelompok atau masyarakat tertentu. Lembaga informasi merupakan lembaga yang memiliki dan/ berbagi misi untuk melakukan preservasi, konservasi, dan menyebarkan informasi serta konten informatifnya (Fajriyah, 2021). Lembaga informasi mencakup lembaga pemerintah dan non pemerintah yang mengelola dan menyebarkan informasi sesuai dengan isu atau topik yang telah ditentukan. Lembaga informasi non pemerintah sendiri merupakan organisasi yang beroperasi di

luar pemerintah dan memiliki fokus utama tersendiri. Lembaga informasi non pemerintah ini biasanya berfokus untuk mengumpulkan, mengelola dan menyebarkan informasi kepada masyarakat atau kelompok tertentu dengan isu atau topik tertentu. Contoh lembaga informasi non pemerintah seperti perpustakaan swasta, pusat riset independen, galeri seni yang dikelola secara pribadi dan lainnya. Lembaga informasi tersebut dapat memiliki peran penting untuk mendukung masyarakat dalam mengakses pengetahuan dan informasi.

Salah satu contoh lembaga informasi non pemerintah tadi disebutkan yakni galeri seni yang dikelola secara pribadi. Terdapat salah satu galeri seni yang dikelola secara pribadi yakni Nuart Sculpture Park milik Nyoman Nuarta yang berada di Bandung. Galeri tersebut memamerkan karya-karya hasil dari sang seniman yakni Nyoman Nuarta. Karya seni yang terdapat di Nuart Sculpture Park ini berupa patung-patung yang memiliki nilai seni yang begitu bernilai dan setiap karya seni dari sang seniman pun memiliki arti-arti tersendiri. Nuart Sculpture Park sebagai salah satu lembaga informasi yang memiliki tujuan utama yakni untuk memamerkan karya seni serta mengedukasi masyarakat tentunya memiliki perencanaan-perencanaan atau strategi yang dijalankan untuk memikat daya tarik masyarakat agar dapat berkunjung.

Manajemen dari galeri seni tersebut menjadi salah satu pengaruh yang dapat menentukan perkembangan serta berjalannya galeri tersebut. Menurut George R Terry dalam bukunya yang berjudul "*Principle of Management*" dalam (Luthfiyah, 2016) mengemukakan bahwa manajemen adalah proses yang membedakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pelaksanaan, dan pengawasan dengan memanfaatkan ilmu maupun seni agar dapat mencapai tujuan utama yang telah ditetapkan. Dengan adanya manajemen dalam galeri tersebut juga dapat terbentuk perencanaan atau strategi yang akan

ditentukan untuk pemasaran. Lalu bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Nuart Sculpture Park? Apakah promosi yang dilakukan tersebut efektif dan berhasil? Maka dari itu penelitian ini hadir untuk menjabarkan Nuart Sculpture Park milik Nyoman Nuarta dan bagaimana strategi promosi yang diterapkannya.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan hasil data yang dikumpulkan melalui observasi untuk mendalami pandangan mengenai objek penelitian. Teknik penelitian ini merupakan proses penggambaran dan penjabaran dari data-data yang telah terkumpul dengan melihat dari berbagai sudut pandang serta pola-pola lainnya (Akhmad, 2015). Metode ini digunakan melalui pendekatan deskriptif untuk menggambarkan dan menjabarkan penjelasan data dari penelitian. Teknik dalam pengumpulan data difokuskan dalam observasi serta wawancara. Menurut Moleong dalam (Akhmad, 2015) mengartikan wawancara merupakan komunikasi yang dilakukan untuk maksud tertentu. Wawancara dilakukan melibatkan kedua belah pihak yaitu pewawancara dengan narasumber. Dalam penelitian ini, peneliti berkomunikasi dan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung dengan kurator yang bekerja di NuArt Sculpture Park.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nuart Sculpture Park

NuArt Sculpture Park merupakan salah satu galeri seni atau taman patung seluas 3 hektar yang berlokasi di Jalan Setra Duta Raya No.L6, Ciwaruga, Kecamatan Parongpong, Bandung, Jawa Barat. NuArt Sculpture Park sendiri buka dari pukul 08.30–17.00 mulai hari selasa hingga minggu. Galeri seni ini didanai dan dikelola secara pribadi oleh I Nyoman Nuarta,

seorang pematung yang lahir di Bali pada tanggal 14 November 1951 sebagai putra keenam dari sembilan bersaudara oleh pasangan Wirjamidjana dan Samudra. Nyoman Nuarta menempuh pendidikan di perguruan tinggi Institut Teknologi Bandung (ITB) dan mendapatkan gelar sarjana seni rupanya, hingga sampai saat ini beliau masih tinggal menetap di Bandung. Nyoman Nuarta merupakan salah satu pemrakarsa dari Gerakan Seni Rupa Baru di tahun 1976, ia juga terkenal lewat beberapa mahakaryanya seperti Patung Garuda Wisnu Kencana yang terletak di Bali, Monumen Jalesveva Jayamahe di Surabaya, dan juga Monumen Proklamasi Indonesia di Jakarta.

NuArt Sculpture Park didirikan pada tanggal 11 November tahun 2000. Awal mula NuArt Sculpture Park didirikan hanya untuk menyimpan karya-karya ciptaan Nyoman Nuarta dan berlanjut menjadi galeri seni yang dapat dikunjungi oleh umum. NuArt Sculpture Park memiliki visi dan misi dalam menjalankan galerinya yakni:

- Visi

1. Membangun kawasan seni yang mencerminkan suatu kontribusi seni terhadap kebutuhan sosial, pembangunan lingkungan fisik, kepariwisataan, dan pertumbuhan ekonomi.
2. Mengenalkan karya seni, khususnya karya seni patung pada khalayak umum.
3. Memberikan sebuah pengalaman berkunjung yang nyata kepada para pengunjung, bahwa karya seni dapat dinikmati oleh siapa saja, bukan hanya oleh kalangan penikmat seni.

- Misi

1. NuArt Sculpture Park diharapkan mampu menjadi wahana pengembangan diri bagi para seniman.
2. Galeri seni ini juga dicita-citakan agar kelak mampu menjembatani kesenjangan antara seniman

Indonesia dengan dunia internasional.

Pada tahun 2019, NuArt Sculpture Park merubah visi dan misi menjadi:

1. *Core Business - Tourism*
2. *Goals - Quality of Life & New Skills*
3. *Value - Art Therapy*
4. *Mission - Inclusive art experience* (Kristiutami et al., 2019)

Sebagai sebuah destinasi wisata dan edukasi, tentunya NuArt Sculpture Park memiliki berbagai fasilitas yang disajikan untuk pengunjung. Berikut fasilitas yang disediakan oleh NuArt Sculpture Park:

1. Galeri dan Museum

Ruangan yang memamerkan berbagai karya seni patung karya Nyoman Nuarta yang terbuat dari berbagai material serta memiliki filosofi yang berbeda-beda. Museum dan Galeri ini memiliki 2 lantai dan karya-karya yang dipajang itu dihasilkan dimulai dari tahun 1975 hingga 2019.

2. Kursus Kerajinan

Kursus yang disediakan oleh NuArt Sculpture Park untuk pengunjung yang berminat untuk membuat kerajinan.

3. Workshop Tour

Penjelasan yang diberikan oleh pihak NuArt Sculpture Park mengenai bagaimana cara Nyoman Nuarta membuat karya-karyanya.

4. Amphitheater

Ruangan khusus untuk pertunjukan bakat dibidang seni musik, tari, dan lainnya . Pertunjukan tersebut bebas diikuti oleh siapa pun yang memiliki bakat. Berbagai seniman telah tampil di panggung ini, antara lain Ayu Laksmi, Happy Salma, Trie Utami, Eko Supriyanto, dan masih banyak lagi.

5. NuArt Cinema

Menyajikan beberapa film pendek yang mengisahkan

pembuatan karya-karya Nyoman Nuarta, salah satunya film pendek yang mengisahkan pembuatan patung GWK. Ruang ini memiliki kapasitas 98 kursi yang cocok untuk pemutaran film, pertunjukan kecil, presentasi, konferensi pers, dilengkapi dengan peralatan suara dan audio visual berkualitas tinggi.

6. Pameran Temporer

Pameran ini bias diikuti oleh para seniman yang ingin karyanya ditampilkan kepada khalayak umum.

7. Taman Patung

Taman patung ini didesain secara naturala untuk menyatu dengan alam. Karya seni patung yang diletakkan di area taman ini dibuat menyatu dengan alam. Taman yang luas dan rimbun ini menjadi rumah bagi ribuan tumbuhan dan berbagai jenis hewan. Area taman ini juga sering dijadikan tempat bermain anak, pertunjukan musik, festival yoga, piknik, dan aktivitas lainnya (Christina, 2017).

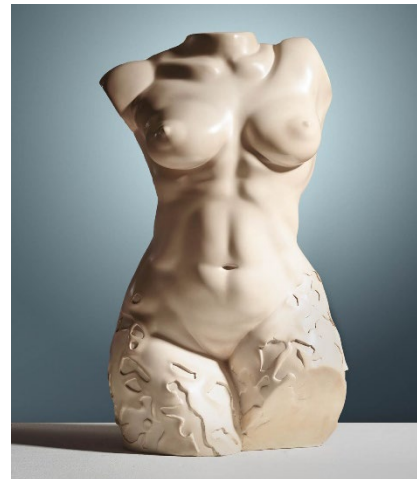
Karya-karya di NuArt Sculpture Park

Karya yang terdapat di NuArt Sculpture Park berupa patung yang terbuat dari material tembaga serta kuningan. Terdapat puluhan patung yang dipamerkan di NuArt Sculpture Park, hasil karya dari sang seniman yakni Nyoman Nuarta. Uniknyanya dalam pembuatan karya-karyanya, Nyoman Nuarta yang memberikan ide serta detail karya seninya lalu pegawai atau orang kepercayaan beliau lah yang memproses karya tersebut. Nyoman Nuarta sendiri yang memberikan ide serta detailnya dan melakukan *finishing* sebelum karya nya benar-benar rampung dan siap dipajang. Berikut beberapa karya Nyoman Nuarta yang dipamerkan di NuArt Sculpture Park:

1. Torso (1975)

Karya yang berjudul Torso ini merupakan karya pertama yang dihasilkan oleh Nyoman Nuarta pada

tahun 1975. Karya Torso ini dibuat saat Nyoman Nuarta masih menempuh jenjang pendidikan di Institut Teknologi Bandung. Karya ini terbuat dari material polyester resin dengan ukuran 36 cm x 25 cm x 67 cm. Karya ini menjadi jalan awal dan jalan pembuka bagi Nyoman Nuarta untuk menggeluti dunia kesenian. Ketika seorang seniman patung berhasil membuat patung tubuh manusia maka seniman tersebut bisa dikatakan seniman patung, maka tidak heran Nyoman Nuarta menjadi seniman patung yang menghasilkan karya-karya patung yang luar biasa.



2. Miniatur Garuda Wisnu Kencana (2006)

Miniatur Garuda Wisnu Kencana (GWK) ini terbuat dari bahan Polyester Resin. Patung Garuda Wisnu Kencana adalah patung tertinggi ke-3 di dunia dan terbesar nomor satu di dunia karena ketinggiannya yang mencapai 121 meter dengan lebar 64 meter. Patung Garuda Wisnu Kencana memiliki berat 3000 ton. Pengerjaan patung ini membutuhkan waktu 28 tahun, yang melibatkan 1000 karyawan. Pembangunan dimulai dari tahun 1993 ketika Soeharto masih

menjabat sebagai Presiden, hingga akhirnya selesai dan diresmikan pada tanggal 22 September 2018 oleh Presiden Republik Indonesia saat ini yaitu Joko Widodo. Karya ini menjadi karya hasil Nyoman Nuarta yang paling besar dan megah. Patung Garuda Wisnu Kencana sendiri berdiri di bukit Ungasan, Bali dan yang di NuArt Sculpture Park sendiri adalah miniaturnya.



Gambar 2. Miniatur GWK (2006)

3. Miniatur Jalesveva Jayamahe
Miniatur selanjutnya yang dipamerkan di NuArt Sculpture Park adalah miniatur Jalesveva Jayamahe yang terbuat dari material polyester resin. Miniatur karya hasil Nyoman Nuarta ini menjadi karya yang monumental dengan ukuran 90 x 105 x 256 cm. Patung monumental Jalesveva Jayamahe ini sekarang berada di Surabaya dan menjadi landmark penting di kota tersebut. Tingginya mencapai 30,6 meter dan diprakarsai oleh Laksamana TNI Muhammad Arifin. Pembangunannya dimulai pada tahun 1990 dan peresmian sendiri dilakukan pada 5 Desember tahun 1996.



Gambar 3. Miniatur Jalesveva Jayamahe

4. Nightmare (2000)
Nightmare ini merupakan karya dari Nyoman Nuarta yang mengambil dari tragedi kerusuhan 14 Mei 1998 menyisakan pilu dan duka mendalam untuk Indonesia. Banyak korban berjatuhan, khususnya kaum wanita yang banyak mengalami kekerasan secara fisik maupun verbal. Nyoman Nuarta merasa kecewa dan marah, hingga akhirnya beliau mengekspresikan kemarahannya melalui karya Nightmare. Nightmare menggambarkan sosok wanita yang telah terkoyak, tetapi gestur yang dimunculkan tidak dalam posisi menyerah. Ia terlihat seperti menantang. Melalui gestur tubuh wanita inilah Nyoman Nuarta menyuarakan kemarahannya terhadap para pelaku kekerasan dalam tragedi tersebut. Nightmare yang terbuat dari media besi ini memiliki panjang 445 cm, lebar 255 cm, dan tinggi 175 cm.



Gambar 4. Nightmare (2000)



Gambar 5. Devi Zalim (2015)

5. Devi Zalim (2015)

Karya yang tidak kalah memukau dari Nyoman Nuarta adalah Devi Zalim pada tahun 2015. Karya yang memiliki panjang 240 cm, lebar 150 cm, dan tinggi 230 cm ini dibuat oleh Nyoman Nuarta sebagai bentuk kritik terhadap ketidakadilan hukum di Indonesia. Peristiwa tersebut terjadi ketika beliau berhadapan dengan kasus pembangunan patung Garuda Wisnu Kencana. Karya ini digambarkan begitu seram oleh sang seniman dengan emosi yang dapat sampai kepada yang melihat karyanya. Patung ini digambarkan dengan seseorang yang tengah kesakitan karena diinjak oleh sosok seram yang membawa tongkat mengerikan.

Karya-karya diatas tadi masih sebagian kecil dari karya yang dipamerkan di NuArt Sculpture Park milik Nyoman Nuarta. Masih terdapat banyak karya lainnya yang dipamerkan di galeri seni tersebut. Berbagai macam patung hasil dari sang seniman yakni Nyoman Nuarta. Tidak hanya dapat disaksikan secara fisik, pengunjung juga dapat melihat karya sang maestro di *website virtual tour* yang disediakan oleh NuArt Sculpture Park.

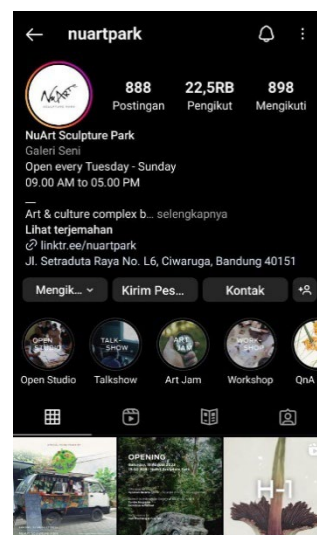
Strategi Promosi Efektif NuArt Sculpture Park

Promosi dan melakukan peninjauan pasar merupakan suatu hal yang perlu dilakukan oleh sebuah lembaga yang menawarkan keuntungan untuk kedua belah pihak. Promosi atau kegiatan pemasaran produk harus merupakan sebuah proses penyaluran informasi produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Dalam kegiatan pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya yakni promosi. Tujuan sebuah lembaga atau produsen melakukan promosi yakni agar produk atau jasa yang ditawarkan meluas dan dapat diketahui oleh banyak orang (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Dalam melakukan promosi NuArt Sculpture Park sendiri sudah memiliki banyak akun di media sosial yang mempromosikan dan membagikan konten-konten seputar kegiatan yang dilakukan di NuArt Sculpture Park. Dari berbagai media social yang telah dibuat oleh NuArt Sculpture Park sendiri menunjukkan bahwa promosi terus menerus dilakukan secara berkelanjutan. Berikut beberapa akun social media NuArt Sculpture Park:

1. Instagram

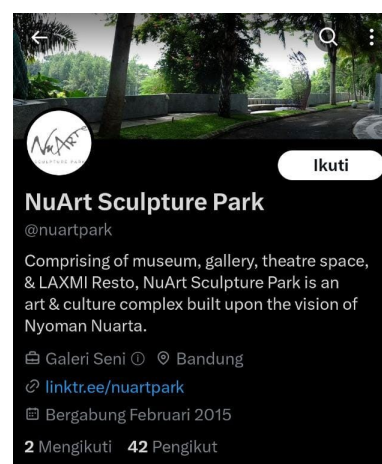
Di Instagram sendiri NuArt Sculpture Park memiliki akun yang bernama @nuartpark dan memiliki 22.000 lebih pengikut. Dalam akun Instagram milik galeri ini menyajikan konten-konten yang menarik dan informatif. Konten yang disajikan berupa kegiatan keseharian di NuArt Sculpture Park sendiri, *reels* mengenai *event* yang sedang diadakan dan akan diadakan, NuArt Archive yang memiliki 25 postingan berisi penjelasan karya-karya Nyoman Nuarta, NuArt People berisi 5 postingan yang menyajikan pengalaman staf serta pengunjung terhadap karya yang dipamerkan, dan NuArt Talks yang berisi 20 postingan menyajikan perjalanan Nyoman Nuarta menjelajahi seni. Selain *feeds* yang beragam, dalam akun @nuartpark ini juga menyajikan beragam *highlight* yang memuat informasi sesuai dengan judul *highlight* tersebut. Selain informasi yang disajikan langsung dalam akun Instagram tersebut, di bio akun tersebut dicantumkan website resmi yang memuat informasi mengenai NuArt Sculpture Park yakni <https://nuartsculpturepark.com/>.



Gambar 6. Akun Instagram NuArt Sculpture Park

2. Twitter

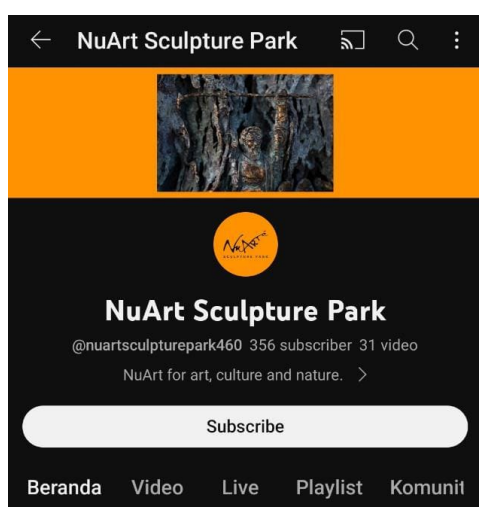
Sama dengan Instagram, NuArt Sculpture Park memiliki akun pada media sosial twitter yakni @nuartpark. Di twitter, akun @nuartpark hanya memiliki 42 pengikut dan 3 twit saja. Akun twitter ini seperti tidak dipergunakan dan dikelola dengan baik sehingga seperti akun mati. Dalam 3 twitnya, akun @nuartpark ini membagikan video singkat mengenai informasi karyanya dan melampirkan sebuah link youtube. Dalam bio akun tersebut menyantumkan *website* yang berisi informasi terkait NuArt Sculpture Park yakni, <https://linktr.ee/nuartpark>.



Gambar 7. Akun Twitter NuArt Sculpture Park

3. YouTube

NuArt Sculpture Park memiliki akun youtube yang bernama @nuartsculpturepark460. Dalam akun tersebut NuArt Sculpture Park membagikan beberapa video mengenai diskusi publik serta informasi mengenai pembuatan karya dan karya nya sendiri. Akun @nuartsculpturepark460 memiliki 357 subscriber dengan 31 video dengan berbagai macam durasi. Untuk video sendiri terbagi dalam playlist yakni ada Musmus, Diskusi Publik Universal Iteration, dan NuArt Talks. Playlist Musmus sendiri memiliki 3 video yang memuat penampilan band music berdurasi sampai 40 menit. Playlist Diskusi Publik Universal Iteration memiliki 2 video didalamnya yang memuat diskusi yang diselenggarakan oleh pihak NuArt Sculpture Park. Yang terakhir ada playlist NuArt Talks memuat 19 video dengan informasi mengenai NuArt Sculpture Park dan berbagai karya seni patung didalamnya. Video-video yang disajikan di kanal YouTube ini memberi edukasi serta informasi yang berguna mengenai seni patung serta NuArt Sculpture Park sendiri.



Gambar 8. Akun YouTube NuArt Sculpture Park

Dari beberapa akun sosial media NuArt Sculpture Park yang membagikan konten-konten berisi informasi mengenai kegiatan serta informasi NuArt Sculpture Park lainnya, galeri ini ternyata masih belum mempunyai akun di media sosial lainnya seperti di TikTok. Konten-konten yang tersaji dalam akun media sosial yang dibahas tadi sudah cukup memuat informasi yang jelas dan detail, hanya saja kurang dikemas secara unik dan menarik perhatian. Konten tersebut terkesan monoton dan tidak menarik perhatian untuk jangka waktu yang lama sehingga mudah bosan. Selain konten yang disajikan, terdapat akun yang tidak dikelola secara baik oleh pihak NuArt Sculpture Park sendiri. Padahal jika melihat seberapa berpengaruh serta tingkat penggunaan media sosial twitter dan youtube itu sangat tinggi dikalangan masyarakat. Jika kedua akun tersebut dikelola serta menyajikan konten secara berkala, bias saja dapat menimbulkan daya tarik masyarakat kepada NuArt Sculpture Park.

Untuk melakukan promosi secara efektif NuArt Sculpture Park perlu mengetahui target pasar di pasar *online* maupun *offline*. Mengapa demikian? Target pasar diperlukan sebagai penentu konten promosi yang akan ditawarkan dan dibuat untuk mengenalkan produk yang akan diperjualbelikan. Sekarang ini banyak orang dewasa, remaja, bahkan lanjut usia yang masih atau sedang gemarnya memainkan media sosial yang mereka miliki. Perlu diketahui juga bahwa media sosial menjadi salah satu pengaruh yang dapat membawa perubahan dalam segala aspek kehidupan. Maka dari itu, akun yang telah dibuat oleh NuArt Sculpture Park di twitter, youtube maupun media sosial lainnya harus dikelola dan dikembangkan melalui konten-konten yang informatif agar menarik perhatian. Konten-konten tersebut hendaknya dikemas secara unik dan membuat penonton atau pengguna media sosial tertarik dengan apa yang

dijelaskan dalam konten tersebut sehingga dapat berkunjung dan menikmati karya di NuArt Sculpture Park.

KESIMPULAN

Galeri seni merupakan tempat atau ruangan yang memamerkan dan memperjualbelikan karya seni. Karya seni yang dipamerkan dalam galeri tersebut dapat berupa lukisan, patung, kerajinan yang memiliki arti tersendiri dalam penciptaannya. Galeri seni menjadi salah satu tempat yang banyak diminati pada saat ini. Banyak masyarakat dari berbagai kalangan khususnya remaja dan dewasa yang sering mengunjungi galeri seni untuk mengikuti tren masa kini. Di Indonesia sendiri terdapat banyak galeri seni yang menjadi list destinasi yang harus dikunjungi oleh anak muda. NuArt Sculpture Park menjadi salah satu galeri seni yang memamerkan karya seni patung buatan seniman Nyoman Nuarta. Dalam melakukan promosi NuArt Sculpture Park memiliki beberapa akun media sosial seperti akun Instagram, twitter, dan youtube. Dari ketiga akun media sosial tersebut sayangnya hanya Instagram yang dikelola secara berkelanjutan. Padahal jika pihak NuArt Sculpture Park mengelola ketiga akun media sosial tersebut bias saja meningkatkan jumlah pengunjung dan daya tarik masyarakat. Dalam hal promosi dapat disimpulkan bahwa NuArt Sculpture Park masih belum mengelola pasar *online* dengan baik. Konten-konten yang disebarluaskan oleh ketiga akun media sosial tersebut juga belum mampu menarik perhatian masyarakat karena kurang dikemas secara menarik dan informatif. Untuk mengatasi hal tersebut, NuArt Sculpture Park perlu memahami dan mengelola akun media sosial dan mengemas informasi promosi menjadi konten yang unik dan kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif Kualitatif pada distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54. <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>
- Christina, D. (2017). Pengaruh Destination Personality terhadap Behavioral Intention Wisatawan di NuArt Sculpture Park. (*Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia*). <http://repository.upi.edu/id/eprint/30892>
- Fajriyah, A. (2021). Peran Manajemen Pengetahuan dalam Kepemimpinan Lembaga Informasi. *LibTech: Library and Information Science Journal*, 2(2), 10–20. <https://doi.org/10.18860/libtech.v2i2.17136>
- Kristiutami, Y. P., Brahmanto, E., & Pirastyo, S. P. (2019). Implementasi Kebijakan Terhadap Persepsi Konsumen Nuart Sculpture Park sebagai Destinasi Wisata Minat Khusus. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13(3), 23–34. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v13i03.30>
- Luthfiyah, F. (2016). Manajemen Perpustakaan dalam Meningkatkan Layanan Perpustakaan. *El Idare*, 1(2), 189–200. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/elidare.v1i2.676>
- Ngabito, O. F. (2020). Pengelolaan Galeri Seni Langgeng Art Space dan Cemeti Art House di Yogyakarta. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(1), 43–52. <https://doi.org/10.24821/jtks.v6i1.4114>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019).

Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

Vania Santoso. (2014). Perancangan Galeri Seni Lukis Ivan Hariyanto di Surabaya. *Jurnal Intra*, 2(2), 14–19.