



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 1 (2025) pp: 902-911

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Manajemen Pameran Desain Grafis Berbasis Project Based Learning pada Mata Kuliah Desain Media dan Pamer Pajang

Fitri Evita¹, Siti Aisyah²

Periklanan Medan, Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif

fitrievita.fe2@gmail.com, sitiaisyah@polimedia.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi manajemen pameran desain grafis berbasis Project Based Learning pada mata kuliah Desain Media dan Pamer Pajang. Penerapan Project Based Learning memberikan pengalaman belajar yang kontekstual dan kolaboratif bagi mahasiswa dalam menyelenggarakan pameran sebagai bentuk praktik langsung dari proses perkuliahan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengelola setiap tahapan kegiatan pameran, mulai dari perencanaan, pembentukan tim kerja, penyusunan anggaran, komunikasi publik, hingga evaluasi dan pelaporan. Tantangan yang dihadapi mencakup keterbatasan sumber daya, koordinasi tim, serta kemampuan teknis. Namun, melalui bimbingan dosen, refleksi kolektif, dan strategi pemecahan masalah, mahasiswa berhasil menghasilkan pameran yang tidak hanya layak apresiasi, tetapi juga membuka peluang ekonomi kreatif melalui publikasi digital dan transaksi karya. Kesimpulannya, PjBL dalam konteks manajemen pameran terbukti efektif dalam membentuk keterampilan profesional, pemikiran kritis, dan daya saing mahasiswa dalam industri desain grafis.

Kata kunci: Manajemen, Pameran, Project Based Learning, Desain Grafis

1. Latar Belakang

Manajemen merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengelola, menyusun, dan menjalankan proses secara tepat guna dan hemat sumber daya. Proses ini mencakup pengorganisasian berbagai aspek penting seperti tenaga kerja, bahan, keuangan, serta struktur organisasi agar tujuan dapat dicapai secara optimal. Dalam penyelenggaraan pameran, manajemen berperan penting dalam mengoordinasikan hubungan kemitraan, sehingga kegiatan pameran dapat berjalan lancar, diterima oleh masyarakat, dan memperoleh apresiasi yang layak [1].

Pameran adalah kegiatan menampilkan karya seni di ruang publik seperti galeri, yang menjadi wadah apresiasi antara seniman dan pengunjung dari berbagai latar belakang. Pameran berfungsi sebagai ajang pertukaran ide, penghargaan estetis, serta memiliki nilai ekonomi, di mana karya seni menjadi ekspresi kreatif bagi seniman, objek apresiasi bagi publik, dan komoditas bernilai bagi kolektor [2]. Pameran dalam dunia pendidikan desain tidak hanya menjadi ajang untuk menampilkan hasil karya, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun pengalaman nyata dalam manajemen proyek kreatif. Dalam konteks pendidikan tinggi, penting untuk mengintegrasikan pendekatan pembelajaran yang kontekstual dan berbasis praktik, salah satunya adalah Project Based Learning.

Project Based Learning dinilai efektif dalam membangun kemampuan kolaborasi, pemecahan masalah, dan keterampilan komunikasi mahasiswa [3]. Project Based Learning merupakan sebuah kegiatan pembelajaran praktik yang memerlukan durasi waktu yang cukup panjang, holistik dan interdisipliner terintegrasi dengan dunia sesungguhnya [4]. Project Based Learning tidak efektif apabila hanya mengukur keahlian dan keterampilan yang diasah di dalam kelas saja, dimana sebuah ilmu berlandaskan kepada metode pembelajaran teoritik dan pragmatis sederhana saja belum mampu memberikan pengalaman belajar yang dalam serta holistik. Dalam mata kuliah Desain Media dan Pamer Pajang pada program studi Desain Grafis PSDKU Medan, Politeknik Negeri Media Kreatif, pendekatan ini relevan untuk diterapkan sebagai strategi dalam merancang dan mengelola perhelatan pameran merujuk kepada strategi manajemen dan tata kelola event pameran desain grafis secara sistematis dan profesional yang memiliki nilai originalitas [5].

Materi yang diberikan dalam mata kuliah ini mencakup tentang penciptaan karya seni visual berbasis desain grafis sekaligus belajar terhadap media-media seni visual dan desain grafis yang sering dipamerkan pada beberapa perhelatan seni baik nasional maupun internasional [6]. Selain itu, mahasiswa diajarkan tentang manajemen pameran atau strategi teknis pameran, meliputi: rencana pameran atau penjadwalan kerja, konsep kuratorial, departementasi dan tim pelaksana, penyusunan proposal, strategi publikasi dan promosi, strategi mencari sponsor dan penyusunan bujet, strategi teknis pengepakan (packing karya), strategi display ruang dan manajemen sirkulasi alur pengunjung, serta menyusun *run down* acara pada pelaksanaan pameran dan melakukan acara pendukung dalam pameran, hingga evaluasi pameran.

Penelitian sebelumnya telah membahas mengenai efektivitas Project Based Learning (PjBL) dalam meningkatkan kemampuan kolaborasi dan kreativitas mahasiswa di berbagai bidang, termasuk desain komunikasi visual. Misalnya, Kamadi, Setiawan, dan Prabowo menekankan pentingnya pengelolaan pameran berbasis proyek dalam pendidikan desain, untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan mahasiswa beraktivitas karya seni dalam konteks manajemen seni sekaligus memunculkan daya cipta dan menumbuhkan sikap apresiasi antar sesama karya mahasiswa dan memunculkan karakter personal dalam berkarya juga kemampuan dalam mempublikasikan karya, namun kajian tersebut belum secara rinci membahas struktur manajemen pameran sebagai bagian dari pembelajaran berbasis proyek [7]. Begitu pula pada penelitian Andrea, terkait Project Based Learning pada mata kuliah fotografi yang lebih fokus membahas tentang kolaborasi mahasiswa dalam mengembangkan produk fotografi serta teknis karya fotografi yang dipamerkan, namun belum secara spesifik membahas strategi manajemen pameran termasuk ide dan konsep manajemen display pameran [8]. Oleh karena itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada hasil akhir berupa produk karya mahasiswa, bukan pada proses manajerial pameran yang juga merupakan kompetensi penting dalam dunia kerja industri kreatif. Oleh karena itu, masih terdapat kekosongan penelitian (research gap) dalam hal: (a) strategi konkret dalam manajemen pameran berbasis PjBL di program studi desain grafis PSDKU Medan Polimedia dengan indikator kemampuan mahasiswa dalam tiap tahapan, (b) integrasi antara proses pembelajaran, peran mahasiswa sebagai manajer proyek, dan peran dosen sebagai fasilitator, dan (c) evaluasi keberhasilan proyek pameran berdasarkan indikator pembelajaran dan pencapaian keterampilan manajerial [9].

Penelitian strategi manajemen pameran desain grafis berbasis Project Based Learning dalam bentuk pameran desain grafis pada mata kuliah Desain Media dan Pamer Pajang bertujuan untuk mengukur kemampuan mahasiswa dalam melalui tahapan atau proses mewujudkan pameran agar tepat waktu sesuai dengan time line schedule yang ditugaskan dan ditentukan bersama ditinjau dari beberapa aspek, yaitu: (a) untuk mengamati kemampuan mahasiswa melaksanakan strategi manajemen sesuai strategi teknis tata kelola pameran, diantaranya kemampuan membangun ide, konsep, tema pameran, juga menganalisis kemampuan mahasiswa dalam bekerja tim dan kemampuannya menyelesaikan masalah ditinjau perannya sebagai panitia project pameran sesuai dengan divisi-divisi (kelompok kepanitiaan) sesuai dengan tupoksi dan job description yang sudah ditentukan bersama, agar kegiatan pameran berjalan sesuai harapan. Sebagaimana diketahui, segala rentetan aspek strategi teknis kegiatan pameran harus dirancang secara matang, terutama berkaitan dengan tema atau tatak pameran. Selain itu dianalisis pula kemampuan mahasiswa dalam membangun konsep display meliputi tata letak karya dan tata ruang, kemampuan mahasiswa dalam meningkatkan jejaring sosial untuk kebutuhan sponsor dan fundraising, target audiens, publikasi, serta kemampuan dalam mendesain katalogus hingga kemampuan mengelola acara-acara pendukung pameran. Beberapa hal tersebut menjadi aspek yang wajib diukur. Penelitian ini juga bertujuan (b) untuk menganalisis kemampuan mahasiswa dalam mendesain karya desain grafis (media) yang akan dipamerkan sesuai dengan konsep kurasi (kuratorial) dan personal branding.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan metode pembelajaran berbasis Project Based Learning, khususnya dalam konteks strategi manajemen pengelolaan pameran desain grafis di lingkungan pendidikan tinggi. Melalui penerapannya, mahasiswa tidak hanya belajar menghasilkan karya visual dan desain grafis, tetapi juga terlibat secara langsung dalam proses perencanaan, manajemen, dan evaluasi kegiatan pameran yang mencerminkan praktik profesional di dunia industri kreatif.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan, yang beralamat di Jl. Guru Sinumba No. 06, Hekvetia Timur, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dalam konteks seni dan desain serta pembelajaran. Metodologi penelitian yang penulis gunakan adalah menggunakan teknik observasi terlibat dan observasi terkendali. Observasi terkendali dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian dengan tolak ukur dasar untuk meneliti

prilaku mahasiswa berdasarkan arahan strategi teknis manajemen kuratorial dalam hal karya desain grafis yang akan dipamerkan dan kemampuan manajemen strategi teknis tata kelola pameran yang diberikan kepada mahasiswa.

Dalam metode observasi terlibat, dilakukan keterlibatan langsung yang terintegrasi antara mahasiswa dan dosen dengan memberikan intervensi kepada mahasiswa, tujuannya adalah untuk melihat, mendengar dan mengalami realitas sebagaimana yang dialami oleh para pelaku, pada masyarakat dan kebudayaan setempat. Keterlibatan dalam observasi ini dapat dilakukan secara penuh, setengah-setengah atau fleksibel sesuai dengan tingkat keparahan situasi hingga menyebabkan peneliti sebagai dosen ikut campur. Selain observasi terlibat dan terkendali, untuk menganalisis poin-poin yang diteliti dilakukan wawancara kepada mahasiswa yang terlibat dan pengunjug.

Pada Project Based Learning pameran yang akan dikaji dibatasi hanya pada Pameran Bertajuk "Dimensi" yang dilakukan pada tanggal 20, 21 dan 22 November 2024, pada kelas 5A dan 5B Program Studi D3 Desain Grafis PSDKU Medan, Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan. yang bertajuk Pameran "Dimensi". Pada project kelas ini, peneliti sebagai dosen pengampu memiliki peranan keterlibatan yang berbeda-beda, ada yang setengah-setengah, atau fleksibel, namun ada juga keterlibatan yang amat penuh sesuai dengan konteks kebutuhan ketercapaian yang diharapkan pada pameran, sesuai dengan tugas tiap divisi pada kepanitiaan yang telah disusun sebelumnya. Adapun observasi keterlibatan secara penuh ialah dalam hal kurasi bagaimana cara membangun konsep berkarya, tema pameran, konsep penataan, dan teknis display karya pada pameran yang seluruh aktivitasnya disebut juga dengan aktivitas kuratorial.

3. Hasil dan Diskusi

Manajemen pameran membekali mahasiswa dengan keterampilan mengelola kegiatan pameran secara dinamis dan progresif. Tidak hanya menghadirkan pertunjukan yang bersifat rutin, tetapi juga mendorong pengembangan pola pikir kreatif dan inovatif, sehingga setiap pameran menunjukkan kemajuan yang berbeda. Proses ini mencakup kemampuan menganalisis, mengevaluasi, dan memilih solusi terbaik untuk berbagai tantangan dalam penyelenggaraan pameran [10]. Praktik ini telah diterapkan dalam perkuliahan sejak peneliti mulai mengampu mata kuliah Desain Media dan Pamer Pajang pada tahun 2019 hingga 2024, dengan menjadikan pameran sebagai bentuk Project Based Learning. Setiap tahun, mahasiswa berupaya menampilkan karya yang lebih menarik dibandingkan tahun sebelumnya. Hasil pameran dipublikasikan secara digital melalui platform YouTube dan Instagram. Dalam proses pembelajaran, dilakukan studi kasus dan perbandingan proyek-proyek terdahulu sebagai stimulasi guna mendorong mahasiswa menciptakan konsep-konsep baru yang kreatif, orisinal dan relevan bagi masyarakat dalam konteks desain grafis.

Melalui pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya dituntut untuk menghasilkan karya visual yang menarik, tetapi juga untuk berpikir kritis dalam mengembangkan konsep yang memiliki nilai guna dan relevansi sosial. Proses pameran menjadi lebih dari sekadar ajang presentasi karya, melainkan sarana reflektif terhadap isu-isu kontemporer, budaya lokal, serta kebutuhan komunikasi visual di masyarakat. Dengan demikian, mahasiswa mulai memahami bahwa desain grafis tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga pada fungsi dan dampaknya terhadap khalayak.

3.1. Strategi Manajemen Tata Kelola Pameran

Dalam penelitian ini, mahasiswa pada program studi Desain Grafis kelas 5A dan 5B yang berkolaborasi dalam proyek Pameran bertajuk Dimensi adalah sebagai objek penelitian. Ada 41 mahasiswa mahasiswa yang terlibat dalam pameran ini. Dalam Project Based Learning yang menerapkan strategi manajemen tata kelola pameran, mahasiswa harus mampu menjalankan organisasi kepanitiaan dengan tugasnya masing-masing, kemudian menyusun timeline dan menaatinya sebagai pedoman kerja agar mencapai target, kemudian mahasiswa harus mampu mengembangkan ide, konsep dan tema pameran, mampu menyusun RAB, merancang ruang pameran dan tata kelola display karya, melakukan penggalangan dana atau sponshorship, melakukan tugas kehumasan-desain publikasi sesuai target audiens dan desain katalogus pameran, dan merancang rangkaian acara dan hiburan, serta evaluasi dan pelaporan pameran.

a. Organisasi Kepanitiaan dan Job Description

Dalam struktur kepanitiaan, mahasiswa ditugaskan untuk menyusun struktur organisasi mini yang menyerupai sistem manajemen event profesional. Peran-peran seperti ketua panitia, sekretaris, bendahara, divisi kreatif, dokumentasi, media publikasi, sesuai dengan kemampuan dan minat masing-masing. Kemampuan untuk mengorganisasi peran ini menunjukkan adanya pemahaman mahasiswa terhadap alur kerja dalam tim serta pentingnya distribusi tugas yang adil dan proporsional. Komunikasi organisasi

menjadi unsur kunci, di mana komunikasi yang efektif memungkinkan terjadinya koordinasi lintas divisi secara efisien, mencegah konflik, dan memperkuat kerja tim.

Komunikasi organisasi dalam kepanitiaan event mencakup peran penting komunikasi efektif, koordinasi tim, dan pengelolaan informasi. Komunikasi yang terjalin dengan baik dapat meningkatkan kinerja tim, membangun pemahaman bersama, dan mencegah konflik. Selain itu, pemanfaatan teknologi dan pemilihan saluran komunikasi yang tepat menjadi kunci dalam mendukung kelancaran interaksi antar anggota kepanitiaan. Seorang PIC (Penanggung Jawab Kegiatan) dalam kepanitiaan event harus memiliki kemampuan organisasi, kepemimpinan, serta koordinasi yang efisien. Tanggung jawab utamanya adalah memastikan seluruh aspek kegiatan berjalan selaras, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Oleh karena itu, komunikasi yang jelas dan terarah antara anggota tim dan pihak terkait menjadi elemen penting dalam keberhasilan suatu acara [11].

Pada bagian ini, sebahagian besar mahasiswa sudah mampu menjalankan tugasnya sesuai arahan dosen. Pemilihan karakter yang tepat sebagai ketua pameran, sekretaris, dan bendahara mampu menjadikan kegiatan pameran berjalan dengan baik, walaupun terdapat tantangan-tantangan dalam proses pelaksanaannya.

b. Menyusun Timeline dan Berkerja Sesuai Target

Menentukan timeline dalam sebuah even pameran sangat penting untuk memandu kerja tim agar dapat selesai sesuai target. Hal ini, merupakan strategi manajemen waktu dan sebuah tantangan baru bagi mahasiswa panitia pameran dan memerlukan koordinasi serius.

Mahasiswa seperti belum terbiasa melakukan perencanaan pada even yang cukup besar. Sehingga, dalam pelaksanaannya, ada beberapa yang melampaui timeline yang telah dirancang dan disepakati bersama, sehingga berdampak kepada kualitas karya desain grafis yang telah dirancang sesuai kuratorial, perolehan sponsorship dan penyebaran undangan, serta publikasi yang terkesan lambat. Hal ini, menjadi sebuah tantangan yang sudah dapat diprediksi dan sudah disampaikan sebelumnya. Pada tahap ini, dosen terpaksa melakukan intervensi agar pameran dapat tercapai dengan baik dan mampu mengantisipasi dan adaptasi terhadap perubahan-perubahan yang terjadi.

Aspek komunikasi terpimpin dalam hal ini sangat penting dilakukan, karena di dalamnya terdapat kontrol (controlling) terhadap alur informasi, kejelasan instruksi, serta evaluasi kinerja tim. Komunikasi terpimpin memungkinkan setiap anggota memahami tugas dan tanggung jawabnya secara tepat, sehingga menghindari kesalahpahaman, konflik internal, maupun duplikasi kerja. Selain itu, peran pemimpin dalam mengarahkan arus komunikasi juga berfungsi untuk menjaga konsistensi visi dan misi kegiatan, serta memastikan seluruh proses berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun.

c. Mengembangkan Ide, Konsep dan Tema Pameran

Sebagai panitia sekaligus peserta pameran, mahasiswa harus mampu menampilkan karya-karya desain grafis yang representatif dan layak pamer. Pengembangan Ide, konsep dan tema pameran dilakukan oleh mahasiswa sendiri berlandaskan kepada capaian jenis-jenis karya yang akan hadir pada pameran. Tema "Dimensi" yang dipilih oleh mahasiswa tidak hanya merujuk pada dimensi fisik dalam desain, tetapi juga pada dimensi konseptual yang lebih luas. Kata "Dimensi" menggambarkan kompleksitas dan kedalaman dari proses kreatif seorang desainer grafis. Dalam konteks desain, setiap elemen grafis memiliki dimensi tersendiri yang meliputi bentuk, warna, tekstur, ruang, dan komposisi. Selain itu, desain grafis juga memiliki dimensi-dimensi lain yang tidak hanya tampak secara visual, melainkan juga memiliki makna dan fungsi.

Kreativitas mahasiswa terlihat dari bagaimana mereka menerjemahkan tema tersebut ke dalam karya visual yang tidak hanya estetik, tetapi juga sarat pesan dan makna. Beberapa karya bahkan menggunakan pendekatan interaktif menunjukkan adanya kesadaran terhadap perkembangan media digital dalam desain grafis. Kemampuan untuk merumuskan ide dan konsep yang orisinal sekaligus komunikatif menunjukkan bahwa mahasiswa telah menginternalisasi proses desain yang tidak hanya berbasis bentuk, tetapi juga berpijak pada nilai-nilai sosial dan konteks audiens.

b. Merancang Anggaran Belanja Pameran

Kemampuan merancang anggaran belanja merupakan salah satu kompetensi penting dalam pelaksanaan pameran berbasis Project Based Learning. Mahasiswa dilatih untuk menyusun perencanaan keuangan secara sistematis dan realistis, sesuai dengan kebutuhan kegiatan dan sumber daya yang tersedia. Penyusunan anggaran ini mencakup berbagai pos pembelanjaan, seperti produksi karya, dokumentasi, publikasi, konsumsi, perlengkapan display, hingga biaya operasional lainnya.

Dalam proses perkuliahan, mahasiswa dibekali pemahaman mengenai prinsip pengelolaan keuangan sederhana, termasuk cara membuat Rencana Anggaran Biaya (RAB), memprioritaskan pengeluaran, serta

mencari alternatif pembiayaan yang efisien. Mereka juga diajak untuk melakukan riset harga dan membandingkan beberapa vendor guna mendapatkan nilai terbaik dari setiap pembelian.

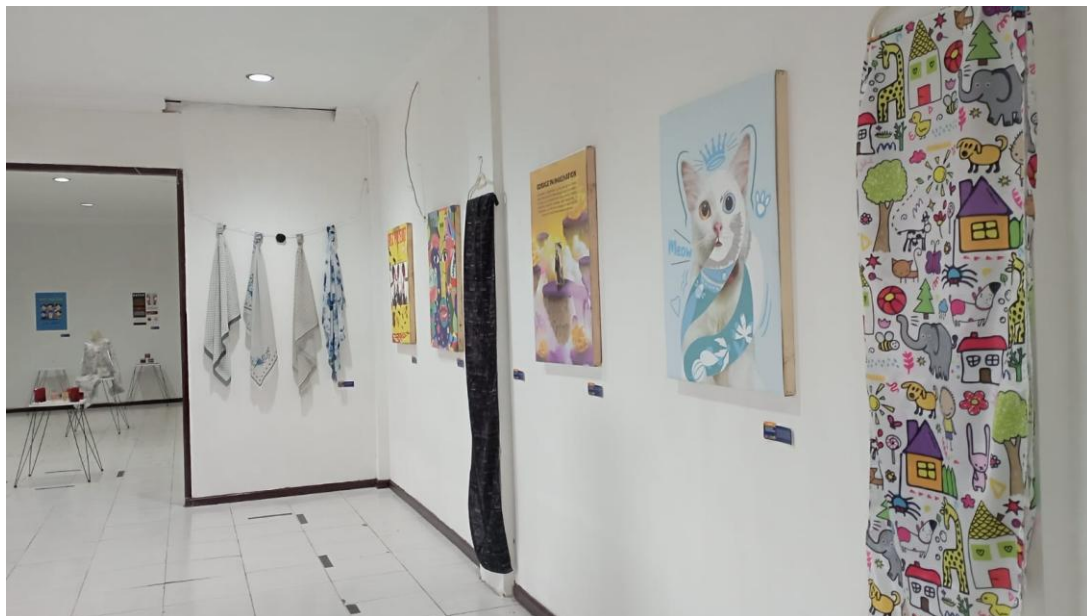
Keterlibatan langsung mahasiswa dalam merancang anggaran mengajarkan mereka pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam setiap pengeluaran. Selain itu, mereka juga belajar menyusun laporan pertanggungjawaban keuangan secara tertib, yang menjadi bagian integral dari profesionalitas dalam pengelolaan event.

Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya memahami bagaimana merencanakan dan mengontrol belanja kegiatan, tetapi juga mengembangkan rasa tanggung jawab, integritas, dan kecermatan dalam membuat keputusan keuangan. Kemampuan ini menjadi modal penting dalam menghadapi tantangan di dunia industri kreatif yang menuntut efisiensi, efektivitas, dan ketepatan anggaran dalam setiap proyek yang dijalankan

c. Tata Kelola Display Karya dan Ruang Pameran

Display bukan sekadar menata benda dalam ruang. ia adalah cara kita mempertemukan karya dengan mata, rasa, dan pikiran pengunjung. Dalam dunia pameran, display menjadi elemen penting yang membentuk kesan pertama dan terakhir bagi siapa pun yang hadir. Sebuah ruang pamer yang tertata dengan apik tidak hanya membuat karya lebih mudah dinikmati, tapi juga menciptakan pengalaman visual yang menyeluruh dan bermakna. Tantangan ini dihadapi oleh setiap perancang pameran baik exhibition designer maupun kurator untuk menyusun ruang yang bukan hanya fungsional, tetapi juga mampu menyampaikan pesan artistik dari setiap karya. Cara karya disusun, didekatkan, dijauhkan, disorot, atau dibiarkan terbuka memberi pengaruh besar terhadap bagaimana ia dipahami. Ragam pendekatan dalam merancang display memungkinkan berbagai cara penyampaian pesan kepada audiens. Tak sekadar soal keindahan, display yang baik dapat memperkuat makna, menambah nilai, dan menghidupkan karakter dari karya yang ditampilkan. Namun, ketika ruang terasa sesak, pencahayaan tak mendukung, atau alur pengunjung tak tertata, pengalaman pameran pun bisa terganggu dan karya kehilangan peluangnya untuk bicara [12].

Penataan karya dalam ruang pamer juga menjadi bagian penting dari strategi manajemen pameran. Mahasiswa diajak untuk memahami prinsip kurasi dan alur naratif visual dalam penempatan karya. Hal ini mencakup aspek teknis seperti pencahayaan, pemilihan media display (frame, panel, atau layar), alur sirkulasi pengunjung, hingga pemanfaatan ruang. Kegiatan ini melatih mahasiswa untuk berpikir secara spasial dan memperhatikan aspek pengalaman audiens dalam menikmati karya. Penataan yang baik menciptakan kenyamanan visual dan memudahkan pengunjung menangkap pesan dari tiap karya yang ditampilkan.



Gambar 1. Display Ruang Pameran Desain Grafis Dimensi

Pemajangan karya menggunakan aula yang disulap menjadi ruang pameran, namun sayang, karena keterbatasan anggaran, masih menggunakan display sederhana berupa meja minimalis, tanpa menggunakan lighting khusus untuk menyorot karya. Meskipun demikian, mahasiswa tetap berupaya memaksimalkan

estetika ruang dengan penataan yang kreatif dan pengelompokan karya yang tematis. Keterbatasan fasilitas tidak menyurutkan semangat mereka untuk menyampaikan pesan visual secara optimal kepada pengunjung. Justru, situasi ini menjadi ajang pembelajaran dalam menciptakan solusi kreatif di tengah keterbatasan.



Gambar 2. Display Ruang Pameran Desain Grafis Dimensi

d. Penggalangan Dana atau Sponsorship

Dalam pelaksanaan suatu acara, keterlibatan sponsor diperlukan untuk memperoleh dukungan dana dari pihak luar sebagai tambahan anggaran kegiatan. Selain memberikan dukungan anggaran, sponsorship berperan penting untuk memperkenalkan event pameran secara detail, meningkatkan brand awarness dan kepercayaan exhibitor [13].

Salah satu indikator keberhasilan dalam manajemen pameran berbasis Project Based Learning adalah kemampuan mahasiswa dalam menggalang dana secara mandiri, baik melalui sponsorship, donasi, maupun kegiatan ekonomi kreatif. Aktivitas ini bukan hanya mendukung aspek finansial pameran, tetapi juga mengasah kemampuan komunikasi, negosiasi, dan strategi pemasaran mahasiswa secara langsung.

Dalam pelaksanaannya, mahasiswa membentuk tim sponsorship yang bertanggung jawab menyusun proposal kerjasama yang profesional dan menarik. Proposal ini disusun dengan memperhatikan aspek branding acara, nilai tambah yang ditawarkan kepada mitra sponsor, serta target audiens yang relevan. Mereka juga membuat daftar calon sponsor potensial, baik dari kalangan swasta, institusi pendidikan, UMKM, maupun pelaku industri kreatif lokal. Kemampuan menyusun pesan yang persuasif, menyajikan data audiens, serta menjelaskan manfaat yang akan diperoleh pihak sponsor menjadi kunci dalam membangun relasi kemitraan. Dalam beberapa tahun terakhir, tim mahasiswa berhasil menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, seperti brand lokal, kafe, percetakan, media partner, hingga donatur individu.

Dalam hal ini, mahasiswa belum begitu sukses berhasil menemukan sponsorship yang mampu memberikan dukungan penuh pada pameran. Namun masih mendapatkan dukungan dari mitra dengan melakukan promosi bersama melalui media sosial dan publikasi offline. Dalam sesi refleksi, mahasiswa sebagai panitia mengakui bahwa kegagalan dalam mendapatkan sponsor menjadi pengalaman yang sangat berharga. Bahwa selain relationship yang sudah ada, tetapi aspek dokumen dan komunikasi perlu diperbaiki dan dievaluasi.

Pengalaman ini memperluas wawasan mereka tentang pentingnya kolaborasi dan strategi komunikasi dalam mendukung kesuksesan sebuah event kreatif. Dengan demikian, penggalangan dana dan

sponsorship bukan hanya sekadar aktivitas pendukung, melainkan bagian integral dari proses pembelajaran berbasis proyek yang memperkuat kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia profesional.

e. **Kehumasan, Desain Publikasi dan Katalog Pameran**

Pada bagian kehumasan dan desain publikasi, peran strategis diemban untuk membangun citra pameran serta menarik minat audiens agar hadir secara langsung dan terlibat aktif dalam proses apresiasi karya. Kehumasan tidak hanya bertugas menyebarkan informasi, tetapi juga membentuk persepsi publik terhadap nilai dan kualitas pameran. Melalui materi promosi yang dirancang secara visual dan komunikatif—baik dalam bentuk poster, konten media sosial, hingga katalog digital—tim ini berupaya menciptakan daya tarik yang mampu membangun antusiasme masyarakat. Keberhasilan kehadiran audiens dalam pameran tak jarang berujung pada terjadinya interaksi bermakna antara pengunjung dan karya, yang dalam beberapa kasus berkembang menjadi transaksi jual-beli, sekaligus mendukung potensi ekonomi dari karya desain grafis yang ditampilkan.



Gambar 3. Pengunjung Pameran Desain Grafis Dimensi

Divisi kehumasan memegang peranan penting dalam menjalin komunikasi antara tim penyelenggara dengan publik. Mahasiswa ditugaskan untuk menyusun strategi promosi yang mencakup desain materi publikasi seperti poster, media sosial, serta katalog pameran. Katalog berisi dokumentasi karya, profil kreator, dan narasi kuratorial, yang menjadi media komunikasi visual dan informatif selama pameran berlangsung. Pada kepanitiaan bidang ini, mahasiswa mampu menghadapi tantangan yang diberikan walaupun mereka menyadari bahwa peran mereka belum optimal dalam mengundang siswa-siswa dari beberapa sekolah setingkat SMA-SMK sebagai target audiens utama. Untuk publikasi pameran dapat dilihat melalui Instagram <https://www.instagram.com/dimensi.2024?igsh=MXMwZjBnYnNxYWN1YQ==>

f. **Rangkaian Acara dan Hiburan**

Pada kemampuan tim acara, peran mahasiswa dalam merancang dan mempersiapkan rangkaian kegiatan pendukung dinilai sangat penting dalam menciptakan suasana yang dinamis selama pameran berlangsung. Tim ini berhasil menyusun acara yang selaras dengan tema dan konsep pameran, seperti sesi pembukaan, pertunjukan seni, diskusi karya, maupun workshop interaktif. Keseluruhan agenda tersebut dirancang tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan interaksi antara kreator dan audiens. Dengan demikian, kemampuan tim acara mempersiapkan rangkaian acara yang selaras dengan pameran dianggap memenuhi tanpa menghilangkan esensi utama dari kegiatan pameran itu sendiri, yakni sebagai ruang apresiasi karya dan penyampaian gagasan visual. Penambahan elemen hiburan dan partisipatif justru memperkaya pengalaman pengunjung tanpa menggeser fokus utama pada nilai dan isi dari karya yang dipamerkan.

f. **Evaluasi dan Pelaporan Pameran**

Setelah pameran berlangsung, mahasiswa melakukan evaluasi menyeluruh terhadap seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pascaacara. Evaluasi ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik, tetapi juga menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan reflektif dan berpikir kritis mahasiswa terhadap proses yang telah dijalani.

Melalui laporan akhir yang disusun oleh masing-masing divisi, mahasiswa diajak untuk secara jujur dan objektif mengidentifikasi kelebihan, seperti efektivitas kerja tim, respons positif dari pengunjung, pencapaian target partisipasi, dan keberhasilan promosi. Di sisi lain, mereka juga mengevaluasi berbagai kelemahan dan kekurangan, seperti keterlambatan dalam persiapan, kurang optimalnya display, kendala teknis saat acara berlangsung, atau keterbatasan anggaran yang memengaruhi kualitas visualisasi karya.

Kemampuan mahasiswa dalam mengukur dan menganalisis kekurangan ini menunjukkan pemahaman bahwa pameran tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi juga dari proses yang kompleks dan dinamis. Evaluasi semacam ini memperlihatkan kematangan berpikir dan kesiapan mereka untuk menyempurnakan pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang. Dengan menjadikan setiap kendala sebagai peluang belajar, mahasiswa menunjukkan sikap adaptif dan bertanggung jawab, yang sangat relevan dalam konteks pembelajaran berbasis proyek dan dunia profesional di industri kreatif.

3.2. Karya Mahasiswa dalam Pameran Desain Grafis

Desain grafis merupakan bidang yang memainkan peran krusial dalam kehidupan modern. Di tengah dominasi budaya visual saat ini, desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang efektif. Keberadaannya dapat ditemukan dalam berbagai media, mulai dari iklan cetak dan digital hingga kemasan produk sehari-hari.

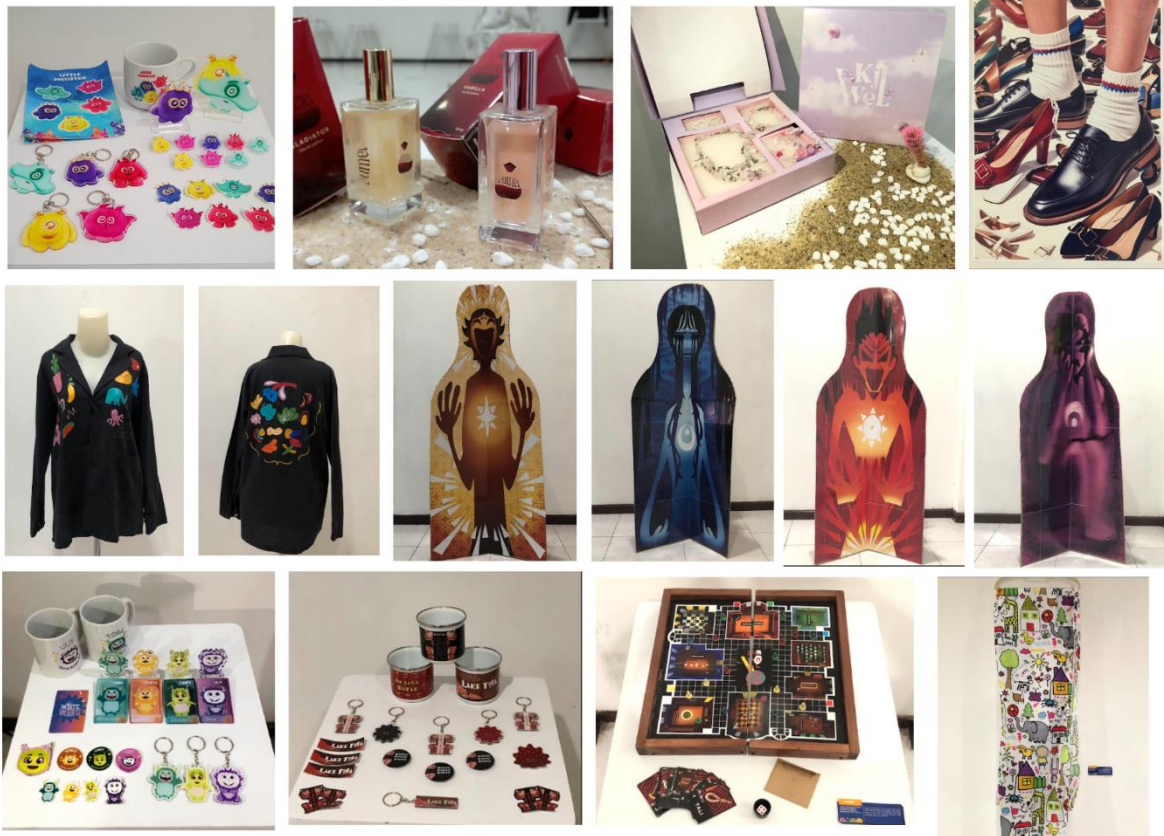
Sebagai cabang seni visual terapan, desain grafis menjembatani ide, pesan, dan audiens dalam konteks komunikasi visual. Peran strategisnya dalam industri kreatif sangat erat kaitannya dengan budaya populer dan kemunculan media massa, yang membuka peluang luas bagi para desainer untuk berkarya. Kebutuhan akan produk visual terus meningkat seiring berkembangnya industri kreatif, mencakup berbagai format seperti poster, flyer, ilustrasi, desain karakter, konten digital, desain kemasan, tipografi, hingga desain UI/UX untuk platform digital.

Ragam profesi di bidang ini pun sangat beragam. Seorang Desainer Grafis membuat materi visual seperti poster dan logo; Desainer UI menciptakan antarmuka digital yang menarik; Desainer Kemasan fokus pada kemasan produk; Motion Graphic Designer memproduksi animasi untuk media digital; Art Director memimpin konsep visual dalam proyek kreatif; Desainer Editorial mengatur tata letak publikasi; dan Branding Specialist membangun identitas visual perusahaan atau produk. Seluruh peran ini menegaskan bahwa desain grafis adalah bagian vital dalam memenuhi kebutuhan komunikasi visual di era digital dan industri kreatif saat ini.

Pameran ini menghadirkan berbagai jenis karya, termasuk karya seni instalasi yang mengadopsi teknik desain grafis sebagai medium kreatif. Pada pameran ini, terdapat 3 karya instalasi. Karya-karya yang dipamerkan memadukan elemen visual seperti tipografi, ilustrasi, dan grafis ke dalam bentuk tiga dimensi, sehingga menciptakan pengalaman interaktif bagi audiens. Selain instalasi, pameran ini juga menampilkan karya ilustrasi, termasuk komik yang mengekspresikan cerita visual, serta produk desain grafis terapan dalam bentuk merchandise, clothing, fashion, desain karakter dan garmen. Desain-desain pakaian dan aksesori yang dipamerkan menunjukkan bagaimana desain graifis dapat melampaui media konvensional dan merambah dunia mode serta gaya hidup.

Tak hanya itu, pameran ini juga mengusung karya-karya yang memadukan nilai budaya lokal dengan teknologi modern. Beberapa karya terinspirasi oleh kekayaan budaya Indonesia terkhusus budaya lokal Sumatera Utara, yang diwujudkan melalui eksplorasi visual dalam medium desain grafis. Inovasi-inovasi permainan interaktif juga turut dihadirkan, seperti kartu permainan, gameboard yang memungkinkan audiens untuk berinteraksi langsung dengan karya-karya ini, yang bertujuan untuk memperkaya pengalaman pameran secara mendalam dan inovatif.

Melalui pameran ini, mahasiswa ingin menunjukkan bahwa desain grafis tidak hanya sekadar menciptakan sesuatu yang indah secara visual, tetapi juga sebagai alat untuk menyampaikan pesan, mempengaruhi persepsi, dan menciptakan pengalaman yang bermakna bagi audiens. Dengan menghadirkan karya-karya yang menonjolkan berbagai dimensi tersebut, mahasiswa berharap dapat menginspirasi audiens untuk melihat desain grafis tidak hanya sebagai sesuatu yang berorientasi visual, tetapi juga sebagai disiplin yang memadukan seni, teknologi, budaya, dan komunikasi untuk mencapai tujuan yang lebih besar.



Gambar 3. Beberapa karya Desain Grafis Mahasiswa pada pameran Dimensi

3.3 Tantangan dan Solusi dalam Implementasi PjBL

Implementasi model pembelajaran Project Based Learning pada mata kuliah Desain Media dan Pamer Pajang memberikan pengalaman nyata dan kontekstual bagi mahasiswa dalam mengelola pameran desain grafis. Namun, dalam pelaksanaannya, model ini juga menghadirkan sejumlah tantangan yang perlu dihadapi dengan pendekatan strategis dan adaptif. Tantangan tersebut diantaranya adalah keterbatasan waktu dan jadwal akademik, keterbatasan sumber daya dan anggaran, tingkat kesiapan mahasiswa yang beragam, kendala komunikasi dan kepemimpinan, serta tekanan mental dan beban tugas mahasiswa.

Berdasarkan tantangan yang dihadapi dalam proses pembelajaran berbasis Project Based Learning ini, beberapa solusi perlu diterapkan untuk mendukung keberhasilan proses pembelajaran. Dapat diawali dengan perencanaan dan pembagian tugas yang terstruktur, dengan pendampingan dosen dalam menyusun timeline kegiatan dan pembentukan struktur organisasi proyek. Mahasiswa juga dibekali pelatihan teknis dan soft skills seperti manajemen acara, komunikasi visual, strategi sponsorship, serta penyusunan proposal. Tujuannya adalah agar mahasiswa lebih siap secara teknis maupun profesional dalam menjalankan proyek pameran.

Selain itu, kolaborasi dengan pihak eksternal seperti komunitas kreatif, sponsor, dan alumni turut diperkuat untuk mendukung logistik serta memperluas jaringan mahasiswa. Pendekatan reflektif dan evaluatif juga diterapkan agar mahasiswa mampu menilai proses kerja secara kritis dan terbuka terhadap masukan. Peran dosen sebagai fasilitator menjadi penting, tidak hanya dalam memberi arahan teknis, tetapi juga mendampingi mahasiswa secara psikologis saat menghadapi tekanan. Dengan strategi ini, PjBL terbukti mendorong terbentuknya karakter mahasiswa yang adaptif, kreatif, dan tangguh dalam menghadapi dinamika kerja di dunia industri kreatif.

4. Kesimpulan

Implementasi Project Based Learning pada mata kuliah Desain Media dan Pamer Pajang terbukti memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengembangkan keterampilan manajerial, kreatif, dan kolaboratif mahasiswa. Pameran tidak hanya menjadi sarana apresiasi karya visual, tetapi juga ruang belajar yang kompleks dengan menggabungkan aspek perencanaan, komunikasi, produksi, hingga evaluasi secara langsung.

Mahasiswa dilatih untuk bekerja dalam struktur organisasi nyata, menyusun anggaran, mengelola tim, melakukan promosi, menjalin kerja sama, serta menyusun laporan pertanggungjawaban kegiatan. Mahasiswa juga belajar menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya, komunikasi tim yang dinamis, dan tekanan deadline yang semuanya menjadi bagian dari pengalaman praktis yang tak tergantikan dan menciptakan pengalaman belajar yang bermakna, transformatif, dan kontekstual, sejalan dengan kebutuhan dunia industri kreatif saat ini. Hasil pameran yang dipublikasikan secara digital juga memperluas jangkauan audiens dan membuka peluang ekonomi kreatif bagi mahasiswa melalui interaksi pasar dan apresiasi masyarakat. Dalam jangka panjang, penelitian ini diharapkan menjadi dasar pengembangan model pembelajaran inovatif di bidang desain komunikasi visual yang lebih aplikatif dan adaptif terhadap perkembangan zaman, serta mampu mendorong terciptanya ruang-ruang pameran edukatif yang inklusif, kreatif, dan berkelanjutan.

Referensi

- [1] G. Cempaka, A. D. W, and M. Sajili, "Manajemen dan Tata Kelola Kemitraan Lintas Sektor Dalam Kegiatan Pameran Seni Rupa di Museum Basoeki Abdullah Jakarta Studi Kasus : Pameran Narasi Mitos dan Legenda," vol. 3, no. 2, 2021.
- [2] S. Nugroho, *MANAJEMEN DAN KURASI PAMERAN DESAIN*. 2022.
- [3] L. Zhang, S. Li, and Q. Zhao, "A review of research on adakites," *Int. Geol. Rev.*, vol. 63, no. 1, pp. 47–64, 2021, doi: 10.1080/00206814.2019.1702592.
- [4] M. . Baysha and E. R. . Astuti, "Implementasi Pameran Fotografi Berbasis Project Based Learning Program Studi Teknologi Pendidikan di Mataram," *Tekno. Pendidik.*, vol. 1, no. 2, p. 2016, 2016.
- [5] F. Telaumbanua, S. Aisyah, S. Andriani, S. Irianto, and A. Sani, "Digitalization of Multimedia-Based Publishing Management Learning Media at the State Polytechnic of Creative Media, Indonesia," 2022, doi: 10.4108/eai.16-11-2022.2326044.
- [6] S. Aisyah, M. H. Ramadhan, D. Syahputri, H. H. P, and W. E. M, "Pembangunan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Animasi dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa Masa Pandemi," *J. Pendidik. Multimed.*, vol. 3, no. 2, pp. 65–74, 2021, doi: 10.17509/edsence.v3i2.39729.
- [7] Kamadi, A. Setiawan, and D. P. Prabowo, "Tata Kelola Pameran Berbasis Project Learning Program Studi Desain Komunikasi Visual Program Studi Desain Komunikasi Visual," *J. Art, Design, Educ. Cult. Stud.*, vol. 5, no. 1, pp. 30–37, 2020.
- [8] N. J. Andrea, "Efektivitas Model Project Based Learning Dalam Pameran Aphic Week #3 'Eksplorasi' Sebagai Capaian Pembelajaran Mata Kuliah Fotografi Cetak Tua," *Specta*, vol. 7, no. 2, pp. 91–108, 2023, doi: 10.24821/specta.v7i2.11042.
- [9] Y. Ali and S. Aisyah, "Learning Effect Using Illustration in Multimedia Communication to Student Achievement," *Int. J. Sci. Res. ISSN (Online Index Copernicus Value Impact Factor)*, vol. 14, no. 9, pp. 2319–7064, 2013, doi: 10.21275/SUB158301.
- [10] M. Ashari, U. M. Makassar, S. B. Pasyah, U. M. Makassar, and K. Makassar, "Konsep Progressivisme Manajemen Pameran Prodi Pendidikan Seni Rupa UNISMUH Makassar (Analisis Kajian Filsafat Pendidikan John Dewey)," no. 3, 2024.
- [11] R. Meltareza, V. O. Pingkan, G. S. Melati, and A. Rahmansyah, "Implementasi Komunikasi Organisasi Pada Panitia Lomba Event Nasional," *J. Komun.*, vol. 17, no. 1, pp. 1–9, 2024.
- [12] J. Ivana, I. K. Mustika, and N. M. P. Utami, "Display Pameran Karya Seni MBKM 2023 Program Studi Seni Murni ISI Denpasar di Living World Denpasar," vol. 3, no. 2, pp. 148–153, 2023.
- [13] A. Rahida, A. Fitra, and I. Syafiganti, "Efektivitas Sponsorship Dalam Penyelenggaraan Pameran 34 th Trade Expo Indonesia," *Semin. Nas. Ris. Terap. Adm. Bisnis MICE*, vol. 1, no. 1, 2020.