
POTENSI MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM PAMERAN KARYA SENI RUPA DI ERA DIGITAL

Dimas Setyo¹,

¹Institut Seni Indonesia Yogyakarta

ARTICLE INFO

Submit : November 26, 2025

Revised : December 4, 2025

Accepted : January 16, 2026

ABSTRACT

Abstract: It's important to be yourself, especially for individuals who are under the spotlight as public figures. The process of searching for identity is similar to addiction because it continues until the individual feels satisfied with himself. For artists, their presence is an important marker of their existence. A work of art is not only an expression of the artist's own soul, but also a piece that must be shared with fellow artists, collectors, art lovers and critics. Therefore, it is important to combine the innovation of conventional exhibitions with the presence of cyber culture. Thus, online art exhibition management is structured through four stages: planning, organizing, directing, and controlling. The spirit of renewal continues to be strengthened considering the ever-changing market, culture and technology, considering that the art exhibition space is a market for art connoisseurs. Fine art exhibitions are now experiencing a transition from physical existence to virtual existence. This reflects the changes experienced by artists and art lovers, who are metamorphosing from conventional culture to virtual culture.

Keywords: Exhibitions, Fine Arts, Digitalization

Abstrak: Sangat penting untuk menjadi diri sendiri, terutama bagi individu yang berada di bawah sorotan sebagai figur publik. Proses pencarian identitas serupa dengan kecanduan karena berkelanjutan hingga individu merasa puas dengan dirinya. Bagi para seniman, keberadaan mereka merupakan penanda penting dari eksistensi mereka. Karya seni bukan hanya merupakan ekspresi dari jiwa seniman itu sendiri, tetapi juga sebuah bagian yang harus dibagikan dengan sesama seniman, kolektor, penikmat seni, dan kritikus. Oleh karena itu, adalah penting untuk menggabungkan inovasi dari pameran konvensional dengan kehadiran budaya siber. Dengan demikian, manajemen pameran seni online terstruktur melalui empat tahap: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Semangat pembaharuan terus diperkuat mengingat pasar, budaya, dan teknologi yang terus berubah, mengingat ruang pameran seni merupakan pasar bagi para penikmat seni rupa. Pameran seni rupa kini mengalami transisi dari keberadaan fisik ke keberadaan virtual. Hal ini mencerminkan perubahan yang dialami oleh seniman dan penikmat seni, yang sedang bermetamorfosis dari budaya konvensional menuju budaya virtual.

Kata Kunci: Pameran Seni Rupa, Digitalisasi

Pendahuluan

Menjadi diri sendiri adalah hal yang sangat penting, terutama bagi mereka yang memiliki peran sebagai figur publik. Proses pencarian identitas sering kali bisa menjadi kebiasaan yang sulit dihentikan, mirip dengan ketergantungan, karena akan terus dicari hingga individu merasa puas dengan dirinya. Bagi para seniman, eksistensi mereka menandai posisi dan keberadaan mereka dalam dunia seni. Tanpa pengakuan atas karya-karya yang indah dan penuh dengan eksplorasi bentuk, teknik, dan makna, kemungkinan besar karya-karya tersebut akan terlupakan. Ada banyak cara untuk mencapai pengakuan ini, dan tidak semata-mata tergantung pada komisi atau tugas tertentu.

Pasar seni berkembang seiring dengan munculnya tempat-tempat seperti galeri dan pusat seni. Di tempat-tempat ini, semua kegiatan terkait dengan pameran karya seni bisa dilakukan. Selain itu, tempat-tempat ini memfasilitasi interaksi antara seniman, kolektor, kritikus, dan penggemar seni. Hal ini telah menjadi cara efektif untuk membuat pameran seni lebih terkenal, menarik perhatian publik, dan menciptakan pasar yang berkelanjutan bagi karya seni. Jika pameran seni dipandang sebagai pasar fisik di mana karya seni diperdagangkan, maka akan mendorong perkembangan tren pemasaran yang lebih efisien dan efektif.

Budaya internet semakin berkembang, mengubah aktivitas yang dulunya sekunder menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari (Jokhanan Kristiyono, 2015). Hampir setiap individu kini memiliki akses ke perangkat-perangkat yang mendukung aktivitas online, seperti smartphone dan laptop terbaru. Kehadiran internet telah merasuki hampir semua aspek kehidupan kita, bahkan sampai pada hal-hal sekecil berbagi ruang obrolan secara virtual. Budaya internet telah melampaui sekadar pertukaran informasi, melainkan mencakup komunikasi, hiburan, dan bahkan menjadi sumber penghasilan. Saat ini, semua orang merasakan kenyamanan dan ketersediaan yang terjangkau untuk mengakses segala hal dari ujung jari mereka.

Banyak platform dibuat dengan tujuan untuk aktivitas yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari menjadi lebih mudah, seperti pemasaran melalui media sosial dan platform toko online. Perubahan serupa juga terjadi di dunia nyata, di mana banyak pasar fisik beralih ke platform digital. Efisiensi yang terasa dari peralihan ini terletak pada kemudahan

akses, kecepatan, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh dunia digital yang bisa diakses kapan saja. Perubahan paradigma terhadap pameran karya seni secara online melalui media sosial merupakan inovasi yang mengubah wajah pasar seni dalam era digital saat ini. Saat ini, siapa pun memiliki potensi untuk menjadi figur publik, memperluas eksistensinya, dan menjual berbagai hal.

Tujuan dari artikel ini adalah untuk memahami dan menggambarkan peran media sosial sebagai sarana untuk memamerkan karya seni rupa. Manfaat yang diharapkan dari artikel ini adalah memberikan perspektif baru bagi pelaku seni, penggemar, kolektor, dan kritikus dalam memahami dan mengapresiasi karya seni rupa di era digital. Selain itu, artikel ini juga diharapkan dapat mendorong inovasi dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan eksistensi dan penyebaran informasi tentang karya seni rupa yang lebih mutakhir. Selain itu, artikel ini diharapkan juga dapat memberikan kontribusi pada penelitian lainnya dengan menyediakan wawasan baru tentang inovasi dalam pemasaran karya seni rupa di era digital.

Tinjauan Pustaka

Seni rupa merupakan sarana ekspresi visual, baik dalam bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi, yang diciptakan oleh seorang seniman untuk dinikmati oleh berbagai penikmatnya (Kusuma, 2023). Meskipun tak bersuara, karya seni rupa memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan penonton melalui bahasa visualnya (Belinda, 2023). Menurut Koentjaraningrat (1999), seni rupa adalah bagian dari kebudayaan yang melibatkan pemikiran dan tindakan manusia yang menghasilkan karya yang memiliki nilai fungsional, estetis, dan keindahan yang dapat dinikmati dengan menggunakan panca indera, yaitu penglihatan, penciuman, perasaan, dan pendengaran (Koentjaraningrat, 199 C.E.).

Seni rupa dianggap sebagai manifestasi keindahan yang mampu merangsang berbagai indera manusia, termasuk rasa, aroma, dan atmosfernya. Proses kreatif dalam pembuatan karya seni merupakan proses yang dilakukan oleh seniman dengan kesadaran dan mungkin tanpa kesadaran. Proses ini dimulai dengan tahap persiapan, di mana seniman mengidentifikasi masalah atau pertanyaan yang memicu pemikiran kreatif. Tahap berikutnya adalah tahap inkubasi, di mana informasi yang diperoleh diproses secara tidak sadar. Kemudian, pada tahap

inspirasi, seniman mendapatkan ide atau pemahaman baru yang menjadi kunci dalam proses penciptaan. Tahap terakhir adalah tahap elaborasi, di mana ide atau gagasan tersebut diperinci atau diperjelas.

Tujuan dari proses kreatif ini adalah untuk mewujudkan karya seni menjadi hasil yang dapat dinikmati oleh penonton. Bentuk karya seni bisa sangat bervariasi, tergantung pada prinsip dan media yang digunakan. Menurut Koentjaraningrat (1999), seni rupa dapat dibagi berdasarkan indera penglihatan manusia, seperti seni patung dengan menggunakan batu atau kayu, serta seni menggambar dengan menggunakan pensil, crayon, cat minyak, atau cat air.

Dengan perkembangan teknologi, media dan teknik dalam pembuatan karya seni juga terus bertambah dan beragam. Karya seni rupa seringkali merupakan hasil dari eksperimen dan penelitian yang dilakukan oleh seniman untuk memenuhi hasrat kreatif mereka dan mencapai kepuasan atas hasil akhir yang dihasilkan.

Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif, yang artinya menggambarkan suatu peristiwa atau fenomena yang diteliti secara informatif. Dalam penelitian ini, peristiwa yang diamati adalah potensi media sosial sebagai platform pameran karya seni rupa di era digital. Pendekatan kualitatif membantu dalam menggali makna dari suatu peristiwa yang terjadi. Metode penelitian dalam jurnal ini memusatkan pada peluang media sosial sebagai sarana pameran karya seni rupa.

Kontekstualisasi Karya Seni Rupa dalam Ruang Pameran

Lalu, apa yang mendasari atau bahkan menjadi tujuan akhir bagi seorang seniman? Beberapa dari mereka menjelaskan bahwa latar belakang mereka adalah sebagai media untuk mengekspresikan diri, karena pemikiran mereka tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar yang mempengaruhi, yang dianggap sebagai panggilan jiwa yang sangat idealis, sedangkan yang lain menganggap bahwa hasil karya adalah alat untuk mencapai kehidupan yang mewah atau untuk meraih eksistensi yang lebih tinggi. Itu adalah pilihan yang dibuat oleh masing-masing seniman, yang tidak selalu dapat dibandingkan untuk menentukan mana yang lebih baik.

Hasil dari proses kreatif adalah karya yang pasti memiliki daya tariknya masing-masing. Ada tempat dan kesempatan bagi karya seni rupa untuk tidak sia-sia, yaitu melalui pameran. Pameran merupakan tempat yang penting untuk memperkuat eksistensi, belajar, dan menghargai karya seni. Selain itu, pameran juga bisa menjadi ajang jual-beli. Para penikmat seni, rekan seniman, kritikus, dan kolektor sering kali hadir dalam pameran dengan antusias.

Pameran biasanya diadakan secara berkala atau bahkan secara permanen. Ada pameran yang diadakan secara kolektif atau individual, pameran dengan karya seni yang seragam atau beragam. Pameran seringkali diadakan di tempat non-fiksi yang dapat diakses oleh masyarakat umum. Pameran merupakan kegiatan apresiasi yang memperkuat interaksi sosial secara langsung, tempat hiburan, dan juga dapat dianggap sebagai pasar karena terdapat transaksi jual-beli. Pameran yang bersifat nyata, seperti galeri seni, membutuhkan ruang yang sesuai, seringkali berada di dalam gedung dengan ruangan yang didesain khusus.

Transformasi Ruang Pameran Karya Seni Rupa

Pemilik ruang pameran dan galeri saat ini tengah bersaing untuk menciptakan inovasi yang menarik perhatian para seniman untuk menggunakan fasilitas mereka. Inovasi tersebut melibatkan berbagai aspek, termasuk perbaikan dan modifikasi pada manajemen operasionalnya. Manajemen seni kini terdiri dari empat kegiatan penting untuk mendukung kelangsungan operasional, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.

Dengan menyadari bahwa ruang pameran merupakan panggung bagi para penikmat seni rupa, maka penting untuk terus membangun atmosfer yang segar dan menyesuaikan diri dengan perkembangan budaya, target pasar, dan teknologi yang terus berubah. Saat ini, pameran karya seni rupa beralih dari lingkungan fisik ke dunia maya. Seiring dengan transformasi kaum seniman dan penikmat seni menuju budaya digital, telah muncul berbagai media pameran digital dalam beberapa tahun terakhir. Pameran ini menghadirkan pendekatan baru yang sesuai dengan pasar seni era milenial, dengan memanfaatkan situs web dan platform media sosial.

Pameran Seni Rupa Melalui Platform Digital

Pameran virtual merupakan alternatif dari pameran fisik yang lebih konvensional. Hal ini berarti bahwa hanya sebagian orang tertentu yang mengetahui tentang keberadaan pameran tersebut. Keuntungan era digital saat ini adalah integrasi internet dalam segala aspek kehidupan, termasuk tempat pertemuan. Dengan kehadiran dunia maya yang memungkinkan akses yang mudah bahkan dari tempat yang jauh dan mahal. Demikian juga, banyak aplikasi yang menyediakan layanan transaksi, sehingga pameran online menjadi solusi yang inovatif.

Pameran online dapat dilakukan melalui berbagai platform, seperti melalui situs web, platform khusus untuk jual beli barang seni, dan media sosial. Di Indonesia sendiri, pameran online telah dilakukan beberapa kali dalam sepuluh tahun terakhir, meskipun atmosfernya masih kalah dibandingkan dengan pameran di dunia nyata. Beberapa situs web lain untuk pameran online yang mudah ditemukan cenderung merupakan situs web asing, seperti Kunst im Exil, Light Space Time, dan Online Painting Exhibition.

Bukti yang mudah diakses melalui mesin pencari internet menunjukkan kemudahan dalam menemukan tempat yang telah terjangkau oleh inovasi budaya digital dalam pameran karya seni rupa yang lebih menekankan pada pembaharuan dalam era digital. Tidak perlu khawatir, karena di Indonesia telah menggunakan platform lain selain situs web. Media sosial juga telah menjadi tempat yang sering dikunjungi oleh banyak orang di Indonesia, menjadikannya sebagai galeri kehidupan dan seni. Sebuah artikel yang merangkum hasil penelitian tentang aktivitas masyarakat Indonesia dalam budaya digital menunjukkan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu tiga jam 23 menit setiap hari untuk mengakses media sosial.

Menurut laporan dari We Are Social dan Hootsuite yang diterbitkan pada 30 Januari 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 130 juta dengan penetrasi sebesar 49 persen, sebanyak 41 persen pengguna media sosial di Indonesia mengakses Facebook, 40 persen menggunakan WhatsApp, dan 38 persen mengakses Instagram (Pertiwi, Kusuma Wahyunda, 2018).

Potensi Media Sosial Sebagai Platform Pameran Karya Seni Rupa Di Era Digital

Ulasan di atas membuktikan bahwa tiga aplikasi media sosial yang paling populer digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Facebook, WhatsApp, dan Instagram (Annur, 2024). Dengan melihat antarmuka Instagram, terlihat bahwa aplikasi tersebut sangat menekankan pada tampilan yang kreatif, penyusunan postingan gambar, dukungan tulisan (caption), serta menampilkan eksistensi akun melalui jumlah pengikut (followers). Berbagai fitur tersebut telah membantu banyak individu untuk mengekspresikan diri secara artistik, bahkan ada fitur di Instagram yang menarik bagi keperluan pemasaran, di mana akun pribadi dapat diubah menjadi akun bisnis dan menambahkan fitur berbayar untuk promosi (Dhani, 2018). Dengan akun bisnis, pengguna dapat melihat statistik mengenai jumlah pengunjung, usia, lokasi geografis, dan minat dari pengikut akun tersebut.

Statistik tersebut sangat berguna bagi individu yang menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran produk, termasuk karya seni rupa, dan juga sebagai platform pameran yang ekonomis, mudah diakses, dan dapat dilakukan secara mandiri. Mandiri di sini berarti bahwa seorang seniman harus siap untuk mengatur pameran sendiri, membangun galeri virtualnya sendiri, menentukan target pasar, merancang strategi pemasaran, serta menciptakan tampilan yang sesuai dengan gaya pribadinya sendiri. Namun, hal ini tidak menutup kemungkinan untuk digunakan secara berkelompok di masa mendatang.

Terdapat banyak keuntungan yang dapat diperoleh dengan menggunakan media sosial, terutama Instagram, sebagai platform pameran, antara lain:

1. Biaya yang lebih rendah,
2. Aksesibilitas yang mudah,
3. Jangkauan yang luas hingga ke seluruh dunia,
4. Kemampuan untuk melacak pengunjung dengan mudah,
5. Kemudahan dalam menampilkan eksistensi,
6. Kreativitas yang tidak terbatas dalam penyusunan postingan dan penulisan caption.

Namun, keuntungan tersebut juga harus diimbangi dengan kerugian, di antaranya adalah kesulitan untuk melindungi gambar dan karya yang telah diunggah ke media sosial karena konsep "hak milik publik". Untuk mengatasi hal ini, seorang seniman harus berhati-hati dan mungkin harus mendaftarkan hak ciptanya jika diperlukan.

Kesimpulan

Setiap era memiliki periode di mana suatu kelompok harus secara fleksibel mengubah pandangannya sesuai dengan tuntutan dan untuk mengatasi persaingan yang sengit. Ini berlaku juga dalam dunia seni, terutama dalam karya seni rupa, di mana selain adanya perkembangan teknik, makna, dan konteks penciptaan, strategi pemasaran baru juga menjadi penting. Pengakuan dalam bentuk harga juga menjadi hal yang tak terhindarkan selain dari ekspresi seni itu sendiri.

Masa budaya siber membawa kita untuk beradaptasi dengan perubahan zaman. Keterkaitan antara budaya siber dan seni dapat diwujudkan melalui pameran non-konvensional, seperti Pameran Online dalam era digital. Pasar telah mengalami perubahan, dan inovasi serta kreativitas, yang sekarang banyak dimiliki oleh generasi milenial, menjadi sangat penting. Cara-cara yang efektif dalam memanfaatkan budaya siber dan memperoleh keuntungan yang besar perlu segera dipelajari dan dibagikan kepada pengguna lainnya.

Ada banyak platform yang menyediakan kemudahan untuk mendukung kegiatan Pameran Online, termasuk berbagai jenis situs web, platform jual beli barang seni, dan media sosial. Media sosial, khususnya Instagram, menawarkan banyak manfaat dalam mendukung pemasaran dan membuat galeri mini online.

Instagram, dengan fitur akun bisnisnya, memungkinkan pengguna untuk menunjukkan eksistensinya secara nyata. Dengan sejumlah keuntungan tersebut, inovasi ini patut untuk dicoba, namun juga perlu diwaspadai untuk mengatasi kekurangannya.

Referensi

- Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta: Aksara Baru, 199.
- Kristiyono, Jokhanan, "Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Mendukung Penggunaan Media di Masyarakat", *Jurnal Jurnal Scriptura*, vol. 5, No. 2, Juli 2015.
- Kusuma, Putri Tiah Hadi, "Mengenal 8 Unsur Seni Rupa Serta Prinsip dan Fungsinya", *Detik.com*, [Mengenal 8 Unsur Seni Rupa serta Prinsip dan Fungsinya \(detik.com\)](https://www.detik.com/berita/detik-com/berita/mengenal-8-unsur-seni-rupa-serta-prinsip-dan-fungsinya-detik-com), diakses 22 Mei 2024.
- Belinda, bella, "Seni Rupa Sebagai Bentuk Komunikasi Visual", *BantuBelajar.com*, [Seni Rupa sebagai Bentuk Komunikasi Visual | BantuBelajar.com](https://www.bantubelajar.com/seni-rupa-sebagai-bentuk-komunikasi-visual), diakses 22 Mei 2024.
- Annur, Cindy Mutia, "Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024", *Databooks.com*, [Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024 \(katadata.co.id\)](https://www.katadata.co.id/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024), diakses 22 Mei 2024.

Dhani, Arman, “Saat Instagram Mulai Mengambil Galeri Seni”, *Tirto.id*, <https://tirto.id/saat-instagram-mulai-mengambil-peran-galeri-seni-cfCG>, diakses 22 Mei 2024.

Pertiwi, Kusuma Wahyunda, dkk, “Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia”, *Kompas.com*, <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>, diakses 22 Mei 2024.