

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pameran atau ekshibisi, dalam Bahasa Inggris “*exhibition*”, berakar dari kata dalam Bahasa Latin “*expositio*”, yang berarti memamerkan atau menampilkan. Pameran tidak hanya merupakan kumpulan karya yang dipertunjukkan dalam suatu tempat dan waktu, melainkan merupakan aktivitas yang direncanakan sebagai wadah interaksi dan komunikasi antara peserta pameran dengan pengunjung (Luckhurst dalam Beier dan Dambock, n.d, hlm. 2). Salah satu jenis pameran yang dapat diselenggarakan adalah pameran seni rupa dan desain. Di Indonesia, perkembangan pameran seni rupa telah dimulai sejak zaman penjajahan Belanda, Jepang, pasca-kemerdekaan hingga saat ini, dapat terlihat peran pameran sebagai suatu kegiatan komunikasi, presentasi, atau memajang berbagai obyek yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan. Sejak dahulu sampai saat ini, pameran di Indonesia banyak diselenggarakan di tiga wilayah, yaitu DKI Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta (Esche dan Hujatnika, 2017).

Beberapa tahun terakhir, di Indonesia, antusiasme dan minat berkunjung ke pameran seni rupa dan desain semakin terlihat. Menurut Kurator Edukasi dan Program Museum MACAN, Nin Djani, masyarakat seperti siswa, edukator, dan keluarga menjadikan kunjungan ke pameran dan museum seni rupa sebagai salah satu aktivitas yang digemari. Kehadiran media sosial, museum, galeri, atau ruang alternatif juga membantu mendekatkan seni dan perupanya kepada publik. Koordinator Biennale Jogja 17, Juwita Wardah, juga berpendapat bahwa minat berkunjung ke pameran seni cenderung bertambah. Pameran diharapkan tidak hanya sebatas menjadi sarana hiburan bagi masyarakat, tetapi juga mendapatkan sensasi *eye-pleasing* dari karya, serta terutama ide dan gagasannya (Riani, 2023)

Secara jumlah, pengunjung pameran seni rupa dan desain juga mengalami peningkatan. Sebagai contoh, jumlah pengunjung Museum Nasional meningkat dari 3.175 orang di tahun 2020 menjadi 399.220 di tahun 2022. Contoh lainnya adalah peningkatan jumlah pengunjung pameran Art Jakarta Gardens 2023 sebesar 12 persen dari tahun sebelumnya, dengan total 10.885 orang dalam enam hari pelaksanaan (Anggara, 2023).

Untuk memastikan efektivitas penyelenggaraan pameran, salah satunya diperlukan desain pameran. Desain pameran tidak hanya berperan untuk membuat tampilan suatu pameran menjadi lebih menarik, tetapi juga memastikan efektivitas penyampaian informasi kepada audiens atau pengunjung pameran (Wulandari et al, 2017, hlm. 227). Desain pameran merupakan ilmu yang cenderung baru bagi masyarakat di Indonesia. Berdasarkan observasi sederhana oleh penulis, tidak banyak buku yang membahas mengenai proses di balik persiapan pameran. Belum ditemukan buku yang memberikan panduan tentang desain pameran yang berbahasa Indonesia. Salah satu praktisi di bidang ini, desainer pameran, Wibi Rizqi Triadi, juga mengungkapkan bahwa tidak banyak media informasi yang membahas desain pameran. Hal ini mungkin disebabkan peran desainer pameran yang berada di balik layar, sehingga tidak banyak pembahasan mengenainya. Pemahaman tentang desain pameran dapat menghambat peran tersebut. Berdasarkan penelitian oleh Wulandari et al. dalam Jurnal HUMANIORA (2017, hlm. 227) terdapat contoh pameran dalam museum di Jakarta yang tidak berhasil untuk mengomunikasikan pesannya kepada pengunjung. Cara penampilan karya, pencahayaan, dan *caption* karya yang tidak dipertimbangkan dapat menyebabkan kebosanan dan menghambat proses penyampaian informasi kepada pengunjung. Selain itu, tenaga ahli dalam museum, salah satunya desainer pameran, masih belum mencukupi jumlahnya. Hal tersebut menyebabkan pelaksanaan pameran tidak berjalan optimal dan kurang mengikuti perkembangan zaman (Nugeraha, 2021, hlm. 8).

Berdasarkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) No. 31 Tahun 2016, pameran juga menjadi bagian dari ranah kompetensi Desain

Komunikasi Visual (DKV) atau Desain Grafis. Desainer komunikasi visual atau desainer grafis diharapkan dapat menerapkan pengetahuan desain dalam produksi lingkungan termasuk pembuatan struktur atau objek tiga dimensi, seperti ruang pameran atau *exhibition*.

Desain pameran penting untuk diketahui agar dapat menghasilkan penyelenggaraan pameran yang efektif menyampaikan pesan kepada audiensnya sekaligus memenuhi kebutuhan kompetensi DKV. Oleh karena itu, diperlukan perancangan media informasi bagi pelaku kreatif DKV. Berdasarkan beberapa sumber seperti Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta beserta *co-founder* dan *fair director* dari ArtMoments, Sedy Wijaya, menjelaskan bahwa mayoritas pengunjung pameran seni dan desain berasal dari kalangan generasi Z dan milenial, khususnya usia 18–24 tahun. Oleh karena itu, usia tersebut menjadi target utama dalam perancangan media informasi ini.

1.2 Rumusan Masalah

Pameran seni dan desain semakin diminati oleh masyarakat. Pameran, yang berfungsi sebagai media komunikasi dan interaksi, juga termasuk di dalam ranah kompetensi Desain Komunikasi Visual. Untuk memastikan efektivitas pameran dalam komunikasinya, dibutuhkan peran desain pameran. Namun, media informasi tentang desain pameran yang berbahasa Indonesia tidak banyak beredar. Berdasarkan masalah yang diuraikan dalam latar belakang, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan tugas akhir ini adalah:

Bagaimana perancangan buku tentang desain pameran bagi pelaku kreatif di bidang Desain Komunikasi Visual?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, penulis menentukan batasan masalah yang akan dibahas dalam laporan tugas akhir ini, yaitu:

1) Objek perancangan

Dalam perancangan media informasi dalam tugas akhir ini, akan dibatasi menjadi media informasi cetak, yaitu buku fisik, disertai beberapa media pendukungnya.

2) Target Khalayak

a. Geografis

- Area utama: DKI Jakarta, Bandung, Yogyakarta
- Negara: Indonesia

b. Demografis

- Jenis kelamin: pria dan wanita
- Usia: 18-24
- Pekerjaan: pelaku kreatif di bidang Desain Komunikasi Visual atau sejenisnya
- SES: A

c. Psikografis

- Gemar berkunjung ke pameran seni dan desain
- *Observant*, memiliki kepekaan atau suka memerhatikan lingkungan sekitarnya
- Memiliki *attention to details*
- Menilai sesuatu tidak hanya dari bentuk atau tampilan, tetapi juga dari nilai, makna, atau emosi yang ditimbulkan
- Memiliki rasa ingin tahu (*curiosity*) yang tinggi
- *Up-to-date* dengan penyelenggaraan pameran seni rupa dan desain di lingkungan sekitarnya
- Tertarik untuk menyelenggarakan pameran

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang buku tentang desain pameran bagi pelaku kreatif di bidang Desain Komunikasi Visual.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi penulis, orang lain atau masyarakat, dan universitas.

1) Bagi Penulis

Melalui perancangan tugas akhir ini, penulis dapat belajar lebih dalam mengenai proses penyelenggaraan pameran, khususnya dalam desain pameran. Selain itu, penulis juga memperoleh kesempatan belajar untuk menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual maupun wawasan lain yang diperoleh ke dalam sebuah karya yang dapat bermanfaat bagi orang lain.

2) Bagi Orang lain

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru mengenai desain pameran, serta memperlengkapi pelaku kreatif Desain Komunikasi Visual dalam menyelenggarakan pameran.

3) Bagi Universitas

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi Universitas, baik pengajar atau mahasiswa, dalam menyelenggarakan pameran internal maupun eksternal, serta dalam melakukan penelitian serupa.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A