BAB II

PROMOSI GALERI SENI NUART SCULPTURE PARK

II.1. Pengertian Galeri Seni

Galeri adalah selasar atau tempat; dapat pula diartikan sebagai tempat yang memamerkan karya seni tiga dimensional karya seorang atau sekelompok seniman atau bisa juga didefinisikan sebagai ruangan atau gedung tempat untuk memamerkan benda atau karya seni (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2003). Seni menurut Leo Tolstoi (seperti dikutip Melati, 2008) aktivitas manusia yang terdiri atas ; bahwa satu orang secara sadar, dengan perantara tanda-tanda lahiriah tertentu, menyampaikan kepada orang lain perasaan-perasaan yang telah dihayatinya, dan bahwa orang lain ditulari oleh perasaan-perasaan ini dan juga mempunyai pengalaman yang sama.

Berdasarkan pengetian diatas, dapat disimpulkan bahwa galeri seni adalah ruang atau gedung yang mewadahi kegiatan transferisasi perasaan dari seniman kepada pengunjung melalui media yang berupa karya seni sang seniman.

II.2. NuArt Sculpture Park

NuArt Sculpture Park pertamakali dibuka untuk umum pada tahun 2000, dan berlokasi di kota Bandung, dan dibangun diatas lahan seluas empat hektar. NuArt Sculpture Park adalah sebuah galeri seni yang memajang karya-karya seni berupa karya seni pahat yang bahan bakunya berupa logam, dan dibuat oleh seniman yang sekaligus merupakan pemilik dari NuArt Sculpture Park itu sendiri, yaitu Nyoman Nuarta.

II.2.1. Seniman NuArt Sculpture Park

NuArt Sculpture Park merupakan galeri seni yang memajang hasil karya seni dari seorang Nyoman Nuarta. Nyoman Nuarta sendiri merupakan seorang seniman yang menciptakan Garuda Wisnu Kencana di Bali. Selain karya patung, galeri seni NuArt juga menampilkan karya-karya lukis pelukis yang mengawali kariernya sebagai seniman grafis, sedangkan aliran seni yang dianut oleh Nyoman Nuarta sendiri adalah seni kontemporer.



Gambar II.1 Nyoman Nuarta
Sumber: www.damniloveindonesia.com (2011)

II.2.2. Aliran Seni Nyoman Nuarta

Seni yang dianut Nyoman Nuarta adalah aliran seni kontemporer, berdasarkan dari beberapa sumber, penulis dapat menyimpulkan bahwa, Seni kontemporer adalah seni yang terpengaruh dampak modernisasi, atau lebih tepatnya seni kontemporer adalah seni yang tidak terikat aturan-aturan zaman dahulu dan berkembang sesuai zaman sekarang, didalam pengelompokkannya seni kontemporer dikelompokkan didalam kategori seni modern, dengan kata lain kekinian.

II.2.3. Visi dan Misi NuArt Sculpture Park

Seperti yang tertera dalam *company profile* NuArt dibangun berdasarkan gagasan untuk membangun sebuah kawasan seni yang mampu mencerminkan kontribusi seni terhadap kebutuhan sosial, pembangunan lingkungan fisik, kepariwisataan, dan pada gilirannya dalam pertumbuhan ekonomi.

Misi yang ingin dicapai dari NuArt sendiri adalah NuArt diharapkan mampu menjadi wahana pengembangan diri bagi para seniman, baik seni murni ataupun seni pakai, dan secara luas mencakup seni rupa, seni gerak (tari), dan seni musik. Selain itu NuArt juga dicita-citakan kelak kawasan ini mampu menjembatani kesenjangan antara seniman Indonesia dengan dunia internasional, dalam seni pakai juga dapat menjadi jembatan antara desainer, produsen, dan pasarnya sendiri, dengan menyelenggarakan berbagai *event* yang dikemas rapih, menarik dan professional. (NuArt *Company profile*, 2000, h.1).

II.2.4. Profil Galeri Seni NuArt Sculpture Park

Nama : NuArt Sculpture Park

Alamat : Jl. Setraduta Kencana II No. 11. Bandung 40151

Telp / *Fax* : (022) 2017815 / (022) 2015363

Website : *www.nuarta.com*

Pemilik : Nyoman Nuarta

(NuArt *Company profile*, 2000, h.2).

II.2.5. Logo NuArt Sculpture Park

Dalam menjalankan usahanya, galeri seni NuArt Sculpture Park memiliki sebuah logo sebagai identitas dari galeri seni NuArt Sculpture Park itu sendiri.



Gambar II.2 Logo NuArt Sculpture Park

Sumber: http://www.nuarta.com/ (5 Oktober 2011)

II.2.6. Struktur Organisasi NuArt Sculpture Park

Di dalam pelaksanaannya NuArt Sculpture Park dikelola oleh sebuah tim yang disebut sebagai tim kurator NuArt Sculpture Park, dan dipimpin langsung oleh Nyoman NuArta selaku Direktur sekaligus *owner* atau pemilik sesuai dengan Struktur organisasi berikut ini.



Tabel II.1. Struktur Organisasi NuArt Sculpture Park

Sumber: Dokumen NuArt (2000)

II.2.7. Program Kegiatan

Program kegiatan dalam kawasan galeri NuArt ini dibagi menjadi dua jenis kegiatan besar, diantaranya :

II.2.7.1. Kegiatan Utama

Kegiatan utama adalah segala sesuatu kegiatan yang berhubungan dengan kesenimanan Nyoman Nuarta, dimana dalam hal ini adalah memajang atau memperlihatkan karya-karya seni yang dihasilkan oleh Nyoman Nuarta, baik didalam, ataupun diluar ruangan. Selain itu juga kegiatan *workshop* yang memperlihatkan proses pembuatan karya-karyanya, baik seni murni, ataupun pesanan, baik dalam bentuk pameran khusus maupun karya yang digelar setiap hari dan dapat dinikmati oleh para pengunjung setiap saat selama jam operasional (NuArt *Company profile*, 2000, h.3).

II.2.7.2. Kegiatan Penunjang

Kegiatan penunjang adalah kegiatan seni sebagai bentuk nyata kepedulian Nyoman Nuarta terhadap dunia seni dan desain yang akan diisi oleh program pendidikan, pelatihan, pameran, diskusi antar seniman dan desainer, juga berbagai kegiatan lainnya. Dengan begitu kawasan ini akan menjadi salah satu pilihan tepat bagi para penikmat seni, pelaku seni, dan siapapun yang membutuhkan.

II.2.8. Bentuk Kegiatan Dan Fasilitas

Seperti yang tercantum didalam *company profile NuArt,* kedua program kegiatan yang telah disebutkan sebelumnya akan dikemas sedemikian rupa menjadi bentuk-bentuk kegiatan seperti dibawah ini:

II.2.8.1. Bentuk Kegiatan Utama

Kegiatan utama ini diselenggarakan setiap hari secara rutin, baik ada pengunjung ataupun tidak, misalnya:

A. Taman Patung

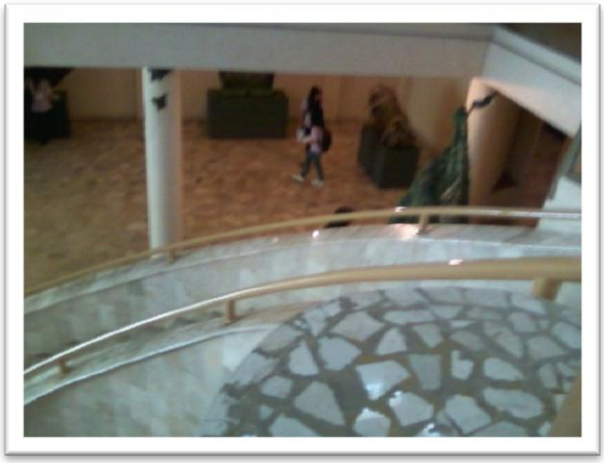
Yaitu sebuah kegiatan yang menggelar patung patung seni pahat (*Sculpture Art*) hasil karya Nyoman Nuarta yang ditata dengan latar alam, dan tata pencahayaan khusus di seluruh kawasan *Sculpture Garden*, yang dapat dinikmati oleh seluruh pengunjung dalam jarak tertentu, dengan penjelasan rinci dari *special guide*, serta fasilitas alam yang dapat dinikmati seperti kicau burung, kolam-kolam, dan air mancur, dibuka dari jam 10:00 s/d 17:00 WIB, dan hari Jum'at serta sabtu s/d jam 21.00 WIB.



Gambar II.3 Taman patung NuArt Sculpture Park
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

B. Galeri Seni (*Art Gallery*)

Adalah sebuah bentuk bangunan yang disediakan bagi kegiatan pameran karya-karya seni dan desain, baik yang dua dimensi maupun tiga dimensi yang berkualitas, dimana tim kurator khusus akan menentukan kriterianya. Dalam kegiatan sehari-hari, apabila tidak ada pameran temporer, galeri akan menampilkan karya-karya Nyoman Nuarta. Galeri ini buka dari jam 10:00 s/d 22:00



Gambar II.4 Ruang Galeri NuArt Sculpture Park

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

C. Peninjauan Pembuatan Patung (*Workshop Tour*)

Dengan adanya kegiatan *workshop* di area Nuart *Sculpture Park* ini, diharapkan pengunjung dapat melihat proses pembuatan patung-patung dan monumen-monumen, contohnya; monumen Jalesveva Jayamahe, monumen patung Garuda Wisnu Kencana atau yang lebih dikenal dengan GWK yang berlokasi di Bali, lengkap mulai dari proses sketsa-sketsa ide, sampai dengan patung terwujud melalui fotografi *slide*, dan video. Selain pembuatan patung-patung kecil yang sedang berlangsung di *workshop*, maka dalam hal ini pengunjung disediakan pemandu khusus.



Gambar II.5 Kegiatan *Workshop* NuArt Sculpture Park

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

II.2.8.2 Bentuk Kegiatan Penunjang

Selain kegiatan utama, kawasan NuArt juga melaksanakan kegiatan-kegiatan yang menunjang kegiatan utama, diantaranya adalah:

A. *Visitor Short Course*

Visitor short course adalah salah satu bentuk program pengabdian kepada masyarakat yang berupa bimbingan juga pelatihan dalam bidang kesenirupaan dan desain yang disediakan untuk para turis asing, ibu-ibu, remaja, dan anak-anak. Kelas ini dilaksanakan hanya pada saat rangkaian kegiatan paket kunjungan dilakukan.

B. *Art Performance*

Direncanakan diselenggarakan setiap akhir pekan, khususnya hari Jum'at, Sabtu, dan Minggu, dengan asumsi bahwa pada hari-hari tersebut pengunjung jauh lebih banyak daripada hari-hari lainnya, kegiatan yang akan ditampilkan misalnya:

- *Art performance*, bentuknya bisa berupa tarian, musik, teater, dan lain-lainnya.
- Seni sastra, bentuknya bisa berupa pembacaan puisi, sajak, dan lain-lainnya.
- Seni rupa, bentuknya bisa berupa demo dari para perupa, *happening*, dan lain-lainnya.

(NuArt *Company profile*, 2000, h.5).

C. Kegiatan Pameran Temporer

Kegiatan pameran temporer adalah kegiatan yang diselenggarakan pada waktu-waktu tertentu secara rutin, misalkan, dua kali dalam satu bulan NuArt akan mendatangkan artis atau seniman atau desainer lokal yang telah terseleksi secara khusus, misalnya:

- Pameran karya lukisan, *etching*, *lithography*, *drawing*, dan karya-karya desain komunikasi visual.
- Pameran karya seni tiga dimensi seperti patung, keramik, dan seni serat.
- Pameran karya desain dua dimensi seperti poster, dan produk desain lainnya.
- Pameran karya desain tiga dimensi seperti desain produk, tekstil, interior, aksesoris, dan lain-lain (NuArt *Company profile*, 2000, h.6)

D. Kegiatan Khusus

Kegiatan khusus dilaksanakan hanya pada waktu-waktu khusus dengan materi yang sangat khusus pula. Diselenggarakan dua atau tiga bulan sekali, atau bahkan enam bulan sekali, misalnya:

- *Music* dan *art performance* dari seniman luar negeri.
- Pameran *art and design* dari para seniman dan desainer luar negeri.
- Tari dan teater dari Sardono W. Kusumo, Putu Wijaya, dan sebagainya.
- Pagelaran kesenian bali, dan kesenian-kesenian daerah Indonesia lainnya, dengan kualitas penyajian secara Internasional.
- Sayembara, dan kompetisi karya seni ataupun desain.
- Diskusi seni.

II.2.8.3. Fasilitas Pendukung

Menurut NuArt *company profile*, disamping fasilitas utama yang disediakan oleh NuArt *Sculpture Park* yang berupa bangunan galeri dan taman, NuArt juga menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung yang sifatnya menunjang penyelenggaraan seluruh kegiatan di area *Sculpture Park* ini, diantaranya adalah:

a. *Cafe (coffee shop)* atau restoran, sebagai fasilitas penunjang yang bertujuan melayani pengunjung dengan menyediakan berbagai makanan dan minuman.
b. *Craft Boutique* (toko cenderamata) yang menjual berbagai macam cenderamata yang di desain khusus guna mengingatkan pengunjung akan tempat ini.
c. *Book Store* (toko buku) merupakan fasilitas dimana pengunjung dapat membeli buku-buku bermutu yang berkaitan dengan dunia seni dan desain, selain itu pengunjung juga dapat membeli segala perlengkapan kesenirupaan seperti halnya cat air, kanvas, dan lainnya.
d. *Library* (perpustakaan) merupakan fasilitas dimana pengunjung dan peserta *short course* dapat membaca buku-buku tentang pengetahuan kesenirupaan dan desain, dengan syarat buku hanya dapat dibaca ditempat (buku yang dibaca tidak untuk dibawa pulang).
e. *Office* (kantor pengelola) merupakan tempat dimana semua kegiatan yang diadakan NuArt *sculpture park* direncanakan, diprogram, dan dimonitor proses pelaksanaannya, baik kegiatan utama ataupun kegiatan penunjang.

II.3. Paket Kunjungan Yang Ditawarkan

II.3.1. Paket Kunjungan 1

Paket kunjungan yang pertama terdiri atas beberapa kegiatan, diantaranya:

a. *Tour de Venue*

Tour de Venue adalah kegiatan dimana wisatawan dipandu oleh *guide* untuk keliling kawasan NuArt untuk mengenal konsep dan karya karya seni patung Nyoman Nuarta.

b. Melukis Topeng Kertas

Kegiatan yang dimaksud adalah berupa kursus singkat sekali pertemuan yang mengajarkan tata cara menggunakan kuas serta cat air, dan cara mewarnai yang baik dan benar, lalu diaplikasikan dengan cara melukis diatas media sebuah topeng kertas yang telah disediakan oleh pihak NuArt.

c. Membentuk Tanah Liat

Kegiatan ini berupa kursus pada saat kunjungan yang mengajarkan dasar-dasar membentuk sebuah patung yang berbahan dasar tanah liat dengan baik dan benar, dengan menggunakan tangan, seperti yang biasa dilakukan oleh Nyoman Nuarta jika membuat sebuah karya patung.



Gambar II.6 Kegiatan *Short Course* Membentuk Tanah Liat
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

II.3.2. Paket Kunjungan 2

Paket kunjungan yang kedua terdiri atas beberapa kegiatan, diantaranya:

a. *Tour de Venue*

Yang dimaksud dari *Tour de Venue* adalah kegiatan dimana wisatawan dipandu oleh *guide* untuk keliling kawasan NuArt untuk mengenal konsep dan karya karya seni patung Nyoman Nuarta.

b. Membentuk Tanah Liat

Kegiatan ini berupa kursus singkat saat kunjungan yang mengajarkan dasar-dasar membentuk sebuah patung yang berbahan dasar tanah liat dengan baik dan benar, dengan menggunakan tangan, sama seperti yang biasa dilakukan oleh Nyoman Nuarta jika membuat sebuah karya patung.

c. Melukis Sandal Kayu

Kegiatan yang dimaksud adalah berupa kursus singkat yang mengajarkan tata cara menggunakan kuas serta cat kayu, dan teknik dasar mewarnai, lalu diaplikasikan dengan cara melukis diatas media sebuah sandal kayu, atau bakiak yang telah disediakan, kegiatan *short course* ini berdurasi 45 menit dan dilaksanakan di gedung serbaguna NuArt.



Gambar II.7 Kegiatan *Short Course* Melukis Sandal Kayu
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)

II.3.3. Paket Kunjungan 3

Paket kunjungan yang kedua terdiri atas beberapa kegiatan, diantaranya:

a. *Tour de Venue*

Tour de Venue adalah kegiatan dimana wisatawan dipandu oleh *guide* untuk keliling kawasan NuArt untuk mengenal konsep dan karya karya seni patung Nyoman Nuarta.

b. Membentuk Tanah Liat

Kegiatan ini berupa kursus singkat yang mengajarkan dasar-dasar membentuk sebuah patung yang berbahan dasar tanah liat dengan baik dan benar, dengan menggunakan tangan, sama seperti yang biasa dilakukan oleh Nyoman Nuarta jika membuat sebuah karya patung.

c. *Soap Carving*

Kegiatan ini berupa kursus singkat yang mengajarkan dasar-dasar cara membuat seni tiga dimensi, berupa patung dan ukiran, setelah itu pengunjung dipersilakan membuat patung atau ukiran pada sebuah media sabun, kegiatan ini hanya ada dalam paket kunjungan yang ketiga.

II.3.4. Paket *Gathering*

Paket *gathering* biasa digunakan untuk kegiatan yang berupa sebuah acara pertemuan, pesta, atau resepsi pernikahan dengan jumlah 120 orang, dengan suatu tema yang dikehendaki oleh konsumen tersebut. Fasilitas yang diberikan antara lain.

- Gedung kuning (gedung serbaguna)
- 100 kursi undangan
- Waktu penggunaan maksimal 4 (empat) jam
- *Power* Listrik 1000 *watt*.
- *Standart sound system*
- *Mini stage* 2X3

Food and Bevarage

- *Buffet Lunch* (*Balinese Traditional Menu From N Cafe)*
- Urab Bali
- *Kram Cam Soup*
- Nasi Putih
- Bebek *Crispy*
- Ayam Betutu Rejasa
- *Plecing* Kacang Panjang

- Sambal Bali
- Buah Potong
- *Fruit Juice, and Water*
- *Coffe Break*
- Jajanan Pasar
- *Tea* dan *coffee*

Total biaya paket *gathering* ini sebesar Rp. 16.500.000,-

(Enam belas juta lima ratus ribu rupiah)

Biaya tambahan :

Tenda teras depan 6X14 Meter = Rp. 1.680.000,-

Tenda teras samping 6X18 Meter = Rp. 2.160.000,-

Musik = Rp. 1.750.000,-

Penambahan jumlah perorang = Rp. 100.000,-

Kegiatan *Short Course* perorang = Rp. 35.000,-

II.4. Permasalahan Yang Dihadapi

Melalui analisa dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis terhadap kegiatan, dan proses berjalannya kegiatan NuArt Sculpture Park, serta *survey* dengan cara menyebarkan angket kepada masyarakat umum penulis menemukan beberapa masalah yang menjadi kendala penting yang dialami oleh NuArt Sculpture Park, diantaranya adalah:

II.4.1. Kurang Diketahuinya NuArt Oleh Masyarakat Luas

Melalui metode sampling yang dilakukan oleh penulis dengan cara menyebarkan angket baik secara langsung ataupun melalui jejaring sosial facebook kepada responden sebanyak 50 orang yang dikategorikan sebagai masyarakat yang merupakan calon wisatawan atau *target audience* yang dipilih secara acak, dari hasil wawancara tersebut diperoleh data yang cukup beragam. diperoleh hasil bahwasanya 37 (tiga puluh tujuh) orang dari 50 (lima puluh) responden menyatakan tidak mengetahui tentang keberadaan NuArt, dengan demikian hal ini diasumsikan dapat menjadi salah satu penyebab tidak

tercapainya target jumlah pengunjung yang datang ke NuArt Sculpture Park.

II.4.2. Kesalahan Persepsi Masyarakat Tentang Galeri Seni

Pendapat responden yang merupakan masyarakat umum terhadap galeri seni, dari 50 responden yang ada, 33 (tiga puluh tiga) orang menyatakan bahwa galeri seni merupakan tempat yang menyenangkan sedangkan 3 (tiga) responden menyatakan bahwa galeri seni merupakan tempat yang membosankan, dan 14 (empat belas) orang responden lainnya menjawab biasa saja, atau tidak menyenangkan juga tidak membosankan, lebih tepatnya tidak berkesan.

Menurut data diatas, dapat disimpulkan bahwa salah satu penyebab menurunnya jumlah pengunjung adalah karena adanya anggapan seperti, galeri seni merupakan tempat yang membosankan, atau tidak berkesan, walaupun tidak signifikan jumlah angka tersebut tentu dapat mempengaruhi jumlah calon wisatawan yang akan berkunjung.

II.4.3. Kurangnya Sumber Daya Manusia

Di dalam pelaksanaannya, NuArt Sculpture Park sendiri tidak memiliki karyawan atau tim khusus dalam bidang pemasaran dan promosi, oleh sebab itu NuArt tidak melakukan kegiatan promosi secara detail akan program dan paket-paket penjualan, dan hanya melakukan kegiatan pemasaran secara kecil-kecilan, seperti memberitahukan kepada calon wisatawan hanya melalui *e-mail* yang dikirim langsung oleh NuArt kepada calon wisatawan tersebut, padahal kegiatan pemasaran, dan salah satunya adalah kegiatan promosi merupakan sebuah kegiatan yang amat penting agar calon wisatawan mengetahui tentang NuArt dan paket kunjungan yang ditawarkan, sehingga calon wisatawan tersebut tertarik untuk mengunjungi NuArt.

II.4.4. Ketatnya Persaingan Wisata Galeri Seni Bandung

Ketatnya persaingan wisata galeri seni dapat dilihat dari banyaknya galeri seni yang ada di kota Bandung, berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, galeri seni yang ada di kota Bandung pada tahun 2009 berjumlah 27 galeri seni, berikut ini tabel yang menunjukkan seluruh galeri seni yang ada, serta 4 galeri seni yang memiliki jumlah pengunjung tertinggi:

No	Nama Galeri Seni	Alamat	Pengunjung
1.	Selasar Sunaryo Art Space	Jl. Bukit Pakar Timur, Dago	30.745 Orang
2.	NuArt Sculpture Park	Jl. Setraduta Kencana II. No. 11.	13.552 Orang
3.	Galeri Museum Barli	Jl. Prof Sutami No. 91, Sarijadi	4.975 Orang
4.	Galeri Kita	Jl. R.E. Martadinata No. 209	567 Orang
5.	CCL (Celah Celah Langit)	Gg. Bpk Eni No. 8/109A, Ledeng	-
6.	Galeri 16-7	Jl. Raya Cibereum No. 16, Cimahi	-
7.	Galeri ADIRA	Jl Kiara Condong No. 33	-
8.	Galeri Bandung	Jl. Siliwangi No. 16	-
9.	Galeri Hidayat	Jl. Sulanjana No. 36	-
10.	Galeri Ki Sunda	Jl. Cikutra Barat No. 119, Cikutra	-
11.	Galeri Al-Quran Mushap Sundawi	Jl. Diponogoro No. 63	-
12.	Galeri Soemardja	Jl. Ganesha No. 10, ITB	-
13.	Galeri Seni Grafis Red Point	Jl. Jurang No. 103	-
14.	Galeri Wahdi	Jl. Kiara Condong No. 35	-
15.	Griya Seni Popo Iskandar	Jl. Dr. Setabudhi 268, Setiabudhi	-
16.	Padi Art Ground	Jl. Ir.H. Djuanda No. 329	-
17.	Pondok Redha Sorana Soenarno	Jl. Cihideung Baru 11/10	-
18.	Roemah Grafis Cidamar	Jl. Komp. Cidamar Permai No. 2	-
19.	Rumah Nusantara	Jl. Gegerkalong Hilir No. 144	-
20.	Rumah Prosesi	Jl. Sentosa No. 91 B, Gegerkalong	-
21.	Sanggar Luhur	Jl. Bukit Pakar Timur No. 80, Dago	-

22.	Sanggar Seni Tirtasari	Jl. Tirtasari III No. 9	-
23.	Serambi Piraous	Jl. Sangkuriang R No. 33	-
24.	Studio Jeihan	Jl. Padasuka No. 143-145	-
25.	Studio Pohaci	Jl. Komp. Cibolerang K 57	-
26.	Studio R – 66	Jl. RE. Martadinata No. 66	-
27.	Studio Tatang Ganar	Jl. Raya Cigadung Tengah No. 76	-

Tabel II.2 Galeri Seni Di Kota Bandung

Sumber: Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Jabar (2009)

II.5. Analisis Permasalahan Melalui SWOT

a. *Strenght* (kekuatan)

- NuArt merupakan galeri yang memiliki fasilitas lengkap.
- NuArt memajang karya dari seniman Nyoman Nuarta yang sudah terkenal di Indonesia maupun dunia Internasional.
- NuArt memiliki objek wisata lainnya selain galeri seni, yaitu sebuah air terjun yang ada di lingkungan NuArt.
- NuArt memiliki lingkungan yang nyaman sebagai objek wisata
- NuArt memiliki banyak paket kunjungan yang ditawarkan.

b. *Weakness* (kelemahan)

- NuArt tidak diketahui oleh masyarakat luas.
- Tidak adanya kegiatan promo terhadap masyarakat.
- Lokasi tertutup, di dalam komplek perumahan.
- Tidak diketahuinya paket kunjungan oleh masyarakat luas.

c. *Opportunity* (peluang)

- Banyak galeri seni lainnya tidak memiliki fasilitas lengkap.
- Seniman galeri seni lainnya belum terlalu diketahui.
- Galeri seni lainnya hanya memiliki objek wisata yang berupa galeri seni saja.
- Galeri seni lainnya tidak memiliki banyak paket kunjungan.

d. *Threath* (Ancaman)

- Banyaknya galeri seni yang berlokasi lebih strategis.
- Galeri seni lainnya lebih gencar mengadakan kegiatan promo kepada masyarakat.
- Masyarakat lebih mengetahui tentang keberadaan galeri seni lainnya, contoh, Selasar Sunaryo *Art Space*.
- Banyaknya galeri seni yang ada di Kota Bandung sehingga ketatnya persaingan diantara galeri seni yang ada.

Tujuan analisis S.W.O.T. yang dipakai adalah untuk mengetahui apa saja potensi dan kekurangan NuArt, dan hasil analisis yang ada akan menjadi acuan terhadap konten serta tujuan dari media promosi yang dirancang, yaitu untuk menutupi kekurangan, dan memberitahukan produk dan nilai jual yang NuArt miliki kepada *target audience* melalui analisa yang dilakukan tersebut.

II.6. Pemecahan Masalah

Dari analisa diatas maka dibutuhkan strategi untuk mengatasi ancaman dan kelemahan dari galeri seni NuArt Sculpture Park, yaitu :

a. Membuat promosi untuk NuArt Sculpture Park yang bertujuan memberitahukan lokasi dari NuArt Sculpture Park itu sendiri.
b. Membuat promosi berisi informasi tentang paket kunjungan yang ada, dan menginformasikan paket kunjungan tersebut kepada *target audience* guna menarik minat pengunjung.
c. Melakukan promo yang berhubungan dekat dengan gaya hidup keseharian para *target audience* atau calon wisatawan tersebut sehingga mereka tertarik untuk mengunjungi NuArt, agar meningkatnya pendapatan NuArt, serta modal kekuatan untuk menghadapi ketatnya persaingan yang ada.

II.6.1. Kajian Promosi

Promosi adalah tindakan menginformasikan atau mengingatkan pelanggan mengenai suatu produk atau merk tertentu (*Jeff Madura, Introduction To Business, 2007)*.

Promosi dilakukan guna mendukung berbagai kegiatan pemasaran lainya, promosi akan mempercepat penyampaian kegiatan serta strategi pemasaran kepada konsumen, tanpa promosi maka strategi, serta keunggulan NuArt akan sulit untuk diketahui konsumen, sebagai contoh:

- Lokasi NuArt tidak akan diketahui oleh banyak konsumen tanpa adanya promosi.
- Paket kunjungan akan sulit laku apabila tanpa promosi, karena konsumen kurang mengetahui akan keberadaanya.
- Keunggulan NuArt Sculpture Park tidak akan dikenal baik oleh konsumen jika tidak dipromosikan.

Salah satu unsur penting dalam kegiatan pemasaran (*marketing*) adalah promosi, bentuk komunikasi bersifat massal, ampuh mencapai setiap lapisan sasaran. Promosi erat kaitannya dengan komunikasi, melalui beragam senjata dan kelengkapannya atau biasa disebut dengan *Promotion Mix.*



Tabel II.3 Bagan *Marketing Mix* Menurut Kotler dalam buku *Marketing Mix*

Sumber: http://www.arieardhy.blogspot.com (19 April 2012)

II.6.2. *Target audience* (Target Pemirsa)

Karena objek permasalahannya adalah galeri seni yang dekat akan gaya hidup masyarakat golongan kelas menengah atas dan atas, dikarenakan harga paket kunjungan yang ada hanya dapat dijangkau oleh kalangan ini, yaitu sebesar Rp. 75.000 – 170.000 per orang maka segmentasi audiens nya adalah sebagai berikut :

A. Demografis
   1. Lembaga, atau yayasan sekolah dan universitas.
   2. Status ekonomi sosial: Menengah ke atas, dan atas
   3. Agama: Semua agama.
   4. Pendidikan: Sekolah SMA, dan Universitas.

B. Psikografis
   1. Memiliki kebutuhan rekreasi, liburan, serta studi.
   2. Memiliki intensitas yang tidak terlalu sering (sesekali saja) dalam bepergian.
   3. Memiliki tujuan pembelajaran, dan hiburan.
   4. Membutuhkan eksklusifitas.
   5. Memiliki gengsi tersendiri.

C. Geografis

   Sekolah, dan universitas untuk masyarakat golongan menengah atas yang berlokasi di Kota Bandung dan Kota Sekitarnya.

Alasan: Karena karena NuArt sendiri memiliki paket kunjungan hanya untuk wisata kelompok, selain itu juga karena usia sekolah menengah atas dan universitas antara 17-20 tahun merupakan karakteristik pengunjung yang memiliki jumlah terbanyak berdasarkan tabel II.4, serta karena golongan *target audience* ini sudah dijangkau oleh kegiatan promosi yang dilakukan melalui *e-mail*, namun dinilai

kurang maksimal, karena promosi yang disampaikan kepada pihak sekolah tidak menampilkan secara detail akan semua paket dan tidak adanya visual yang menampilkan seperti apa kegiatan yang dimaksud, maka golongan ini dijadikan sebagai *target audience*.

No	Usia Pengunjung	Jumlah	Presentase
1	**15 – 17 Tahun**	**12**	**24%**
2	**17 – 20 Tahun**	**21**	**42%**
3	**20 – 25 Tahun**	**4**	**8%**
4	**25 – 30 Tahun**	**6**	**12%**
5	**Lebih dari 30 Tahun**	**7**	**14%**
	Jumlah	**50**	**100%**

Tabel II.4 Karakteristik Responden Berdasar Usia

Sumber: Pengolahan Data NuArt (2012)

II.7. Studi Indikator



Tabel II.5 Studi Indikator

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2012)