

BAB II

TINJAUAN PASAR SENI DAN INDUSTRI KREATIF

2.1 TINJAUAN SENI DAN INDUSTRI KREATIF

2.1.1 Pengertian dan Fungsi Seni

2.1.1.1 Pengertian Seni

Seni secara etimologis merupakan keahlian membuat karya bermakna⁴. Seni memiliki pengertian menurut beberapa ahli sebagai berikut:

- a. Drs. Popo Iskandar : Seni merupakan hasil ungkapan emosi yang hendak disampaikan kepada orang lain dalam kesadaran hidup bermasyarakat/berkelompok.
- b. Sudarmaji : Seni merupakan segala manifestasi batin dan pengalaman estetis dengan menggunakan media bidang, garis, warna, tekstur, volume, dan gelap terang.
- c. Ki Hajar Dewantara : Seni adalah segala perbuatan manusia yang timbul dari hidup dan perasaannya yang bersifat indah hingga dapat menggerakkan jiwa perasaan manusia lainnya.
- d. Aristoteles : Seni merupakan bentuk yang pengungkapannya dan penampilannya tidak pernah menyimpang dari kenyataan dan seni itu adalah meniru alam.

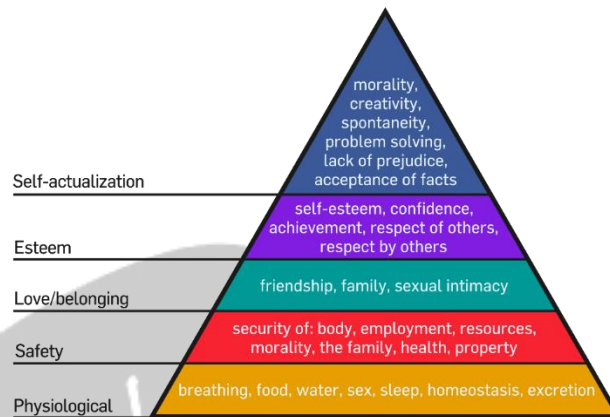
(Kesimpulan)

Seni merupakan hasil ide/gagasan yang berasal dari pengalaman individu/kelompok, memiliki nilai estetis guna menggugah perasaan manusia lainnya diwujudkan dalam berbagai media yang terus berkembang.

2.1.1.2 Fungsi Seni

Seni telah menjadi bagian dalam kehidupan manusia dan dapat secara mudah dialami pada kehidupan sehari-hari karena seni berasal dari hasrat individu untuk menyatakan pengalaman-pengalaman guna membagikan pengetahuan, ide serta gagasan. Hasrat tersebut telah ada dalam tiap individu dan merupakan kebutuhan dasar manusia bahkan berada dipuncak diagram kebutuhan menurut Maslow (*self-actualization*).

⁴ Sumber : (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016)



Gambar 2. 1 Hierarki Kebutuhan Maslow

Sumber : https://en.wikipedia.org/wiki/Abraham_Maslow

Selain sebagai *self-actualization*, seni juga memiliki fungsi lainnya yang dibagi ke dalam 2 kategori yaitu fungsi individu dan fungsi sosial⁵ :

a. Fungsi Individu

- Fungsi pemenuhan kebutuhan fisik
: Pada dasarnya manusia merupakan makhluk *homo-faber*⁶ yang memiliki kecakapan apresiasi pada keindahan sebuah karya. Manusia sebagai *homo-faber* juga akan terus berusaha mencari keindahan yang dirasa sesuai dengan selernya untuk mencapai sebuah kesesuaian sebagai pemuasan akan kebutuhan fisiknya. Contoh seni yang memenuhi kebutuhan fisik manusia adalah seni bangunan (arsitektur), seni *furniture*, seni pakaian/tekstil, dan seni kerajinan.
- Fungsi pemenuhan kebutuhan emosional
: Setiap manusia memiliki emosi akan suatu hal yang berbeda melalui pengalaman empiris. Emosi tersebut mempengaruhi situasi kejiwaan yang dapat berdampak baik atau buruk. Situasi yang terjadi menimbulkan dorongan kepada manusia untuk memenuhi kebutuhan emosional yang sifatnya menyenangkan dan memuaskan kebutuhan batin. Contoh seni sebagai kebutuhan emosional adalah menonton pertunjukan musik, teater, bioskop, dan pameran seni.

⁵ Sumber : (Artikel Seni : Seni Rupa - Pengertian Seni Rupa, Unsur, Macam & Fungsi, 2015)

⁶ *Homo-faber* dalam bahasa Latin artinya sang pekerja atau pencipta karya.

b. Fungsi Sosial

- Fungsi Rekreasi

: Rutinitas yang menjenuhkan terutama bagi masyarakat masa kini menciptakan kebutuhan akan suatu kegiatan yang menciptakan kondisi baru. Seni sebagai benda rekreasi dapat berarti menciptakan kondisi baru dari kondisi yang telah ada (refresh).

- Fungsi Komunikasi

: Bahasa menjadi alat komunikasi bagi setiap manusia di dunia, akan tetapi memiliki batasan tersendiri karena tidak semua orang mampu memahami semua bahasa. Seni diyakini sebagai bahasa universal. Bagi seniman dan penggiat seni, seni adalah sarana menyampaikan aspirasi dan ekspresi yang dapat menembus batasan verbal serta perbedaan lahiriah setiap individu.

- Fungsi Pendidikan

: Petunjukan seni diwujudkan untuk menyampaikan suatu makna yang bermanfaat sebagai pembimbing dan pendidik karena seni merupakan hasil dari pengalaman hidup. Dengan pertunjukan seni, penonton diharapkan mengalami perubahan kondisi yang lebih maju dari sebelumnya (berkembang/ terdidik).

- Fungsi Rohani

: Ritual-ritual rohani diwujudkan dalam hal-hal yang bernilai estetika karena seni dan keindahan diyakini bersumber dari Tuhan.

2.1.2 Macam-Macam Seni dan Kegiatan Apresiasi Seni

2.1.2.1 Macam-Macam Seni

Seni pada hakikatnya memiliki definisi yang abstrak (subjektif) karena merupakan wujud ekspresi dari setiap individu yang masing-masing jelas memiliki perbedaan. Seni memiliki klasifikasi menurut bidangnya sebagai batasan definisi seni :

a. Seni Rupa

Seni Rupa adalah bidang seni yang memiliki wujud pasti dalam rupa gambar, lukis, patung, grafis, kerajinan tangan, kriya dan media lainnya (multimedia).

b. Seni Teater (Pertunjukan)

Seni teater adalah bidang seni yang mencakup kemampuan berkarya teaterikal, pemahaman dan pembuatan naskah, berperan, serta membuat tata teknik pertunjukan atau rekayasa suasana tertentu sebagai pendukung pertunjukan. Seni teater dapat didefinisikan pula sebagai ekspresi seni melalui media suara dalam wujud lakon perwatakan.

c. Seni Musik (Pertunjukan)

Seni musik adalah bidang seni dengan media utama yaitu suara. Unsur yang diekspresikan berwujud ritme dan harmoni yang dapat dinikmati pendengar.

d. Seni Tari (Pertunjukan)

Seni tari adalah bidang seni yang mempertunjukkan keindahan gerak tubuh manusia. Gerak sebagai media penyampaian pesan (komunikasi) disebut koreografi. Seni Tari dapat dibagi menjadi tiga, yang pertama seni tari tradisional yang memiliki ketentuan baku dalam koreografi bahkan kostum dan lagu yang digunakan; kedua seni tari modern yang dominan terpengaruh budaya barat memiliki kebebasan dalam koreografi dan lagu namun tetap memiliki teknik sebagai dasar koreografi; ketiga merupakan seni tari kontemporer yang menggabungkan koreografi, lagu, maupun makna tari tradisional dengan tari modern.

e. Seni Sastra

Seni sastra adalah bidang seni dengan penyampaian pesan melalui rangkaian dan susunan kata yang memiliki makna tertentu. Seni sastra dapat dinikmati secara visual (dalam bentuk tulisan lalu dinikmati pembaca) maupun secara audio (dalam bentuk tulisan yang dibaca lalu dinikmati pendengar).

Seni rupa memiliki klasifikasi tersendiri, yaitu berdasarkan wujud, masa, dan fungsinya dengan uraian sebagai berikut :

a. Seni Rupa Berdasarkan Wujud

- Seni rupa dua dimensi

: Seni rupa yang hanya dapat dilihat dari satu arah dengan ukuran panjang dan lebar, contohnya seni lukis, seni batik, sketsa, ilustrasi, dan kaligrafi.

- Seni rupa tiga dimensi

: Seni rupa yang dapat dinikmati dari berbagai arah pandang karena memiliki ukuran panjang, lebar dan tinggi (atau ketebalan), contohnya seni patung, seni kriya, seni bangunan, dan seni taman.

b. Seni Rupa Berdasarkan Masa

- Seni rupa tradisional

: Seni rupa yang dibuat berdasarkan ketentuan baku (pakem) tertentu sebagian dasar dalam menciptakan karya seni dan jika dibuat berulang-ulang tidak dapat diubah dari bentuk aslinya karena merupakan kebiasaan turun-temurun.

- Seni rupa modern

: Seni rupa yang muncul dari hasil kreasi untuk menciptakan hal-hal baru yang belum ada sebelumnya, maka karya seni modern lebih bersifat individual.

- Seni rupa kontemporer

: Seni rupa yang dipengaruhi oleh tempo (waktu) dimana karya seni tersebut lahir dan bersifat *kekinian* (masa kini dan temporer). Karya seni rupa kontemporer dapat berupa kolaborasi seni rupa tradisional dengan modern karena merupakan wujud dari ungkapan imajinasi dan harapan penciptanya terkait situasi masa lalu yang berhubungan dengan masa kini untuk masa depan yang lebih baik.

c. Seni Rupa Berdasarkan Fungsi

- Seni rupa murni

: Seni rupa yang penekanannya terdapat pada ekspresi dari pencipta karya tersebut (individualis) sebagai pemuasan pribadi dan hanya mengutamakan nilai estetis, contohnya seni lukis, seni grafis, seni

patung, seni instalasi, seni pertunjukan, seni keramik, film, koreografi, dan fotografi.

- Seni rupa terapan

: Seni rupa yang menekankan pada fungsi dan nilai praktis dari karya tersebut, contohnya seni bangunan (arsitektur), desain grafis, desain interior, desain busana, desain produk, kriya tekstil, kriya kayu, kriya keramik, dan kriya rotan.

2.1.2.2 Kegiatan Apresiasi Seni

Apresiasi adalah penilaian terhadap suatu karya karena adanya kesadaran akan nilai⁷. Kegiatan apresiasi seni dapat diartikan sebagai memahami dan menyadari dengan jelas suatu karya dan menjadi sensitif terhadap nilai-nilai estetis yang terkandung didalamnya sehingga mampu menikmati dan menilai karya tersebut (Soedarso, 1990). Menurut Feldman, proses apresiasi seni terdiri dari beberapa tahapan⁸, yaitu :

a. Menggambarkan

Kegiatan apresiasi diawali dengan mengamati karya seni kemudian menggambarkan sifat dan karakter dalam wujud gambaran garisan, warna, bentuk, rupa, jalinan dan elemen gubahan yang mencerminkan prinsip dan struktur karya seni itu sendiri (secara visual).

b. Menganalisa

Kegiatan apresiasi pada tahap berikutnya merupakan analisa hubungan antar unsur, serta kualitas ekspresi (*mood* dan suasana).

c. Menafsirkan

Kegiatan apresiasi setelah menggambarkan dan menganalisa adalah menafsirkan karya seni melalui pencarian makna tersurat dan tersirat.

d. Menilai

Kegiatan apresiasi pada tahap akhir berupa penilaian berdasarkan kriteria asli, fungsi, gubahan, teknik baik dari aspek individu maupun sosial.

⁷ Sumber : (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016)

⁸ Sumber : (Feldman, 1967)

Kegiatan apresiasi selalu melalui ke empat tahapan yang telah diuraikan sebelumnya, namun pada tahap penilaian dapat terbagi kedalam 2 metode yaitu subjektif dan objektif. Metode apresiasi subjektif dilakukan dengan penilaian menurut pemikiran relatif, hasil dari menduga-duga, atau dapat berdasarkan ketertarikan terhadap subjek (perasaan dan selera masing-masing individu). Berbeda dengan subjektif, metode apresiasi objektif dilakukan dengan penilaian menurut sesuatu yang lebih pasti dan dapat diyakini kebenarannya. Metode apresiasi objektif diperoleh dengan penilaian terhadap materi yang menjadi objek.

Apresiasi menurut Nurhadi dalam kegiatan apresiasi sastra memiliki manfaat sebagai berikut⁹ :

- a. Mendapatkan hiburan
- b. Mengisi waktu luang
- c. Memberian informasi yang berhubungan dengan pemerolehan nilai-nilai kehidupan
- d. Memperkaya pandangan atau wawasan kehidupan sebagai salah satu unsur yang berhubungan dengan pemberian arti maupun peningatan nilai kehidupan manusia itu sendiri
- e. Pembaca dapat memperoleh dan memahami nilai-nilai budaya dari setiap jaman yang melahirkan cipta sastra itu sendiri
- f. Mengembangnya sikap kritis pembaca dalam mengamati perkembangan jamannya, sejalan dengan kedudukan sastra itu sendiri sebagai salah satu kreasi manusia yang mampu menjadi semacam peramal tentang perkembangan zaman itu sendiri di masa yang akan datang.

2.1.2.3 Sarana Apresiasi Seni

Sarana apresiasi seni digunakan sebagai salah satu cara untuk mencapai kegiatan apresiasi tersebut. Adapun sarana yang diterapkan guna tercapainya kegiatan apresiasi seni adalah :

⁹ Sumber : (Nurhadi, 2007)

a. Pameran *Indoor* atau *Outdoor*

Pameran seni *indoor* adalah pameran yang diadakan di dalam bangunan, sedangkan pameran seni *outdoor* adalah pameran yang diadakan di luar bangunan.

b. Pameran Permanen atau Temporari

Pameran seni permanen adalah pameran yang ditata secara permanen di dalam atau di luar bangunan, sedangkan pameran seni temporari adalah pameran yang karya-karyanya selalu diganti dalam kurun waktu tertentu yang diadakan didalam atau di luar bangunan.

2.1.3 Sejarah Ekonomi dan Industri Kreatif

2.1.3.1 Sejarah Ekonomi

Kegiatan ekonomi diawali dengan kegiatan tukar-menukar barang (barter) yang telah terjadi sejak jaman nenek moyang. Barter dilakukan akibat adanya tuntutan akan pemenuhan kebutuhan hidup, misalnya daging hasil berburu ditukar dengan gandum sebagai makanan pokok atau kacang-kacangan ditukar dengan kulit hewan untuk kebutuhan sandang. Sistem barter merupakan kegiatan ekonomi yang paling sederhana karena kegiatannya berupa tukar-menukar barang secara langsung dengan barang yang dibutuhkan, namun sistem ini dianggap tidak efektif dan efisien karena adanya batasan yaitu kebutuhan setiap manusia berbeda, dan tidak selalu barang yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan manusia lainnya.



Gambar 2. 2 Kegiatan Barter – Sistem Pertukaran Barang

Sumber : <http://2.bp.blogspot.com/-TTVPdzVO-Dc/U-2CuizP->

[PI/AAAAAAAAfW0/wFy8UUhQWzo/s1600/Sejarah%2BUang%2B-%2BSistem%2BBarter.jpg](http://2.bp.blogspot.com/-TTVPdzVO-Dc/U-2CuizP-PI/AAAAAAAAfW0/wFy8UUhQWzo/s1600/Sejarah%2BUang%2B-%2BSistem%2BBarter.jpg)

Masa kegiatan ekonomi dengan sistem barter berganti menjadi kegiatan ekonomi menggunakan sistem uang barang. Uang barang digunakan sebagai barang perantara atau alat tukar yang memiliki nilai tinggi, tahan dalam waktu penyimpanan yang lama dan dibutuhkan oleh semua orang, contohnya logam mulia, batu-batuan berharga, dan kulit pohon. Jenis barang yang digunakan memang lebih mudah ditukarkan daripada barang barter, namun terdapat kendala yang dihadapi yaitu kesulitan membawa barang tersebut, nilai uang barang yang tidak tetap dan tidak dapat dipecah menjadi bagian yang lebih kecil.



Gambar 2. 3 Jenis Uang Barang yang digunakan di Berbagai Negara

Sumber : <http://1.bp.blogspot.com/-qeLHnDL7Azc/Vp4LEK-RBzI/AAAAAAAAIbI/JoQVVIJSw-4/s1600/uang%2Bbarang.JPG>

Seiring majunya teknologi dan pengetahuan, manusia semakin mencari metode yang lebih praktis dan efisien dalam kegiatan ekonomi. Setelah manusia menemukan mata uang sebagai alat transaksi tetap yang memiliki kurs berbeda-beda tiap negaranya, manusia terus berupaya mengembangkan dan berinovasi dalam berkegiatan ekonomi.

Kegiatan ekonomi mengalami puncak produktivitas pada era industrialisasi yang diawali dengan penemuan mesin uap di akhir abad ke-18. Era industrialisasi memberikan dampak yang signifikan bagi kegiatan ekonomi. Dengan mengandalkan teknologi dan pengetahuan membuat tenaga manusia dan hewan tergantikan dengan tenaga mesin. Kegiatan ekonomi agraris juga berganti menjadi ekonomi industri. Pergantian tersebut tentunya mengurangi biaya dalam proses produksi, dan menambah daya produktivitas (produksi massal), namun dampak negatif yang akhirnya terjadi adalah:

- a. Kesenjangan sosial dan ekonomi akibat bertambahnya pengangguran.
- b. Kerusakan lingkungan akibat munculnya kegiatan industri di pusat-pusat kota.
- c. Kejenuhan terhadap produk hasil industrialisasi karena bentuk dan model yang seragam dalam jumlah massal.

Akibat dampak tersebut manusia berinovasi dan mencari ide-ide untuk mengupayakan keberlangsungan hidup mereka dengan kegiatan ekonomi yang disebut kegiatan ekonomi kreatif.

2.1.3.2 Sejarah Industri Kreatif

Industri kreatif dikenal pada era pasca-industri (*post-industrialism*) dan dianggap sebagai solusi dari dampak negatif yang tercipta akibat era ekonomi industri. Perbedaan yang terlihat dalam era pasca-industri adalah sebagai berikut:

- a. Lebih menekankan kepada daya cipta atau kreativitas akan ide baru dalam produksi.
- b. *Eco-technology* dimana peradaban yang ada mengedepankan teknologi yang berwawasan lingkungan¹⁰.
- c. Adanya pemberdayaan manusia sebagai pencipta dan sumber tenaga produksi sebagai upaya penjaring tenaga kerja.
- d. Pemberdayaan manusia sebagai tenaga ahli/ professional juga sebagai upaya eksplorasi daya kreasi yang berbeda pada tiap manusia.

Industri kreatif berkembang dibawah pengaruh teknologi, terutama teknologi informasi yang berkembang di era global sebagai media. Informasi yang tersebar melalui media akan menjadi acuan bagi kegiatan ekonomi dalam pencarian ide inovasi, metode produksi, strategi pemasaran, dan media pemasaran sendiri.

2.1.4 Pengertian dan Sub-sektor Industri Kreatif

2.1.4.1 Pengertian Industri Kreatif

Industri adalah segala bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang

¹⁰ Sumber : (Perencanaan Kota Pasca Revolusi Industri, 2011)

yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri¹¹.

Industri kreatif merupakan kegiatan industri dengan mengandalkan kreativitas dan eksploitasi karya intelektual (hasil produk dari ahli/ profesional di bidangnya) yang dapat mensejahterakan masyarakat. Istilah industri kreatif sendiri merupakan hal baru di Indonesia yang mulai dikenal sejak munculnya *issue* Masyarakat Ekonomi Asean. Peran industri kreatif dibidang ekonomi adalah menciptakan iklim usaha yang memiliki daya saing, sehingga menuntun sektor lainnya untuk turut kreatif baik dalam memproduksi barang dan jasa, atau dalam pemasarannya kepada pelanggan.

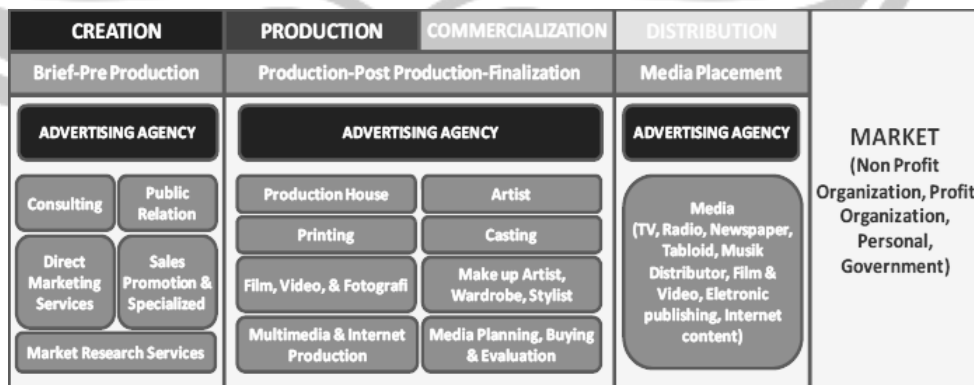
2.1.4.2 Sub-sektor Industri Kreatif

Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia terdapat 14 sub-sektor industri kreatif, yaitu:

a. Periklanan

: Industri periklanan adalah industri jasa yang mengemas bentuk komunikasi tentang suatu produk barang atau jasa sebagai upaya persuasif bagi konsumen untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

Rantai nilai sub-sektor sebagai alur industri periklanan terbagi menjadi 4 bagian yaitu *creation, production and commercialization, distribution, dan market*.



Gambar 2. 4 Rantai Nilai Industri Periklanan

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

¹¹ Sumber : Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian.

b. Arsitektur

: Arsitektur adalah wujud dari penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni yang mencakup segala aspek kehidupan manusia sebagai pengguna ruang dan lingkungan baik mikro atau makro. Skala mikro mencakup perancangan interior dan eksterior termasuk tata taman, sedangkan skala makro mencakup tata kota, *landscape planning*, *urban design*, dan perencanaan transportasi.

Usaha dibidang arsitektur dapat berupa pekerjaan desain bangunan, pengawasan konstruksi, perencana kota, dan lain sebagainya¹², dengan rantai nilai sejumlah 5 tahap sebelum akhirnya masuk ke dalam proses pemasaran.



Gambar 2. 5 Rantai Nilai Industri Arsitektur

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

c. Pasar Barang Seni

: Industri pasar barang seni atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *Art Market* adalah kegiatan yang terkait perdagangan barang/hasil produk seni yang memiliki nilai orisinal, unik, langka, serta yang berasal dari masa lampau dan dilindungi oleh undang-undang. Produk industri pasar barang seni biasanya tidak diproduksi dalam jumlah massal dan bukan merupakan barang antik yang dilarang untuk diperjual-belian¹³.

¹² Sumber : Studi Pemetaan Industri Kreatif Departemen Perdagangan 2007, yang diambil dari Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia 2005 (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

¹³ Menurut pakar budaya, barang antik merupakan produk langka baik yang bergerak atau tidak sebagai media edukasi berisi informasi mengenai sejarah atau pengetahuan yang dilindungi undang-undang nomor 5 tahun 1992 tentang cagar budaya.

KREASI	KURASI	APRESIASI & KOMERSIALISASI	DISTRIBUSI	PASAR (Kolektor, Turis, Konsumen peminat barang seni)
Seniman/Perupa Lukis	Galeri (art dealer)	ADVERTISING AGENCY	Galeri (Art Dealer)	
Seniman/Perupa Patung	Kurator	ADVERTISING AGENCY	Museum	
Seniman/Perupa Keramik	Art Appraisal	ADVERTISING AGENCY	Eksporter	
Seniman/Perupa Kriya	Private Dealer	ADVERTISING AGENCY	Online Gallery	
Produsen Replika Barang Antik	Lembaga sertifikasi	ADVERTISING AGENCY	Art Shop	
Produsen barang seni berestetika tinggi	Asosiasi Kurator dan Art Dealer	ADVERTISING AGENCY	Kawasan Pasar Seni	
Asosiasi seniman/Perupa			Mall & Dept. Store	
			Asosiasi Kolektor	

Gambar 2. 6 Rantai Nilai Industri Pasar Barang Seni

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

d. Kerajinan

: Industri kerajinan merupakan kegiatan yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk kerajinan yang dihasilkan oleh tangan pengerajin (ahli/ terampil). Produk kerajinan dapat dikategorikan menjadi 6 menurut bahan bakunya, yaitu keramik, logam, serat alam, batu-batuan, tekstil, dan kayu.

Kreasi	Produksi	Komersialisasi	Distribusi	Pasar
Desain Produk	Potong-Bentuk (anyam, ukir dll)- Finishing	Brosur, pameran, branding	Pilihan chanel distribusi	
UKM/IKM Kerajinan				
Inspirasi	Pendukung Bahan Baku		Pendukung	Chanel Distribusi
Media; contoh produk	Supplier Kayu, Rotan	Supplier Batuan	EO Pameran	Pasar Modern
Internet	Industri Logam	Supplier Serat Alam; Akar, Bambu	Pemerintah	Toko
Preferensi Buyer	Industri Tekstil	Industri Penyamakan Kulit	Asosiasi	Pasar Tradisional
Konten lokal: Riset	Industri Zat Warna		Percetakan	Galeri
			Media	Trading House
				Dalam & Luar Negeri

Gambar 2. 7 Rantai Nilai Industri Pasar Barang Seni

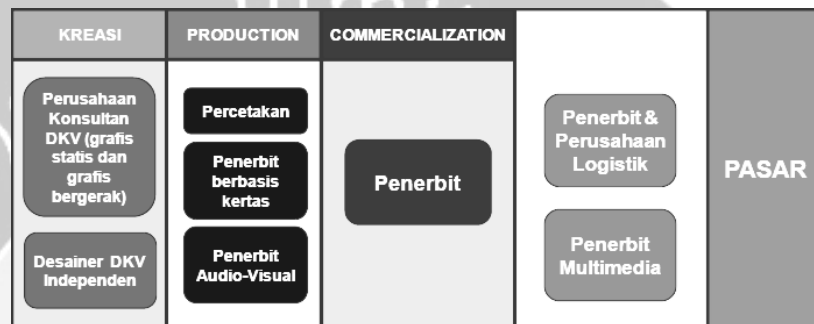
Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

e. Desain

: Industri desain memiliki penekanan terhadap daya kreasi seperti industri kreatif lainnya. Sifat desain adalah multidimensional dan kompleks sehingga dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif

Indonesia 2025, desain dikelompokkan menjadi 3 yaitu desain grafis/ desain komunikasi visual, desain industri, dan desain interior.

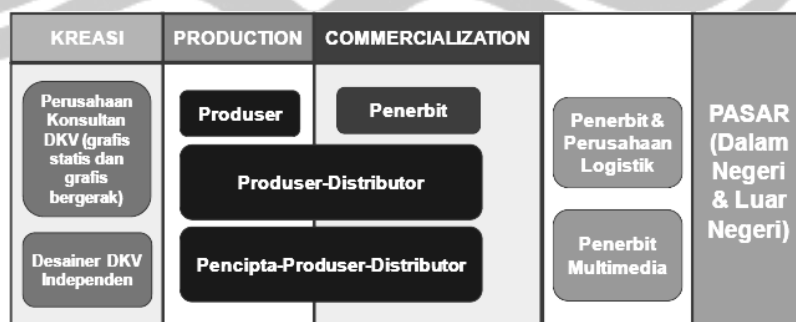
- Desain grafis/ desain komunikasi visual (dkv), desain yang mencakup proses kreatif dalam menggabungkan seni dan teknologi sebagai media penyampaian gagasan atau ide. Desain grafis dapat berupa *image-based design*, *type-based design*, *image and type-based design*, serta *symbol*, *logo*, and *type*.



Gambar 2. 8 Rantai Nilai Industri Desain Grafis/Desain Komunikasi Visual

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

- Desain industri, merupakan seni terapan yang tidak hanya menekankan nilai estetika namun juga nilai fungsi dari produk yang dihasilkan. Pada industri ini, proses kreasi melalui tahap analisis agar produk yang dihasilkan optimal baik dari segi estetis, ergonomis, dan fungsi.

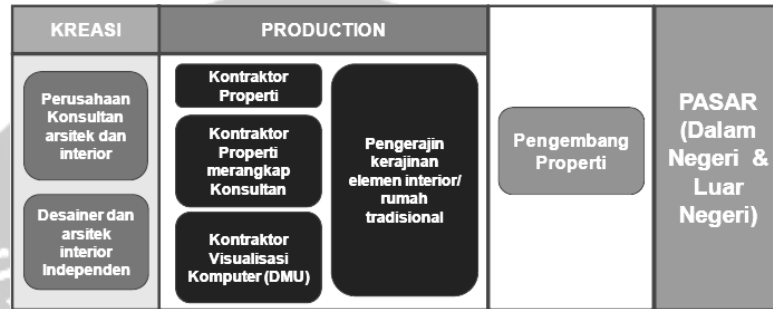


Gambar 2. 9 Rantai Nilai Industri Desain Industri

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

- Desain interior, berkaitan dengan segala sesuatu yang berada dalam dimensi ruang beserta elemen-elemennya (lantai, dinding,

langit-langit, dekorasi, jendela, pintu, pencahayaan, tekstur, dan furnitur). Dalam proses kreatif, desain interior berbeda dengan dekorasi interior karena melalui tahap analisis programatik untuk menyelesaikan persoalan ruang.



Gambar 2. 10 Rantai Nilai Industri Desain Interior

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

f. Fesyen

: Industri fesyen merupakan segala kegiatan kreatif yang berhubungan dengan produk busana seperti desain pakaian, alas kaki, aksesoris, tas, dan produk fesyen lainnya. Kegiatan tersebut juga terkait pemilihan bahan, pola desain, konsultasi serta distribusi fesyen.



Gambar 2. 11 Rantai Nilai Industri Fesyen

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

g. Film, Video, dan Fotografi

: Industri yang merupakan kegiatan kreatif terkait produksi film yang mencakup pembuatan scenario, tata suara atau *dubbing*, sinetron,

pemutaran film, jasa fotografi, jasa pengolahan video beserta distribusi rekamana video, film, dan foto.

h. Permainan Interaktif

: Industri yang terkait kegiatan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video bersifat hiburan, edukatif, dan ketangkasan.



Gambar 2. 12 Rantai Nilai Industri Permainan Interaktif

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

i. Musik

: Industri musik merupakan seluruh kegiatan kreasi/ komposisi, pertunjukan musik, produksi, dan distribusi dari rekaman suara yang didalamnya terdapat usaha distribusi reproduksi media rekaman, agensi musik, jasa komposer, jasa pencipta lagu, dan penyanyi.



Gambar 2. 13 Rantai Nilai Industri Musik

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

j. Seni Pertunjukan

: merupakan kegiatan kreasi yang meliputi pengembangan konten, produksi pertunjukan, balet, tari tradisional, kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, musik tur etnik, desain, dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung serta pencahayaan.



Gambar 2. 14 Rantai Nilai Industri Seni Pertunjukan

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

k. Penerbitan dan Percetakan

: merupakan kegiatan kreatif mencakup segala penulisan konten, buku, artikel, majalah, tabloid, koran, dan penulisan berita baik dalam media cetak atau digital.

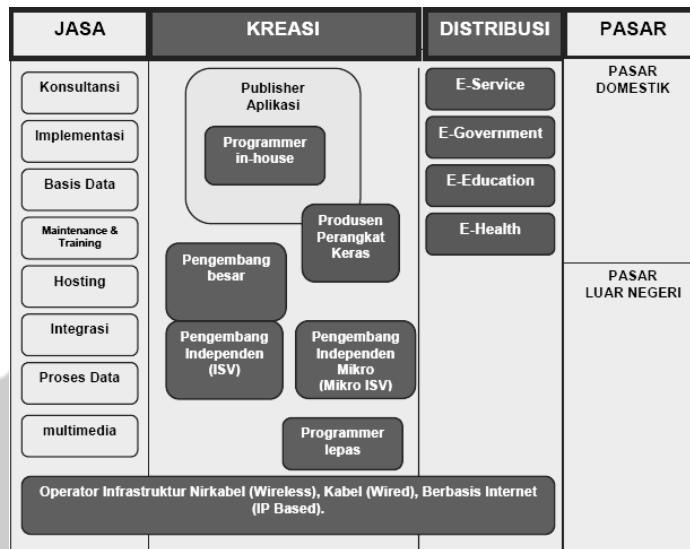


Gambar 2. 15 Rantai Nilai Industri Penerbitan dan Percetakan

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

l. Layanan Komputer dan Piranti Lunak

: merupakan segala kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain piranti lunak (arsitektur), desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal.



Gambar 2. 16 Rantai Nilai Industri Layanan Komputer dan Piranti Lunak

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

m. Televisi dan Radio

: merupakan kegiatan kreatif meliputi usaha kreasi, produksi, pengemasan, dan penyiaran serta transmisi televisi dan radio.

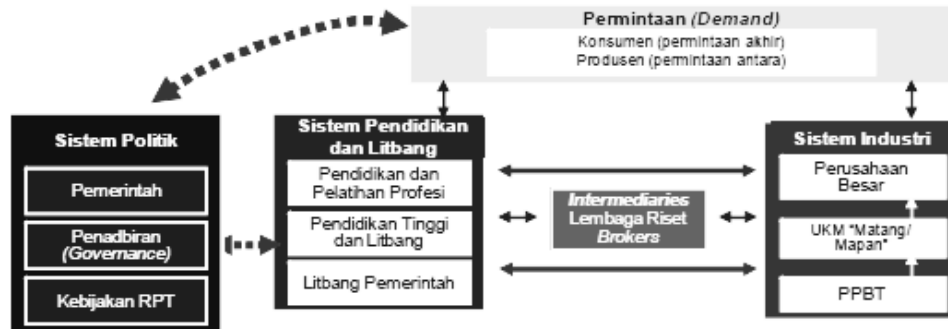


Gambar 2. 17 Rantai Nilai Industri Televisi dan Radio

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

n. Riset dan Pengembangan

: merupakan kegiatan kreatif yang meliputi usaha inovatif yang menawarkan ilmu, teknologi serta penerapan ilmu dan teknologi tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi baru sebagai alat pemenuhan kebutuhan pasar.



Gambar 2. 18 Rantai Nilai Industri Riset dan Pengembangan

Sumber : (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

2.2 TINJAUAN PASAR SENI DAN INDUSTRI KREATIF

2.2.1 Pengertian Pasar Seni dan Industri Kreatif

Pasar menurut teori ekonomi adalah situasi atau tempat dimana seseorang atau lebih pembeli dan penjual melakukan transaksi sebagai tanda kesepakatan tentang harga terhadap sejumlah barang atau jasa dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi¹⁴. Pasar memiliki dua makna menurut kajian sosiologi, pertama pasar (*market place*) merupakan bentuk fisik tempat bertemunya konsumen dengan produsen, dan kedua pasar (*market*) sebagai serangkaian hubungan sosial yang memberikan tatanan bagi pemenuhan kebutuhan dasar manusia mengenai distribusi barang serta jasa¹⁵.

Pada era modern ini, pasar telah berevolusi dan menjangkau berbagai bidang secara khusus seperti pasar seni. Pasar seni mengacu pada pengertian pasar dan seni yang telah dijelaskan sebelumnya memiliki pengertian sebagai situasi atau tempat pembeli (konsumen) dengan penjual (produsen/ distributor) melakukan kegiatan penawaran dan transaksi terhadap produk seni sebagai bentuk apresiasi terhadap karya seni. Pengertian pasar seni tersebut tidak mengikat kegiatan yang ada didalamnya, artinya kegiatan di pasar seni tidak hanya kegiatan ekonomi meskipun fokusnya pada kegiatan jual-beli.

Seni yang mendominasi sektor-sektor industri kreatif memiliki banyak macam kegiatan yang harus diwadahi seperti kegiatan jual-beli (pemasaran), gelar karya (pameran) dan lokakarya (*workshop*) sebagai sosialisasi dan sarana komunikasi antar

¹⁴ Sumber : Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

¹⁵ Sumber : (Damsar, 1997)

pengguna. Pasar seni dan industri kreatif adalah salah satu wadah dari kegiatan-kegiatan tersebut. Pasar seni dan Industri kreatif sendiri adalah tempat pembeli (konsumen) dan penjual (produsen/ distributor) bertemu dan melakukan kegiatan apresiasi seni yang merupakan produk industri kreatif dalam rupa kegiatan jual-beli (pemasaran), gelar karya (pameran) dan lokakarya (*workshop*) guna memenuhi kebutuhan manusia.

2.2.2 Standar dan Organisasi Pasar Seni dan Industri Kreatif

2.2.2.1 Standar Pasar Seni dan Industri Kreatif

Pasar seni dan industri kreatif memiliki syarat yang dipenuhi sebagai standar untuk mewadahi kegiatan serta kebutuhan pengguna. Persyaratan tersebut dibagi menjadi dua yaitu secara umum dan khusus¹⁶.

a. Persyaratan Umum

- Mendapat izin resmi dari pemerintah setempat atau telah direncanakan dalam rencana pembangunan daerah.
- Memiliki badan organisasi yang mengelola seluruh kegiatan pasar seni dan industri kreatif dalam hal ini adalah Dinas Pasar setempat.
- Mendapatkan perijinan membangun fasilitas umum (komersil).
- Mampu menjadi bagian dari citra kota Bandung sebagai identitas daerah.

b. Persyaratan Khusus

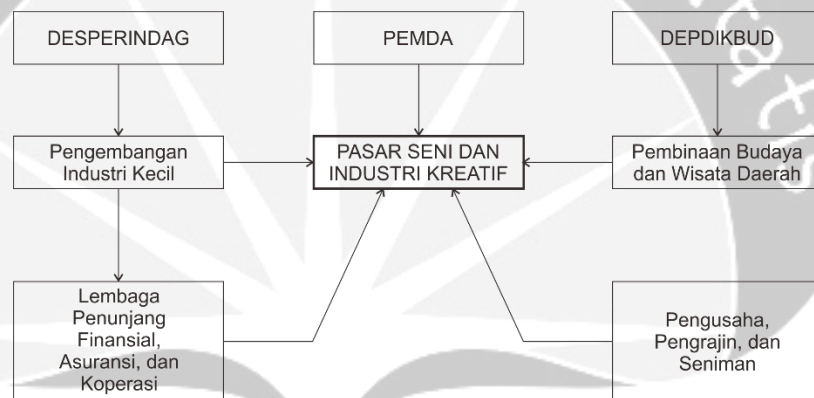
- Bangunan harus memenuhi persyaratan mendirikan bangunan sesuai peraturan daerah.
- Setiap massa bangunan menunjukkan fungsi yang ada yaitu pemasaran, pameran dan lokakarya.
- Memiliki sirkulasi yang jelas bagi pengguna.
- Bangunan harus mampu menampilkan karakter sesuai fungsi yang ada.
- Selain fungsi utama, bangunan juga harus difasilitasi dengan penunjang.
- Perencanaan pasar seni dan industri kreatif sebaiknya berada didalam kawasan strategis wisata sesuai keputusan menteri tentang Kawasan Strategis Pariwisata Nasional.

¹⁶ Sumber : (Astuti, 2009)

- Bangunan harus mudah diakses baik oleh pengguna, maupun oleh jalur utilitas kota/ daerah.
- Memiliki sistem utilitas, sistem struktur, sistem pencahayaan, penghawaan dan akustika yang memenuhi standar kenyamanan serta keamanan bagi pengguna.

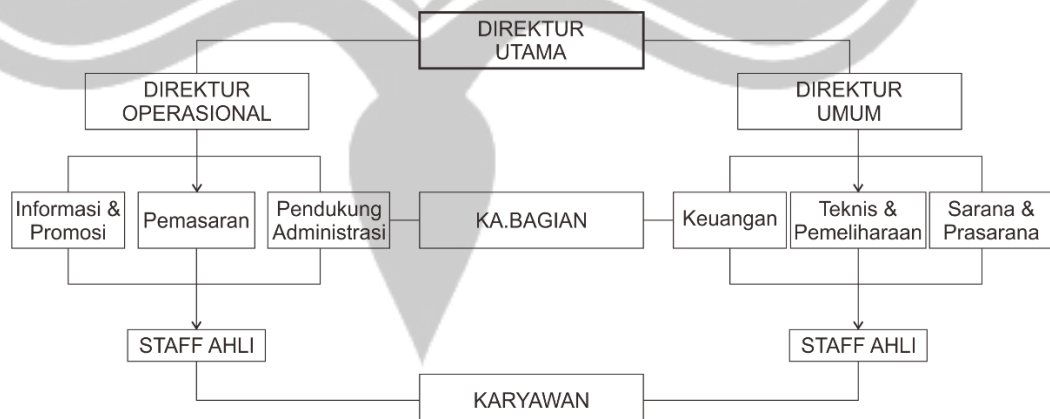
2.2.2.2 Struktur Organisasi Pasar Seni dan Industri Kreatif

Pasar seni dan industri kreatif merupakan wadah bagi komunitas dan penggiat bidang tersebut dibawah pemerintahan daerah/ kota sebagai upaya peningkatan kualitas akan daya jual produk-produk lokal yang menjadi potensi ekonomi dan sumber pendapatan daerah.



Bagan 2. 1 Struktur Kelembagaan Pasar Seni dan Industri Kreatif

Sumber : (Astuti, 2009) diolah penulis



Bagan 2. 2 Struktur Organisasi Pasar Seni dan Industri Kreatif

Sumber : (Astuti, 2009) diolah penulis

2.2.3 Tipologi Pasar Seni dan Industri Kreatif

Pasar seni dan industri kreatif termasuk ke dalam tipologi komersil yaitu pusat perbelanjaan. Pusat perbelanjaan sendiri memiliki pengertian sebagai berikut:

- a. Usaha perdagangan yang dilakukan secara bersama dengan menyatukan modal untuk efektifitas komersial (Beddington, 1982).
- b. Tempat terjadinya kegiatan pertukaran dan distribusi barang/jasa yang melibatkan perencanaan dan perancangan guna memperoleh keuntungan (bersifat komersil) (Gruen, 1973).
- c. Suatu kawasan perbelanjaan terencana dengan pengelolaan secara terpusat yang menyewakan unit-unit kepada pedagang, sedangkan pengawasannya dilakukan pengelola/manajemen yang bertanggung jawab secara penuh (Beddington, 1982).

Dari penjelasan mengenai tipologi komersil pusat perbelanjaan, maka dapat diperoleh tipologi pasar seni dan industri kreatif adalah tempat kegiatan transaksi jual-beli benda seni dan industri kreatif yang pengelolanya terpusat dengan metode persewaan unit/kios.

2.2.4 Visi dan Misi Program Pasar Seni dan Industri Kreatif

Program kegiatan pasar seni dan industri kreatif dibagi menjadi 3 yaitu kegiatan pemasaran sebagai aspek tipologi komersil, kegiatan pameran sebagai aspek apresiasi terhadap karya/produk yang ditampilkan, dan kegiatan lokakarya sebagai aspek interaktif yang memungkinkan adanya diskusi serta interaksi antar awam dengan penggiat seni/ komunitas atau pun antar komunitas sendiri. Adapun program kegiatan tersebut memiliki visi dan misi sebagai berikut:

2.2.4.1 Visi Program Pasar Seni dan Industri Kreatif

- a. Terjalin interaksi antara awam (wisatawan domestik atau mancanegara) dengan penggiat seni dan industri kreatif asli daerah/kota, serta antar penggiat sendiri.
- b. Meningkatnya apresiasi dan minat terhadap karya lokal.
- c. Meningkatnya perekonomian masyarakat di daerah/kota tersebut terutama bagi penggiat seni dan industri kreatif.

2.2.4.2 Misi Program Pasar Seni dan Industri Kreatif

Mewadahi kegiatan penggiat seni dan industri kreatif dalam suatu tempat (bentuk fisik bangunan) yang difasilitasi dengan layak.

2.3 TINJAUAN PROGRAM KEGIATAN PASAR SENI DAN INDUSTRI KREATIF

2.3.1 Standar Program Kegiatan Pasar Seni dan Industri Kreatif

2.3.1.1 Program Kegiatan Pemasaran dan Sosialisasi

Pemasaran dan sosialisasi produk (promosi) merupakan kegiatan utama yang diwadahi dengan fungsi komersil yang terdapat di pasar seni dan industri kreatif. Fungsi komersil sebagai wadah tersebut dapat diwujudkan dengan fasilitas utama sebagai berikut:

- a. Unit kios
- b. Area promosi dan publikasi

2.3.1.2 Program Kegiatan Workshop/Lokakarya

Pasar seni dan industri kreatif tidak hanya digunakan sebagai fungsi komersil namun juga sebagai fungsi edukasi yang interaktif yang diwujudkan dengan fasilitas sebagai berikut:

- a. Bengkel Seni

2.3.1.3 Program Kegiatan Pameran dan Apresiasi Produk

Kegiatan apresiasi akan diwadahi dalam program pameran dan apresiasi produk yang terdiri dari fasilitas sebagai berikut:

- a. Area Pameran *outdoor* dan *indoor*
- b. *Amphitheatre*

2.3.1.4 Program Kegiatan Penunjang

Kegiatan penunjang merupakan pendukung berjalannya kegiatan utama.

2.3.2 Pelaku Kegiatan Pasar Seni dan Industri Kreatif

Pelaku kegiatan pasar seni dan industri kreatif akan dibagi menjadi 3 yaitu pelaku kegiatan sebagai pengelola dan staff, tenaga ahli dan pengunjung.

- a. Pengelola dan Staff

Pengelola adalah orang-orang yang bertanggung jawab dalam menjalankan program kegiatan pasar seni dan industri kreatif. Pengelola meliputi direksi jabatan paling tinggi hingga karyawan serta staff yang melayani kegiatan penunjang.

b. Tenaga ahli

Tenaga ahli adalah pihak kedua yang berperan sebagai pengguna fasilitas yang diberikan pengelola namun juga memberikan servis kepada pengunjung, dalam tipologi ini contohnya seniman dan pedagang produk industri kreatif.

c. Pengunjung

Pengunjung adalah orang-orang yang datang ke pasar seni dan industri kreatif baik bertujuan sebagai pembeli, peserta lokakarya, atau sebagai penikmat karya seni termasuk pengguna pasif seperti supir, tamu kantor, atau petugas utilitas.

2.3.3 Kebutuhan Ruang Pasar Seni dan Industri Kreatif

Ruang-ruang yang dibutuhkan dalam tipologi pasar seni dan industri kreatif adalah sebagai berikut:

2.3.3.1. Fasilitas Utama

- Unit/ kios
: merupakan tempat penjual mendisplay produknya. Unit/ kios berupa ruang-ruang baik *outdoor* atau *indoor* yang diberi penyekat sebagai batas.
- Area promosi/ publikasi
: tempat pengguna meletakkan benda publikasi seperti poster, dan terdapat media pemutaran video publikasi.
- *Amphitheatre*
: merupakan wadah bagi pertunjukan seni.
- Bengkel seni
: merupakan tempat lokakarya dan media interaksi antara pengunjung dengan pelaku seni.

- Area display produk (pameran)
:berupa area publik yang berada di *outdoor* atau *indoor* sebagai sarana pengguna menampilkan hasil karyanya.

2.3.3.2. Fasilitas Penunjang

- Tempat parkir
: tempat parkir disesuaikan dengan kebutuhan jenis kendaraan yang mungkin masuk ke daerah/kota tersebut. Kendaraan yang dimaksud adalah kendaraan pribadi mencakup motor, sepeda dan mobil, kendaraan umum mencakup bus wisata, mobil angkutan kota, ojek, dan becak, serta kendaraan logistik/ angkutan barang berupa truk atau pick up.
- Pos keamanan
: sebagai tempat petugas mengawasi area parkir dan bangunan.
- Pusat layanan informasi
: berupa *lobby* kantor pengelola sebagai pusat yang memberikan informasi bagi pengunjung atau pengelola lainnya.
- Ruang pengelola
: merupakan tempat manajemen yang mengelola pasar seni dan industri kreatif.
- *Food court*
: tempat bagi pengunjung maupun pengelola untuk menikmati kuliner yang tersedia.
- Gudang
- Lavatori/ Kamar mandi/ Toilet
- Pintu gerbang
- Ruang hijau terbuka dalam rupa taman dan penghijauan