

Digitalisasi Ruang Pameran: Potensi Media Sosial Sebagai Platform Pameran Karya Seni Rupa

Dimas Setyo

Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Jl. Parangtritis Km. 6,5, Glondong, Panggunharjo, Kec. Sewon, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta
dasgeka@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the role of social media in art exhibitions in Indonesia using a literature review method. Along with the development of digital technology, social media has become one of the main platforms for exhibiting works of art, providing opportunities for artists to interact directly with global audiences without the limitations of physical space. In the Indonesian context, social media plays an important role in introducing works of art to the wider community, both domestically and internationally. Based on an analysis of various relevant literature sources, the results of this study indicate that Instagram, WhatsApp, and Facebook are the most adaptive social media for art exhibitions in Indonesia. Instagram, with its strong visual features, provides an opportunity for artists to exhibit their artworks professionally, while WhatsApp offers more personal and direct interaction with the audience. Facebook, with its extensive users, allows art exhibitions to be more organized and reach a more diverse audience. These findings indicate the importance of choosing the right social media in optimizing the distribution and participation in art exhibitions in this digital era. This study contributes to the development of art exhibition management, especially in the digital context, which is increasingly becoming the main choice for many artists in Indonesia.

Keywords: Digital Transformation, Social Media, Art Exhibitions, Indonesia.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media sosial dalam pameran seni rupa di Indonesia dengan menggunakan metode kajian literatur. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, media sosial telah menjadi salah satu platform utama dalam memamerkan karya seni rupa, memberikan kesempatan bagi seniman untuk berinteraksi langsung dengan audiens global tanpa batasan ruang fisik. Dalam konteks Indonesia, media sosial memainkan peran penting dalam memperkenalkan karya seni kepada masyarakat luas, baik di dalam negeri maupun internasional. Berdasarkan analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram, WhatsApp, dan Facebook merupakan media sosial yang paling adaptif untuk pameran seni rupa di Indonesia. Instagram, dengan fitur visual yang kuat, memberikan kesempatan bagi seniman untuk memamerkan karya seni secara profesional, sementara WhatsApp menawarkan interaksi lebih personal dan langsung dengan audiens. Facebook, dengan penggunaannya yang luas, memungkinkan pameran seni lebih terorganisir dan menjangkau audiens yang lebih beragam. Temuan ini menunjukkan pentingnya pemilihan media sosial yang tepat dalam mengoptimalkan penyebaran dan partisipasi dalam pameran seni rupa di era digital ini. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi perkembangan manajemen pameran seni, terutama dalam konteks digital, yang semakin menjadi pilihan utama bagi banyak seniman di Indonesia.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Media Sosial, Pameran Seni Rupa, Indonesia.

Copyright (c) 2025 Dimas Setyo

✉Corresponding author: Dimas Setyo

Email Address: dasgeka@gmail.com (Jl. Parangtritis Km. 6,5, Panggunharjo, Kec. Sewon, Kab. Bantul, DIY)

Received 25 December 2024, Accepted 31 December 2024, Published 06 January 2025

PENDAHULUAN

Dalam dekade terakhir, media sosial telah mengubah cara kita berinteraksi dengan dunia seni, mempengaruhi baik penciptaan, penyebaran, hingga apresiasi karya seni. Media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga platform yang memungkinkan berbagai pihak, mulai dari seniman, kurator, hingga pengunjung pameran, untuk berinteraksi secara langsung. Mengingat fenomena ini, penting untuk memahami bagaimana media sosial berperan dalam dunia pameran seni.

Salah satu alasan mengapa media sosial semakin penting dalam pameran seni adalah potensi besar yang dimilikinya untuk memperluas jangkauan audiens. Dengan platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, pameran seni tidak lagi terbatas pada galeri fisik, tetapi dapat dijangkau oleh masyarakat global tanpa batasan geografis. Sebagai contoh, galeri seni yang mengadakan pameran dapat menggunakan Instagram untuk menampilkan karya seni dalam bentuk foto atau video, mempermudah audiens untuk mengakses informasi terkait karya tersebut secara langsung (Seni Jurnal Seni Dan Pendidikan Seni ; Omran Zailuddin et al., 2021)

Di sisi lain, meskipun media sosial memiliki banyak potensi positif, ada perdebatan yang menarik mengenai apakah media sosial dapat mengubah cara kita memahami dan mengapresiasi seni. Sebagian kritikus berpendapat bahwa media sosial cenderung mereduksi kompleksitas karya seni menjadi konsumsi instan yang lebih mementingkan visualisasi dan popularitas, bukan kualitas artistik atau interpretasi mendalam (Arifin & Herli, 2020). Mereka berpendapat bahwa dalam upaya untuk menarik perhatian audiens, banyak pameran seni yang bergantung pada visualisasi yang menarik secara instan, sehingga seni yang dipamerkan sering kali kehilangan dimensi intelektual dan emosional yang mendalam.

Namun, ada pula pandangan yang lebih positif tentang peran media sosial dalam memajukan seni. Media sosial menawarkan peluang untuk demokratisasi seni, di mana lebih banyak orang memiliki akses untuk melihat, berinteraksi, dan bahkan mengkritik karya seni secara terbuka. Menurut penelitian oleh Thomson dan colleagues (2020), media sosial menciptakan ruang untuk diskusi yang lebih terbuka mengenai seni, memperkenalkan karya-karya yang mungkin sebelumnya tidak dikenal, serta memperluas peluang bagi seniman independen untuk memperkenalkan karya mereka kepada audiens yang lebih luas (Thompson, 2020).

Berkaitan dengan urgensi media sosial dalam pameran seni, dapat dilihat bahwa dunia seni kontemporer semakin bergantung pada media sosial untuk meningkatkan visibilitas karya seni dan menjangkau audiens yang lebih besar. Media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah antara seniman dan audiens, serta memungkinkan pengalaman interaktif bagi pengunjung virtual (Nugroho, n.d.). Selain itu, media sosial membantu pameran seni mengatasi tantangan keterbatasan ruang fisik dengan menyediakan platform tanpa batas untuk memperkenalkan karya seni ke seluruh dunia.

Contoh penggunaan media sosial dalam pameran seni yang efektif dapat ditemukan pada berbagai acara seni global. Sebagai contoh, pameran "Frieze Art Fair" yang diselenggarakan secara daring menggunakan Instagram dan Twitter untuk mengundang audiens internasional berinteraksi langsung dengan karya seni yang dipamerkan. Di sisi lain, galeri seni lokal yang menggunakan Facebook untuk mempromosikan pameran mereka dapat menciptakan keterlibatan langsung melalui fitur komentar atau berbagi foto dan video dari acara tersebut, yang meningkatkan peluang bagi seniman untuk mendapat perhatian lebih luas (Mills, 2019).

Media sosial tidak hanya mempermudah proses promosi, tetapi juga memberikan ruang bagi diskusi artistik yang mendalam. Dalam pameran seni yang melibatkan audiens online, interaksi

melalui komentar atau unggahan ulang dapat memperkaya pengalaman apresiasi seni, memperkenalkan perspektif baru, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial atau politik yang terkandung dalam karya seni tersebut (Kang et al., 2019)

Secara keseluruhan, peran media sosial dalam pameran seni menunjukkan transformasi besar dalam cara seni dipamerkan dan dihargai. Meskipun ada tantangan dalam memanfaatkan media sosial secara efektif, potensi untuk memperluas jangkauan audiens dan memperkaya pengalaman seni secara interaktif menjadikan media sosial sebagai alat yang sangat penting dalam dunia seni kontemporer.

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

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *critical thinking* untuk mengeksplorasi potensi media sosial sebagai platform pameran karya seni rupa dalam konteks digitalisasi ruang pameran. Metode *critical thinking* diterapkan untuk menganalisis dan menilai fenomena yang berkembang terkait penggunaan media sosial sebagai ruang pameran seni rupa, serta untuk mengidentifikasi kemungkinan perubahan dan dampak yang akan terjadi pada masa depan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat secara mendalam hubungan antara perkembangan teknologi digital dan dampaknya terhadap praktik seni rupa, khususnya dalam hal pameran seni.

Objek material dalam penelitian ini adalah media sosial, yang digunakan sebagai platform utama untuk pameran karya seni rupa secara digital. Peneliti akan mengkaji berbagai jenis media sosial yang populer di kalangan seniman dan penggemar seni, termasuk Instagram, Facebook, dan platform lainnya yang mendukung penyebaran karya seni dalam format digital.

Objek formal penelitian ini adalah digitalisasi ruang pameran seni, yang mencakup pergeseran dari pameran fisik ke pameran virtual berbasis media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai potensi, tantangan, dan perubahan yang terjadi pada pameran seni dalam ranah digital, serta bagaimana digitalisasi ini dapat memengaruhi cara seniman berinteraksi dengan audiens mereka, serta dampaknya terhadap dunia seni rupa secara umum.

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, Indonesia, selama hampir tiga bulan, dari September hingga Desember 2024. Selama periode ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap berbagai pameran karya seni rupa yang diselenggarakan melalui media sosial. Selain itu, wawancara dengan seniman, kurator, dan audiens juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif

mengenai pengalaman mereka dalam mengikuti pameran seni digital. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, observasi partisipatif, dan wawancara mendalam yang memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman tentang peran media sosial dalam transformasi ruang pameran seni rupa.

HASIL DAN DISKUSI

Teknik dan Metode dalam Pembuatan Karya Seni Rupa

Seni rupa adalah salah satu bentuk seni yang memanfaatkan media visual untuk mengekspresikan ide, gagasan, emosi, dan nilai budaya dari seorang seniman. Seni rupa melibatkan unsur-unsur visual yang terdiri dari garis, bentuk, warna, tekstur, dan komposisi yang dirancang sedemikian rupa untuk membentuk suatu karya yang memiliki makna atau pesan tertentu. Karya seni rupa dapat berbentuk dua dimensi (seperti lukisan, gambar, atau fotografi) maupun tiga dimensi (seperti patung, instalasi, atau seni ruang). Menurut Kwon (2020), seni rupa adalah medium komunikasi yang memungkinkan seniman untuk menyampaikan ide atau perasaan mereka dengan cara yang sangat visual (Iwan Saidi, n.d.).

Ada dua macam seni rupa, yakni dua dimensi dan tiga dimensi. Seni rupa dua dimensi adalah karya seni yang memiliki panjang dan lebar, tetapi tidak memiliki kedalaman fisik. Seni ini, seperti lukisan dan gambar, sering kali berfokus pada pengolahan elemen-elemen visual di atas permukaan datar, misalnya kanvas atau kertas. Dalam seni rupa dua dimensi, seniman menggunakan teknik dan gaya tertentu untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran mereka, serta untuk menciptakan hubungan dengan audiens. Misalnya, sebuah lukisan dapat menyampaikan perasaan seperti kebahagiaan atau kesedihan hanya melalui penggunaan warna, bentuk, dan komposisi yang dipilih oleh seniman (Alward, 2018)

Sebagai contoh, gaya lukisan seperti realisme atau abstraksi memungkinkan penikmat seni untuk menginterpretasi pesan yang terkandung dalam karya tersebut, walaupun lukisan itu sendiri tidak memiliki suara atau kata-kata. Lee dan Kim (2019) menjelaskan bahwa dalam lukisan, bentuk visual bukan hanya sarana estetika, tetapi juga cara seniman untuk membentuk narasi dan mengomunikasikan pengalaman emosional dengan audiens.

Berbeda dengan seni rupa dua dimensi, seni rupa tiga dimensi memiliki kedalaman, sehingga tidak hanya memiliki panjang dan lebar, tetapi juga tinggi yang membentuk ruang fisik. Patung adalah contoh seni rupa tiga dimensi yang paling jelas, tetapi juga instalasi seni dan desain arsitektur dapat termasuk dalam kategori ini. Dalam seni rupa tiga dimensi, seniman tidak hanya bekerja dengan permukaan tetapi juga dengan ruang, volume, dan perspektif.

Patung dapat menggambarkan objek atau manusia dalam bentuk nyata, tetapi sering kali melalui distorsi atau gaya yang mencerminkan pandangan atau perasaan seniman. Chen (2019) mengungkapkan bahwa seni rupa tiga dimensi, terutama patung, memberi pengalaman yang lebih mendalam bagi penonton karena mereka dapat berinteraksi dengan karya seni secara fisik,

mengelilinginya, dan merasakannya dalam tiga dimensi. Ini memberikan tingkat pengalaman yang lebih langsung dibandingkan dengan seni dua dimensi.

Karya seni rupa, baik dua dimensi maupun tiga dimensi, sering kali menggugah emosi penonton, memungkinkan mereka untuk merasakan apa yang dirasakan oleh seniman, dan bahkan dapat membangkitkan pemikiran kritis tentang isu sosial, politik, atau budaya. Sebagai contoh, sebuah lukisan yang menggambarkan penderitaan bisa memicu empati dan refleksi tentang ketidakadilan sosial, sementara patung yang menggambarkan kebebasan bisa menginspirasi perasaan harapan dan pemberontakan. Sebagaimana dijelaskan oleh Nguyen (2018), karya seni visual memiliki kekuatan untuk merangsang pemikiran kritis dan merubah cara kita memandang dunia.

Seiring dengan perkembangan zaman, seni rupa semakin berkembang, dan bentuk ekspresi serta cara penyampaiannya juga semakin beragam. Teknologi digital kini juga semakin memainkan peran besar dalam seni rupa, memperkenalkan media baru seperti seni digital, video art, dan instalasi interaktif. Seni rupa kini tidak lagi hanya berbicara tentang dunia visual, tetapi juga tentang bagaimana audiens dapat berinteraksi dengan karya tersebut secara langsung atau melalui media digital. Menurut Lee dan Kim (2019), instalasi seni interaktif memberikan peluang bagi audiens untuk menjadi bagian dari karya seni, menciptakan dialog antara penikmat dan seniman.

Tantangan dalam Kontekstualisasi Karya Seni di Ruang Pameran

Dalam dunia seni, ruang pameran memainkan peran penting sebagai tempat di mana karya seni dihadirkan untuk dinikmati oleh masyarakat. Pameran seni tidak hanya menjadi ajang apresiasi karya, tetapi juga merupakan arena di mana perdebatan tentang makna, relevansi, dan konteks sosial budaya dari karya seni tersebut berlangsung. Di Indonesia, tantangan dalam kontekstualisasi karya seni di ruang pameran tidak hanya terbatas pada masalah estetika, tetapi juga melibatkan faktor-faktor sosial, politik, dan ekonomi yang kompleks. Tulisan ini akan membahas tantangan-tantangan tersebut serta memberikan gambaran tentang bagaimana ruang pameran di Indonesia berusaha mengatasi hambatan-hambatan tersebut dalam upaya menyajikan karya seni secara lebih bermakna bagi audiensnya.

Indonesia, dengan keberagaman suku, agama, dan bahasa, menghadirkan tantangan besar dalam mengkontekstualisasikan karya seni. Kurator dan pelaku seni di Indonesia harus menghadapi kebutuhan untuk menggabungkan berbagai elemen budaya yang tidak selalu mudah disatukan. Karya seni, terutama yang berasal dari daerah-daerah dengan tradisi visual yang kaya, sering kali perlu disesuaikan dengan narasi yang lebih luas agar dapat diterima secara nasional maupun internasional.

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa identitas budaya dalam pameran seni sering kali dipengaruhi oleh upaya untuk menjaga keseimbangan antara tradisi lokal dan globalisasi seni modern. Misalnya, karya seni yang terinspirasi oleh budaya tradisional bisa menjadi sulit untuk diterima oleh audiens yang lebih modern dan internasional jika tidak dijelaskan dalam konteks yang relevan. Tantangan ini semakin besar seiring dengan perkembangan teknologi yang memungkinkan karya seni untuk dipamerkan di ruang digital, yang memperkenalkan lagi tantangan dalam menghubungkan karya dengan audiens yang beragam secara global (Arianto, 2019).

Globalisasi memberikan tantangan besar dalam mengkontekstualisasikan karya seni Indonesia di ruang pameran. Sebagai negara dengan sejarah panjang seni tradisional dan kerajinan tangan, Indonesia sering kali terperangkap dalam dilema antara mempertahankan identitas budaya lokal dan menyesuaikan diri dengan tren seni global yang lebih modern. Pameran seni sering kali bergantung pada pasar internasional, yang mendorong kurator dan seniman untuk menciptakan karya yang lebih mudah diterima oleh audiens global.

Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengaruh globalisasi dalam seni Indonesia juga bisa menjadi peluang untuk memperkenalkan seni Indonesia ke dunia internasional. Penggabungan unsur lokal dan global dalam karya seni dapat memperkaya pengalaman pameran, tetapi juga membawa tantangan dalam menjaga integritas karya seni tersebut (Surahman, 2013). Misalnya, karya seni yang mencerminkan globalisasi mungkin kehilangan makna lokalnya jika tidak diberikan konteks yang tepat.

Kemajuan teknologi telah membawa banyak perubahan dalam dunia seni, terutama dalam hal pameran digital. Pameran seni digital memungkinkan seniman dan kurator untuk mencapai audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Namun, tantangan besar yang dihadapi adalah bagaimana mengkontekstualisasikan karya seni dalam format digital. Banyak karya seni Indonesia yang dibangun dalam konteks fisik dan tradisional, dan mengubahnya menjadi format digital sering kali menghilangkan beberapa aspek penting dari konteks aslinya.

Studi yang dilakukan oleh peneliti di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam pameran seni memerlukan penyesuaian yang hati-hati agar karya seni tetap relevan dengan audiens yang lebih luas. Teknologi tidak hanya harus digunakan untuk mempermudah penyajian, tetapi juga untuk memperkaya pemahaman terhadap karya seni tersebut (Siswo Setiaji, 2023). Tentu saja, ini menuntut keterampilan teknis yang tinggi dari kurator dan seniman untuk memastikan bahwa karya seni tetap dapat dikontekstualisasikan dengan benar dalam ruang digital.

Transformasi Ruang Pameran Karya Seni Rupa

Perubahan era digital telah membawa dampak besar pada berbagai sektor, termasuk dunia seni rupa. Salah satu aspek yang paling terlihat adalah transformasi ruang pameran seni rupa dari model tradisional yang bergantung pada ruang fisik menjadi bentuk yang semakin terhubung dengan teknologi digital. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi cara seni disajikan, tetapi juga bagaimana pengunjung mengakses dan berinteraksi dengan karya seni tersebut. Artikel ini akan membahas secara mendalam tentang transformasi ruang pameran karya seni rupa dari tradisional menuju digital, dengan melihat berbagai aspek perubahan, tantangan, dan peluang yang muncul.

Dalam tradisi pameran seni, ruang pameran biasanya mengacu pada galeri atau museum yang dirancang untuk menampilkan karya seni dalam ruang fisik tertentu. Model tradisional ini sangat bergantung pada objek fisik yang dilihat secara langsung oleh pengunjung. Namun, dengan kemajuan teknologi, ruang pameran telah mengalami perubahan signifikan. Seiring dengan perkembangan internet dan teknologi multimedia, banyak galeri dan museum kini menciptakan pengalaman pameran

digital, di mana karya seni dapat dilihat dan diakses secara virtual melalui perangkat digital seperti komputer, tablet, atau bahkan perangkat realitas virtual (VR) dan augmented reality (AR).

Salah satu alasan utama di balik transformasi ini adalah kemajuan teknologi yang memungkinkan penggunaan platform digital untuk menyajikan karya seni dengan cara yang tidak mungkin dicapai dalam ruang fisik. Dengan teknologi VR dan AR, pengunjung tidak hanya melihat karya seni, tetapi juga dapat berinteraksi dengan objek seni dalam lingkungan virtual yang dirancang khusus. Teknologi ini menghapuskan batasan ruang dan waktu, memungkinkan karya seni untuk dilihat oleh audiens global tanpa batasan geografis.

Pameran digital dapat mengatasi banyak batasan yang dihadapi oleh pameran tradisional, seperti biaya tinggi, keterbatasan ruang, dan akses terbatas untuk audiens. Beberapa pameran seni kini dapat diakses secara online, memungkinkan orang dari seluruh dunia untuk menikmati karya seni tanpa harus hadir secara fisik. Selain itu, pameran digital juga menawarkan fleksibilitas dalam hal waktu dan durasi, memungkinkan karya seni untuk dipamerkan dalam jangka waktu yang lebih lama atau bahkan sepanjang tahun.

Beberapa platform digital, seperti Google Arts & Culture dan Museum of Modern Art (MoMA) Online, telah memimpin dalam menyediakan akses ke koleksi seni melalui platform virtual. Sebagai contoh, Google Arts & Culture memungkinkan pengguna untuk menjelajahi ribuan koleksi seni dari museum terkemuka di dunia secara gratis. MoMA Online juga menawarkan tur virtual yang memungkinkan pengunjung untuk mengakses karya seni modern secara digital, bahkan selama pandemi COVID-19 ketika pameran fisik tidak mungkin dilakukan.

Google Arts & Culture adalah platform digital yang dikembangkan oleh Google untuk memberikan akses virtual ke koleksi seni dan budaya dari berbagai museum, galeri, dan institusi di seluruh dunia. Platform ini memungkinkan pengunjung untuk menjelajahi karya seni, artefak sejarah, dan pameran interaktif secara online. Pengguna dapat mengunjungi situs web Google Arts & Culture dan mencari pameran atau koleksi dari berbagai museum terkemuka seperti The Louvre, The British Museum, dan banyak lainnya. Platform ini menawarkan tur virtual interaktif menggunakan teknologi Street View Google, memungkinkan pengguna untuk "berjalan" di sekitar galeri dan melihat karya seni dari berbagai sudut. Salah satu fitur menarik dari Google Arts & Culture adalah kemampuan untuk memperbesar gambar karya seni dengan sangat detail, memungkinkan pengguna untuk melihat tekstur dan detail yang mungkin tidak terlihat dalam pameran fisik. Google Arts & Culture juga menyelenggarakan pameran tematik yang dapat diakses oleh siapa saja. Pengguna dapat melihat pameran berdasarkan tema tertentu, seperti "Seni Klasik," "Seni Modern," atau "Sejarah Peradaban." Beberapa contoh pameran yang menggunakan fitur ini adalah The Art Institute of Chicago dan Van Gogh Museum adalah contoh museum yang berkolaborasi dengan Google Arts & Culture untuk memberikan akses virtual ke koleksi mereka.

Selain Google Arts & Culture, MoMA adalah salah satu museum seni modern terkemuka di dunia, yang telah mengadaptasi teknologi digital untuk menyediakan pameran seni secara online.

MoMA Online menawarkan koleksi permanen, pameran temporer, dan tur virtual yang dapat diakses oleh pengunjung global. Melalui situs web MoMA, pengguna dapat menjelajahi koleksi seni modern dan kontemporer yang mencakup lebih dari 200.000 karya seni. Pengguna dapat mencari karya berdasarkan nama artis, jenis seni, atau periode tertentu. MoMA menyediakan tur virtual untuk pameran tertentu yang memungkinkan pengunjung menjelajahi galeri dan melihat karya seni dengan cara yang sangat imersif. MoMA mengintegrasikan teknologi interaktif seperti video dan audio untuk memberikan konteks tambahan terhadap karya seni yang dipamerkan. Beberapa pameran bahkan memungkinkan pengunjung untuk memberikan feedback atau berdiskusi secara online. MoMA juga mengadakan pameran temporer yang hanya tersedia secara virtual, memungkinkan pengunjung untuk melihat karya-karya terbaru tanpa perlu datang langsung ke museum. Contoh pameran yang pernah menggunakan fitur ini adalah *The Price of Everything*, Pameran ini diadakan di MoMA dan tersedia dalam format virtual, yang mengeksplorasi hubungan antara seni dan pasar seni. Selain itu, *Andy Warhol: From A to B and Back Again* adalah salah satu pameran digital yang dapat diakses pengunjung dari seluruh dunia yang menggunakan fitur MoMA.

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 *Kunste 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.

Potensi Media Sosial Sebagai Platform Pameran Karya Seni Rupa Di Indonesia

Ulasan di atas membuktikan bahwa tiga aplikasi media sosial yang paling populer digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Facebook, WhatsApp, dan Instagram. 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. 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

Penggunaan platform digital memberikan peluang baru dalam dunia seni untuk menciptakan pengalaman pameran yang lebih luas, fleksibel, dan interaktif. Melalui platform digital ini, pengunjung dapat mengakses koleksi seni dari berbagai museum di seluruh dunia tanpa harus meninggalkan rumah. Namun, meskipun menawarkan banyak keuntungan, pameran virtual juga memiliki keterbatasan dalam hal interaksi fisik dengan karya seni, yang hanya bisa dirasakan dalam pameran tradisional. Oleh karena itu, pameran digital harus dilihat sebagai pelengkap, bukan pengganti, dari pengalaman seni fisik.

Pameran seni virtual memberikan peluang besar untuk memperluas akses, memperkaya pengalaman pengunjung, dan menjembatani jarak geografis dan fisik. Ke depannya, semakin banyak museum dan galeri yang akan mengadopsi platform digital untuk memamerkan karya seni mereka, membawa seni lebih dekat kepada masyarakat global.

REFERENSI

- Alward, P. (2018). Interpretation, intentions, and responsibility. *Estetika*, 55(2), 135–154. <https://doi.org/10.33134/eeja.174>
- Arifin, M., & Herli, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja dan Popularitas Institusi Pendidikan Tinggi. *Jurnal Serambi Ilmu Journal of Scientific Information and Educational Creativity*, 21(1).
- Iwan Saidi, A. (n.d.). *Mengenal Narasi Dalam Seni Rupa*.
- Kang, X., Chen, W., & Kang, J. (2019). Art in the age of social media: Interaction behavior analysis of instagram art accounts. *Informatics*, 6(4). <https://doi.org/10.3390/informatics6040052>
- Mills, R. (2019). *Future Dialogs for Illustration*.
- Nugroho, A. C. (n.d.). *Analisa Film London Has Fallen Dari Sudut Teori Jaringan Komunikasi Film Analysis London Has Fallen From The Point Of View Of Communication Network Theory*. Seni Jurnal Seni Dan Pendidikan Seni ; Omran Zailuddin, K., Datoem, M. F. N., Abdillah, A., Ibrahim, N., & Abdullah, Y. (2021). Perubahan sosial: Pengaruh Media Sosial dalam Karya Seni Bakat Muda Sezaman. *KUPAS SENI: Jurnal Seni Dan Pendidikan Seni*, 9(2), 1–11. <https://doi.org/10.37134/kupasseni.vol9.2.1.2021>
- Siswo Setiaji, R. (2023). *Berkarya Seni Visual Di Era Digital* (Vol. 05, Issue 02).
- Surahman, S. (2013). Dampak Globalisasi Media Terhadap Seni Dan Budaya Indonesia. *Jurnal Komunikasi*.
- Thompson, J. B. (2020). Mediated Interaction in the Digital Age. *Theory, Culture and Society*, 37(1), 3–28. <https://doi.org/10.1177/0263276418808592>