
AUDIT KOMUNIKASI VIRTUAL EXHIBITION PERTUNJUKAN SUMONAR FESTIVAL 2020

Oleh :

Windri Saifudin

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur

Email : windri.saifudin.ilkom@upnjatim.ac.id

Farikha Rahmawati

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur

Email : riikhaa@gmail.com

Andisa Rizky Febrianti

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur

Dewi Ratih

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur

Article Info

Article History :

Received 15 May - 2022

Accepted 29 May - 2022

Available Online

30 May - 2022

Abstract

Themed "Mantra Lumina" The Art of Light Performance held by SUMONAR has a very deep meaning, both for all parties involved in the festival and for the entire community who are still surviving in the midst of the Covid-19 Pandemic. The SUMONAR Festival is still present in the Virtual Exhibition 360 concept, the developments that continue to occur in the world of information technology are the reason for making this research. Aims to audit the communication process of the light arts show program and its future opportunities. The research method used is an evaluation method using a communication audit approach. This research design uses the five main stages of the Northwest Npower approach. The results of the communication audit stated that the implementation of SUMONAR FEST 2020 was going well by utilizing virtual exhibitions and website 360 media as the venue for the event and in accordance with applicable public communication rules. Although, there were some shortcomings that occurred, such as the lack of monitoring instruments during the event, lacking the attention of the audience on social media to attend. The recommendations given sharpen the instrument for monitoring events and are expected to further develop Virtual Exhibition 360 by implementing virtual reality 360 technology for alternative art performances in the future.

Keyword :

Communication Audit,

Event Management,

Virtual Exhibition

1. PENDAHULUAN

World Health Organization (WHO) menyatakan bahwa Coronavirus Disease-19 (Covid-19) menjadi penyakit menular dengan status kedaruratan kesehatan masyarakat (Manzia et al., 2020). Hal tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan *social distancing* dan lockdown untuk meminimalisir penyebaran COVID-19. Pemerintah juga membentuk Gugus Tugas Covid-19 untuk menutup tempat wisata dan melarang akses warga negara asing untuk masuk ke Indonesia guna mengurangi penularan COVID-19. Kebijakan tersebut menyebabkan berbagai sektor terdampak

COVID-19, salah satunya untuk sektor pariwisata. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Presiden Joko Widodo saat telekonferensi pada 16 April 2020 yang menyatakan bahwa dunia pariwisata adalah sektor yang paling berat terdampak COVID-19.

Pada 1 Oktober 2021 Badan Pusat Statistik mengeluarkan infografis yang menjelaskan jika jumlah pariwisata dari mancanegara maupun domestik mengalami penurunan. Penurunan kunjungan wisatawan mancanegara saat Januari-Agustus 2020 mencapai 3,44 sedangkan pada Januari-Agustus 2021 hanya 1,06 mengalami penurunan sebanyak 69,17%. Hal tersebut memberikan indikasi bahwa

COVID-19, selain itu menurut data koalisis seni Indonesia di bulan April 2020, sebanyak 234 Art Event dibatalkan. Hal ini menjadi tantangan bagi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, dalam kondisi ini tidak hanya para pemilik usaha pariwisata yang terdampak para seniman, musisi serta semua yang bergerak di sektor ekonomi kreatif juga merasakan hal yang sama.

Berbagai seniman dan kreator dalam bentuk apapun kini berlomba untuk tetap dapat berusaha kreatif. Oleh karena itu SUMONAR membuat Virtual Exhibition 360 dengan teman Mantra Lumina dan berjudul SUMONAR FESTIVAL 2020 dengan mengajak para seluruh kreator seniman cahaya di Indonesia. Festival ini menjadi usaha dari SUMONAR untuk tetap dapat memberi ruang bagi para seniman untuk dapat berkreasi walau di tengah pandemi.

Masa Pandemi Covid-19 belum menunjukkan tanda-tanda akan berakhir, akan tetapi masyarakat mulai haus akan hiburan dan konsep acara sebuah pameran atau festival. Telah banyak juga virtual exhibition sejenis yang terlaksana, maka dari itu penting rasanya melakukan evaluasi dari setiap program pameran yang dilaksanakan hal tersebut membuat penelitian “Audit Komunikasi Virtual Exhibition Untuk Inovasi Pertunjukan Masa Depan dengan Studi Kasus Pertunjukan Seni Cahaya SUMONAR FESTIVAL 2020” penting dilakukan untuk memberikan saran terhadap kegiatan pameran online yang lebih efektif, efisien dan berdampak, tidak hanya bermanfaat bagi SUMONAR Fest selaku penyelenggara tapi bagi para pegiat dan pelaku di sektor pariwisata dan ekraf untuk bisa lebih berinovasi lagi mengembangkan virtual exhibition.

Sebuah audit komunikasi muncul karena adanya sebuah kebutuhan empiris yang melihat bahwa sepenuhnya komunikasi internal tetapi sebenarnya dalam praktiknya sebuah komunikasi sering berjalan tidak sebagaimana mestinya yang akan berdampak pada kinerja organisasi tersebut sehingga eksekutif yang berada dalam organisasi tersebut memerlukan pemeriksaan secara teratur. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh sebuah organisasi maupun perusahaan yaitu dengan melakukan pemeriksaan dengan audit komunikasi. Audit komunikasi adalah praktik Public Relation yang mana kualitas komunikasi menjadi kedudukan penting di dalam

membangun kepercayaan serta dukungan antar organisasi dengan publiknya (Rachmat Kriyanto, 2006). Secara regular Public Relation selalu melakukan audit terhadap pelaksanaan sistem komunikasi organisasi tersebut baik secara internal maupun eksternal.

Fokus utama dari audit komunikasi yaitu mengevaluasi sistem komunikasi internal yang menekankan dalam aspek penilaian kualitas informasi yang mengalir di organisasi tersebut umpan balik kinerja, jalinan hubungan tingkat hubungan kerja dalam lingkungan komunikasi serta keterlibatan bawahan dalam proses pembuatan keputusan. Sehingga audit komunikasi dapat memberikan data yang dapat digunakan untuk pengembangan, petunjuk, anggaran komunikasi serta dapat menghasilkan rekomendasi mengenai perbaikan – perbaikan yang dibutuhkan oleh organisasi maupun perusahaan. (Rosli Mohammed & Burhan Bungin, 2015)

Manfaat dari audit komunikasi sendiri yaitu dapat mengukur kualitas serta hubungan – hubungan komunikasi, dalam jangka waktu panjang dan berulang dapat membuat pengukuran komunikasi, menganalisis apakah di dalam sebuah organisasi tersebut program komunikasi yang telah dijalankan berjalan lancar, serta dapat menilai kualitas informasi yang telah dikomunikasikan kepada sumber informasi. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa audit komunikasi adalah sebuah bentuk kajian mendalam serta menyeluruh mengenai pelaksanaan sistem komunikasi organisasi, sehingga audit komunikasi di dalam sebuah organisasi dapat dikatakan cukup penting sebab mempunyai peran yang besar di dalam keberhasilan sebuah organisasi.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam industri MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) sudah mulai dikembangkan di beberapa negara. Hongkong menjadi salah satu negara yang dipandang sebagai pelopor dalam lahirnya inovasi virtual event. Pasalnya sejak tahun 2014 Hongkong telah membuat perusahaan startup yang bertujuan untuk memfasilitasi para pelaku industri MICE dalam menjalankan manajemen acara secara digital. (Nurcahyadi, 2020)

Pameran virtual adalah kumpulan replika digital dari peristiwa atau objek nyata yang dikembangkan dengan bantuan alat multimedia dan virtual reality yang menghasilkan lingkungan simulasi di komputer, dan disampaikan melalui web sehingga pengguna

akan mendapatkan kepuasan yang sama seperti dilihat atau digunakan. Perbedaan antara pameran online dan virtual sangat tipis. Semua pameran virtual adalah pameran online tetapi tidak sebaliknya, Biasanya semua pameran virtual akan menyediakan simulasi lingkungan nyata menggunakan alat realitas virtual yang sedikit lebih sulit, mahal dan memakan waktu untuk mengembangkannya daripada pameran online sederhana. Tidak seperti pameran luring, pameran daring atau online dapat dilihat tanpa biaya dengan kenyamanan dan zona waktu sendiri (Khoon & Ramaiah, 2008)

Pertunjukan seni cahaya atau yang biasa dikenal dengan Video Mapping Production tipe pertunjukan video ini adalah hasil kerjasama antara video dan alat proyeksi seperti di bioskop, namun dengan layar berstruktur rumit dan tidak datar seperti tumpukan kotak, gedung, atau bahkan sebuah candi. Contohnya ketika kamu membayangkan Candi Borobudur berkerlap-kerlip indah di malam hari disertai dengan audio yang megah. Atau misalnya kamu melihat menara Eiffel terpancar bentuk-bentuk rumit yang terbuat dari cahaya. Keduanya merupakan produk yang menggunakan alat proyeksi dengan bidang tak datar atau akrab disebut dengan video mapping atau pemetaan video. (Getcraft, 2020)

2. METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah Kualitatif, yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konten khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode ilmiah (Moleong, Lexy J, 2001). Selain itu, alasan lain dari pemelihan kualitatif sebagai pendekatan penelitian, yaitu karena pendekatan ini digunakan untuk menggali informasi lebih rinci dan lengkap melalui wawancara mendalam yang dilakukan untuk mengungkap hal-hal yang belum terlihat jika hanya melalui pengamatan. Berdasarkan hal tersebut, hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada program Pertunjukan Seni Cahaya yakni SUMONAR FESTIVAL 2020 akan dilakukan dengan wawancara mendalam sebagai konfirmasi serta mengungkapkan hal-hal lain yang belum terlihat saat peneliti melakukan observasi.

Dengan pendekatan kualitatif peneliti dapat melakukan evaluasi pada program

"Pertunjukan Seni Cahaya SUMONAR FESTIVAL 2020" berdasarkan elemen-elemen evaluasi program melalui kata-kata dan bahasa yang diberikan oleh subyek penelitian mengenai program. Evaluasi dengan metode kualitatif ini dapat mencakup seluruh aspek yang meliputi input, output dan outcome.

Adapun paradigma yang digunakan dalam penelitian ini, adalah paradigma Konstruktivisme. Paradigma Konstruktivisme melihat realita sebagai konstruksi sosial, pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognisi dengan interaksinya dengan dunia obyek material. (Elvinaro, 2007) Selanjutnya untuk desain penelitian ini mengacu pada pendekatan dengan melakukan lima (5) tahapan utama, yaitu (NPower Northwest,2010):

1. Memahami dan mengkritisi praktik komunikasi di media sosial dan website sebagai venue penyelenggara pameran virtual. Pada penelitian ini dilakukan strategi penyelenggaraan acara dalam penggunaan website 360 dan instagram @sumonarfest untuk identifikasi visi, tujuan dan hasil, memilih target audien, memilih platform, dan melihat prosedur yang dijalankan oleh SUMONAR untuk mengadakan Program Pertunjukan Seni Cahaya.

2. Mengidentifikasi tingkatan praktik komunikasi dilihat dari kepengurusan divisi penyelenggara, ketercapaian perencanaan, kinerja koordinasi institusional dan evaluasi.

3. Menilai kinerja dan kapasitas saat ini dari sisi strategi, implementasi, integrasi, dan dukungan.

4. Identifikasi ruang lingkup, area untuk peningkatan komunikasi dilihat dari strategi dan implementasi serta integrasi dan dukungan.

5. Melakukan evaluasi perbaikan praktek dan pengulangan proses sesuai kebutuhan.

Subjek penelitian ini adalah SUMONAR selaku penyelenggara Program Pertunjukan Seni Cahaya pada Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia, sedangkan objek penelitian ini adalah mitra yang terkait dalam Program Pertunjukan Seni Cahaya seperti LZY Visual dan NMWorld atau Sembilan Matahari. Periode pengamatan penelitian dilakukan selama dua kali secara daring yakni yang pertama saat acara berlangsung 5-13 Agustus 2020 dan mengulas informasi lebih dalam lagi pada tanggal 6-20 September 2021 untuk memenuhi keabsahan data.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan snowball approach yang diawali dari ketua pelaksana SUMONAR untuk memperoleh informasi atau data melalui online meeting room aplikasi Zoom observasi di website sumonar.com dan videomappingindonesia.com untuk melihat aktivitas serta informasi tambahan yang mendukung seperti berita mengenai makna tema pertunjukan seni cahaya di tahun 2020, aktivitas selama acara berlangsung dan makna dari tema yang diangkat.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mendeskripsikan hasil dan temuan sesuai dengan prosedur panduan audit komunikasi media sosial yang telah dilakukan Npower. Peneliti juga melengkapi analisis dengan menambahkan analisis dari komite audit komunikasi yaitu dengan critical incident technique menurut (International communication Association (ICA). Analisis dalam penelitian ini berorientasi pada proses komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan SUMONAR dalam melakukan aktivitas dan agenda Pertunjukan Seni Cahaya, realisasi agenda serta implementasi dalam kondisi riil yang dilakukan pada masa pandemi COVID-19.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

SUMONAR FESTIVAL 2020 mengangkat tema "Mantra Lumina", tiap seniman dan mitra terkait menceritakan harapan terbaik mereka yang dibagikan melalui karya-karya terbaik untuk khalayak luas. Kehadiran sebuah inovasi di bidang festival untuk mendukung sektor pariwisata dan ekonomi kreatif berupa Virtual Exhibition 360 dapat membantu membangkitkan semangat para seniman untuk tetap optimis berkarya dan hidup di tengah pandemi Covid-19 ini.



Gambar 1. Tampilan Virtual Exhibition 360 di Sumonarfest.com

SUMONAR FESTIVAL 2020 di kemas dengan visual yang menarik dengan menggunakan Virtual Exhibition 360 yang mana para pengunjung bisa mengakses secara lebih leluasa dan seolah-olah menyaksikan secara luring, tidak hanya bisa melihat hasil karya seni dari para seniman. Para pengunjung juga bisa mengikuti talkshow, workshop dan membeli merchandise di menu website yang bernama Bazaar.

Pengembangan teknologi informasi yang terus terjadi di industri MICE ini, membuat penulis menemukan adanya sebuah peluang baru yang dapat dikembangkan dalam kegiatan virtual exhibition, yaitu sebuah konsep dengan pemanfaatan kecanggihan teknologi berupa Virtual Reality 360. Virtual reality merupakan sebuah teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan lingkungan dalam dunia maya yang disimulasikan oleh komputer, sehingga pengguna merasa berada di dalam lingkungan tersebut (Putra, Wahyudi and Tumilaar, 2018).

Audit komunikasi dalam penelitian ini terbagi menjadi 4 aspek, yaitu Aspek identifikasi strategi komunikasi dalam penggunaan Instagram, Aspek yang kedua yaitu Implementasi yang meliputi kegunaan media sosial Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan acara, membangun komunikasi dan monitori, Aspek integrasi, dan Aspek identifikasi peran serta media sosial instagram dan website 360 terkait dengan adanya dukungan dari instansi.

Strategi komunikasi dalam penggunaan instagram dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi visi, tujuan dan hasil, memilih target audien, memilih platform. Berdasarkan hasil wawancara mengenai praktik komunikasi di media sosial dan website 360 menunjukkan bahwa komunikasi sebagai strategi dalam mengaktualisasi visi, tujuan, target dan hasil yang di harapkan. Instagram digunakan sebagai salah satu media untuk memberikan informasi dan promosi acara, sedangkan website 360 sebagai virtual exhibition atau venue acara.

Pemanfaatan Instagram dan website digunakan oleh panitia untuk menyampaikan visi misi dan tujuan acara. Panitia menggunakan konsep interaktif sehingga diharapkan dapat menjadi sarana media komunikasi antara audience (calon peserta/pengunjung sebagai konsumen, partisipan/pengisi acara maupun mitra, baik

sponsor maupun vendor yang terlibat dalam suksesnya acara SUMONAR FESTIVAL 2020.

Selain penggunaan Instagram, panitia juga menjadikan website sebagai media penyampai informasi acara. Website di desain menggunakan teknologi Virtual Exhibition 360°. Teknologi tersebut dapat memberikan pengalaman baru bagi audience/penonton, yang meskipun acara diselenggarakan secara daring namun teknologi Virtual Exhibition 360° mampu memberikan suasana festival seni cahaya yang berbeda dan memberi keindahan yang tidak kalah dengan festival seni cahaya yang ditampilkan secara offline.

Terkait dengan hasil yang dicapai melalui penggunaan Virtual Exhibition 360° sebagai venue acara dan media sosial instagram, telah mampu menciptakan efisiensi dalam berkoordinasi dengan para seniman, mitra dan masyarakat sebagai audience.

Tema Mantra Lumina yang dipilih sebagai garis besar jalannya tujuan SUMONAR FESTIVAL 2020 telah mampu memberikan harapan dan semangat terbaik yang bisa dirasakan oleh para seniman yang terlibat maupun bagi para penikmat karyanya. Instagram mempermudah Sumonar dalam menyamapiakn informasi acara, Virtual Exhibition 360 memudahkan acara untuk tetap interaktif walaupun daring.

Aspek yang kedua yaitu Implementasi. Aspek ini meliputi penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan acara, membangun komunikasi dan monitori serta sebagai sarana mengembangkan komunikasi, proses monitori dan proses evaluasi. Hasil wawancara dengan narasumber memperlihatkan penggunaan Instagram lebih efektif dibandingkan dengan media sosial yang lainnya, hal tersebut karena pengguna instagram di Indonesia sangat banyak dan lebih populer daripada media sosial lainnya. Selanjutnya Virtual Exhibition 360 dipilih karena lebih bisa memungkinkan untuk interaktif dan menghadirkan banyak ruang daring daripada sekedar tampilan website biasa. Walau begitu selanjutnya untuk hasil wawancara mengenai adanya monitoring dan evaluasi penggunaan instagram @sumonarfest dan website sumonarfest.com didapatkan bahwa monitoring dan evaluasi dijalankan oleh tim internal Sumonar. Narasumber mengonfirmasi adanya proses monitoring dan evaluasi dalam menggunakan instagram dan

website 360 sebagai media komunikasi alternatif kepada audiens dan seniman di masa pandemi Covid-19.

Sebagian besar implementasi media sosial instagram digunakan untuk melakukan pengembangan komunitas, mitra dan membangun kerjasama, selanjutnya untuk implementasi website 360 digunakan untuk venue acara, booth bazar, sesi talkshow, workshop dan pameran. Sedangkan untuk monitoring dan evaluasi mempunyai porsi yang paling sedikit dan belum menunjukkan adanya implementasi yang optimal. Hal ini di konfirmasi oleh partisipan yang menyatakan bahwa mayoritas audiens yang hadir dalam SUMONAR FESTIVAL 2020 adalah dari sesama seniman.

Aspek ketiga yaitu integrasi, merupakan identifikasi instagram sebagai sarana komunikasi dan virtual exhibition 360 sebagai venue acara dan pelayanan yang terintegrasi dengan media komunikasi lainnya. Integrasi dalam penelitian ini merupakan adanya hubungan antara instagram, website dengan platfrom media komunikasi lainnya yang digunakan oleh Sumonar saat acara SUMONAR FESTIVAL 2020 berlangsung. Hasil wawancara dengan narasumber, peneliti menemukan bahwa Sumonar mengajak para seniman seni cahaya lokal dan mancanegara untuk hadir dalam SUMONAR FESTIVAL 2020 untuk sama-sama membagikan energi positif bagi masyarakat, dari kondisi ini menggambarkan bahwa Sumonar sudah menerapkan penggunaan beberapa platfrom media sosial untuk menunjang promosi dan kemeriahan acara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkatan implementasi pada integrasi sudah berjalan optimal dan cukup baik.

Aspek keempat yaitu identifikasi peran serta media sosial instagram dan website 360 terkait dengan adanya dukungan dari instansi. Hasil wawancara dengan narasumber, peneliti menembukan bahwa dukungan dari instansi cukup memadai seperti dari Bank DIY yang mendukung penuh acara SUMONAR FESTIVAL 2020 untuk memberikan inspirasi bagi para sneiman yang lain agar tetap berkarya dan menemukan peluang di tengah keterbatasan.

Kepengurusan tim Sumonar dalam SUMONAR FESTIVAL 2020.

Ada beberapa bagian kepengurusan seperti Curator of Sumonar Festival 2020 yang

berperan aktif untuk menjaga hubungan baik dengan para mitra atau stakeholder, lalu selanjutnya ada Program Director yang bertanggung jawab terhadap keberlangsungan acara Sumonar Festival 2020, lalu ada Interactive Light Art Installation Artist yang bertanggung jawab terhadap brief ke seniman dan penampilan karya di virtual exhibition. Lalu peran lainnya yang tak kalah penting yakni Director Program, Artistic Director dan General Affairs.

Ketercapaian perencanaan Sumonar dalam SUMONAR FESTIVAL 2020 dengan adanya pemanfaatan instagram serta virtual exhibition dengan website 360 pada masa pandemi dinilai sudah optimal. Hal tersebut dapat dilihat bagaimana SUMONAR FESTIVAL 2020 bisa tetap meriah secara visual, design dan interaktif untuk tampilan websitenya serta para pengisi acara yang cukup kompeten di bidangnya masing-masing. Penggunaan instagram pada @sumonarfest merupakan sarana komunikasi, promosi dan koordinasi yang efektif karena dapat memberikan informasi yang singkat, visualisasi dan animasi yang baik dan representatif terhadap tema acara yang mengandung semangat bagi semua orang.

SUMONAR yang awal mulanya di usul oleh Jogjakarta Video Mapping project (JVMP) dikenal sebagai kolektif seniman video mapping dengan banyak karya di tingkat nasional dan internasional. Sumonar berupaya untuk mengoptimalkan kinerja dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan seniman melalui instagram.

Kinerja koordinasi institusional secara institusional berjalan baik karena di dalam kepengurusannya telah dibagi rata sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Langkah yang cukup bagus bagi Sumonar berani mengadakan acara Festival Seni Cahaya di tengah keterbatasan Pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan virtual exhibition 360 sebagai venue acara dan instagram sebagai media promosinya, hal ini bukan semata-mata karena popularitas virtual exhibition dan instagram tetapi karena Sumonar juga sudah melakukan penelitian terkait yang bisa menghidupkan nuansa festival di tengah keterbatasan ini.

Evaluasi organisasi dalam penerapan instagram sebagai sarana komunikasi dan virtual exhibition 360 sebagai venue acara. Evaluasi dalam hal alokasi SDM perlu dilakukan karena secara keseluruhan SDM yang di alokasikan untuk menyediakan

program kurang optimal. Optimalisasi pegawai belum menunjukkan perannya secara optimal dalam memberikan informasi acara secara lebih menarik lagi kepada masyarakat. Selain itu dukungan atasan dalam rangka menerapkan media sosial sebagai sarana promosi acara juga dapat dikatakan belum optimal. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya peran serta atasan dalam melakukan komunikasi kepada jajaran organisasi dengan memanfaatkan media sosial khususnya instagram, Atasan fokus utama di konsep virtual exhibition 360-nya saja namun sempat melewatkan sarana media promosi dengan instagram.

Optimalisasi yang dapat dilakukan dalam rangka memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana komunikasi dan media promosi acara yaitu : a) Perlu adanya pemerataan informasi mengenai festival seni cahaya itu seperti apa ; b) Pemaparan konten mengenai peran seniman di tengah pandemi covid-19 dan penyampaian makna acara yang mendalam melalui konten-konten; c) Pemaparan visualisasi mengenai kelebihan menampilkan karya dalam panggung virtual yang itu semua dikemas secara visual maupun konten kreatif yang informatif dan menarik di akun instagram @sumonarfest. Untuk Virtual Exhibition 360 sudah cukup baik, karena interaktif dengan berbagai pilihan menu yang tersedia dan kemudahan di akses, hanya saja kurang di promosikan secara gencar di media sosial instagram sehingga visitor atau audien yang datang masih sedikit, tidak sebanyak ketika offline atau luring.

Identifikasi Strategi Penilaian Kinerja dalam Audit Komunikasi menggunakan Npower (2010) untuk menilai kinerja Sumonar dalam menggunakan instagram @sumonarfest dan Virtual Exhibition 360 di sumonarfest.com sebagai media komunikasi dan venue acara di masa pandemi Covid-19. Implementasi penelitian dalam audit komunikasi mengacu pada optimalisasi pemanfaatan media sosial, dari ketersediaan media sosial dan platform sehingga sampai pada aktivitas monitoring dan evaluasi program yang sudah berjalan/selesai. Pengembangan komunitas terjadi hanya pada beberapa komunitas yang ada di luar Sumonar, sedangkan pada internal Sumonar hanya berjalan sesuai dengan tanggung jawab kepengurusan organisasi masing-masing.

Penilaian tersebut dilakukan dengan audit assesment yang diambil dari practice audit communication Npower (2010) dengan 5

elemen level yaitu kepengurusan, perencanaan, institusional, evaluasi dan optimalisasi. Penelitian tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan sehingga dapat menemukan solusi yang dapat di improve atau improvement area.

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang bisa dijadikan improvement area yakni hasil, target, platform, monitoring, evaluasi, dukungan atasan dan optimalisasi pegawai. Secara keseluruhan permasalahan tersebut lebih dominan pada kurangnya instrument kebijakan, optimalisasi, konsistensi aktivitas, koordinasi internal organisasi dan tidak adanya instrumen monitoring evaluasi ketika program berlangsung serta monitoring evaluasi dalam rangka pengelolaan media sosial instagram secara konsisten.

Secara keseluruhan hasil rekomendasi dalam penelitian ini meliputi pentingnya pengelolaan media sosial untuk media promosi acara, memberikan rekomendasi mengenai optimalisasi proses acara daring, dan rekomendasi mengenai perlunya koordinasi dalam internal organisasi serta pentingnya aktivitas monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara internal selama program berlangsung.

Berdasarkan hasil audit komunikasi yang dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan oleh Sumonar dalam acara SUMONAR FESTIVAL 2020 lewat platform Instagram dan Virtual Exhibition 360 sebagai venue acara sudah berjalan dengan baik walaupun ada beberapa kekurangan yang terjadi. Salah satunya kekurangannya yakni topik konten untuk lebih mempromosikan acara yang kurang membuat masyarakat merasa harus hadir di acara ini, lalu selanjutnya kurangnya monitoring secara internal saat acara berlangsung dan yang terakhir kurang melakukan evaluasi secara mendalam yang bisa dijadikan acuan perbaikan program.

Implementasi Virtual Exhibition Untuk Mendukung Pariwisata

Pada proses implementasi ini konsumen pariwisata di harapkan dapat berkontribusi dalam kegiatan virtual exhibition 360 atau SUMONAR FESTIVAL 2020 dengan cara ikut hadir dan meramaikannya adanya kegiatan pameran virtual dengan membagikan momen tersebut ke media sosial mereka masing-masing.

Penggunaan konsep virtual exhibition 360 ini, dapat dijadikan sebuah konsep pameran virtual untuk masa depan dengan segala perbaikan agar lebih sempurna karena konsep ini menghadirkan nuansa yang semakin nyata dan dapat meningkatkan daya tarik pasar untuk mengunjungi kegiatan virtual exhibition.

Selain itu, karena SUMONAR FESTIVAL 2020 bersifat virtual maka dapat lebih menjangkau konsumen atau audiens yang terhalang oleh jarak atau bahkan negara sekalipun, karena yang spesial di SUMONAR FESTIVAL 2020 adalah para pengunjung bisa mengunjungi Lounge yang terdapat di sumonarfest.com. Di Lounge sendiri terdapat Booth Bazaar, penjualan official merchandise SUMONAR 2020, Chat Room, Talkshow, Workshop dan lainnya.

4. KESIMPULAN

Hasil audit komunikasi virtual exhibition untuk inovasi di masa depan dengan studi kasus pertunjukan Sumonar Festival 2020 dapat disimpulkan bahwa kondisi pandemi Covid-19 membuat banyak ahli dibidang event dan industri kreatif memutar otak untuk menemukan alternatif lain dalam upaya mempertahankan bisnis, seniman dan kreator. Kemajuan teknologi informasi membantu upaya dalam terwujudnya kegiatan agar tetap berlangsung secara online meski dalam situasi pandemi covid-19. Virtual Exhibition tidak dapat berjalan sendirian, ia membutuhkan dukungan media promosi dengan media sosial instagram, secara kaidah-kaidah komunikasi Instagram Sumonar sudah tampil cukup baik walau masih ada beberapa kekurangan yang terjadi, salah satunya konten yang kurang mempromosikan acara secara detail dan konsisten.

Selanjutnya Audit assesment menunjukkan bahwa tidak adanya instrumen monitoring dan evaluasi dalam berjalanya program SUMONAR FESTIVAL 2020. Temuan audit komunikasi Sumonar Festival 2020 ini memberikan rekomendasi kepada tim Sumonar untuk membuat kebijakan program dan pengelolaan konten instagram secara lebih baik.

Adanya inovasi Virtual Exhibition 360 ini adalah sebuah adaptasi baru yang dapat menghasilkan pengalaman yang lebih menarik dan efisien. Terakhir, hadirnya implementasi pengembangan teknologi pariwisata virtual exhibition 360 ini harus selaras dengan adanya kerjasama antar pemerintah dan pelaku industri

pariwisata, sehingga diharapkan agar seluruh sektor yang terlibat dalam kegiatan ini nanti kedepannya dapat mendukung adanya adaptasi teknologi yang menghasilkan inovasi yang berdampak.

Catatan dari Mantra Lumina SUMONAR FESTIVAL 2020 ini, pertama, karya-karya seniman cahaya dalam acara ini membuktikan berbagai praktik eksperimentasi yang menarik dan adaptasi yang luar biasa atas situasi kontemporer sekarang ini, kedua, ada berbagai efek kejutan dalam karya-karyanya yang akan melihat kekuatan mantra(harapan) yang kita butuhkan saat ini, ketiga, sumber-sumber referensi karya dalam karya mereka menunjukkan fenomena estetika baru yang lahir dari konteks ‘pasca produksi’, seperti yang dikatakan oleh Nicolas Bourriaud, dalam bukunya “Postproduction: Culture as Screenplay: How Art Repograms the World(2005)”, yaitu bagaimana para seniman ini merespons berbagai stok kultural berdasarkan pengalaman peserta dan mengekspresikannya dengan teknik “cut and remix”, “looping”, dan lain sebagainya, keempat, pada akhirnya Mantra Lumina bermakna sebagai gerakan perlawanan atas pandemi Covid-19 dengan cara menghidupkan harapan positif ditengah berbagai persilangan peradaban, pengaruh budaya media dan teknologi.

5. REFERENSI

- Budiyanto, H., Tutuko, P., Winansih, E., Setiawan, A. B., & Iqbal, M. (2020). Virtual Expo Menggunakan Panggung sebagai Solusi Pameran Online di Masa Pandemi COVID-19. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(3).
- Emiliya Johari. (2015). *Audit Komunikasi Pada Program Kampanye Earth World Wildlife Fund For Nature Indonesia*. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 9(1).
- Kamiliah, K., Widodo, B. S., & Amrozi, A. (2021). Humas Sebagai Stakeholder Sekolah Dalam Keterserapan Lulusan Siswa Smk Kesehatan Yannas Husada. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 7(2), 190–198.
- Mely Agatha Tampubolon, B. P. S. P. (2020). strategi komunikasi, stunting, program Genbest, Kementerian Komunikasi dan Informatika. 7(2), 4313–4329.
- Murwonugroho, W. (2020, March 13). *Surrealisme Dalam Jogja Video Mapping Project 2019*. Libprint.trisakti.ac.id.
- Pabian, B. (2020). *Virtual Tourism In The Era Of Coronavirus Pandemic - Chalenges And Hopes*. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie*, 21(specjalny), 147–157.
- Qonitia, M. A., & Yulianita, N. (2019). *Audit Public Relations Program Gerakan Hari Primata Profana Indonesia 2018*. *Prosiding Hubungan Masyarakat; Vol 4, No 2, Prosiding Hubungan Masyarakat (Agustus, 2018); 636-643*.
- Rachmad Rinata, A., & Sariniati, M. (2020). Strategi Marketing Public Relations Jawa Timur Park Group dalam Menjalin Good Relations dengan Stakeholders. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(2), 20–30.
- Ramansyah, (2018) *Audit Komunikasi dan Efektivitas Organisasi Studi Pada Humas Pemerintah Kota Binjai*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Rany An Nisaa Syabrina, 071514853004, Mustain, P., & Santi Isnaini, D. (2018). *Efektivitas dan Efisiensi Komunikasi Pada Penyelenggaraan Festival Damar Kurung Gresik Tahun 2017* Repository.unair.ac.id
- Cb.2020. Apa Itu Video Mapping?. Diakses melalui <https://crafters.getcraft.com/id/articles/apa-itu-video-mapping>
- Dimiyati, Vien. 2020. Pameran Seni Virtual di Tengah Pandemi Bangkitkan Seniman untuk Berkarya. Diakses melalui <https://www.inews.id/travel/destinasi/pameran-seni-virtual-di-tengah-pandemi-bangkitkan-seniman-untuk-berkarya/all>
- Saputri, C. D., Lestari, P., & Sosiawan, E. A. (2021). *Audit Komunikasi Media Sosial di Masa Krisis COVID-19*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 19.
- Farqo, T. (2020). *Sumonarfest 2020 Membawa Mantra Lumina di Tengah Badai Pandemi*. Video Mapping Indonesia. Diakses melalui <http://videomappingindonesia.com/2020/07/28/sumonarfest-2020-membawa-mantra-lumina-di-tengah-badai-pandemi/> di akses pada tanggal 29 September 2021
- Kemenparekraf. (2021). *Kemenparekraf*. Diakses melalui <https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>