Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja Volume 48, No. 1, Juni 2022: 1-16
p-ISSN: 0216-4019 e-ISSN: 2614-025X

PEMANFAATAN MODAL SOSIAL SEBAGAI *COPING STRATEGY* (STUDI KASUS SENIMAN PASAR SENI ANCOL MASA PANDEMI COVID-19)

Yunia Setyaningrum[1], Suci Prasita Dewi[2]
[1]Universitas Gadjah Mada
[2]Institut Pemerintahan Dalam Negeri
Email: [1]yuniasetyaningrum@mail.ugm.ac.id, [2]suciprasita@ipdn.ac.id

ABSTRAK. Pasar Seni Ancol sebagai ruang seni (*art center*) tertua dan terluas di Indonesia berisikan Komunitas Seniman Perupa di Pasar Seni Ancol memiliki tujuan yang sama yakni untuk membangun modal sosial dalam lingkup sosial. Komunitas Seniman memerlukan Modal sosial sebagai salah satu sumber daya yang bisa dimanfaatkan untuk mengatasi manajemen masalah (*coping strategy*) dalam situasi yang sulit, salah satunya pada masa pandemi COVID-19. Seniman Pasar Seni Ancol melakukan beberapa Coping strategy yang dapat diusahakan menghadapi masa pandemi antara lain sebagai berikut ; a) strategi aktif yaitu dengan cara mengoptimalkan potensi aset sosial media yang dimiliki oleh masing-masing seniman; b) strategi pasif dengan cara melakukan penghematan dengan menekan biaya hidup dan biaya produksi karya-karyanya; dan c) strategi jaringan dengan cara memanfaatkan hubungan baik dengan berbagai instansi organisasi serta kolektor karya-karya sebelumnya untuk mendapatkan bantuan dalam mendistribusikan hasil produksi lukisnya. Melalui kajian kualitatif, artikel ini ditemukan bahwa coping strategy yang dilakukan oleh para seniman Pasar Seni Ancol pada masa pandemi COVID-19 dapat terwujud karena pentingnya peran modal sosial. Modal sosial yang terbentuk dalam komunitas seniman Pasar Seni Ancol yang merealisasikan coping strategy adalah dalam bentuk bridging social capital. Bridging social capital yang dilakukan oleh para seniman karena adanya interaksi dan relasi dengan pihak luar komunitas Pasar Seni Ancol. Selain itu seniman membangun bridging social capital untuk mengakomodir distribusi kesejahteraan yang tidak didapatkan dalam bonding social capital.

Kata Kunci: Modal Sosial; *Bridging Social Capital; Bonding Social Capital; Coping Strategy*; Pandemi COVID-19, Seniman.

UTILIZATION OF SOCIAL CAPITAL AS A COPING STRATEGY (CASE STUDY OF ANCOL ART MARKET ARTISTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC)

ABSTRACT. *Pasar Seni Ancol as the oldest and largest art center in Indonesia containing the Artist Community at Ancol Art Market has the same goal, namely to build social capital in the social sphere. The Artist Community requires social capital as a resource that can be utilized in coping strategies in difficult situations, one of which is during the COVID-19 pandemic. Among the coping strategies carried out by Ancol Art Market artists during the pandemic are the following; a) an active strategy by maximizing the potential of each artist's social media assets; b) passive strategy by making savings by reducing costs for living and production costs of works; c) while the network strategy is to utilize good relations with various agencies and collectors in order to obtain assistance and distribute their painting products. Through this qualitative research, it can be seen that the coping strategy carried out by the Ancol Art Market artists during the COVID-19 pandemic can be implemented because of the large role of social capital. Social capital in the Ancol Art Market community of artists who realize the coping strategy is in the form of bridging social capital. Bridging social capital is owned by artists because of their interactions and relationships with parties outside the Ancol Art Market community. In addition, artists build bridging social capital to meet the distribution of welfare that is not found in bonding social capital.*

Key Words*: Social Capital; Bonding Social Capital; Bridging Social Capital; Coping Strategy; COVID-19 Pandemic; Artists.*

DOI: 10.33701/jipwp.v48i1.2332
Terbit Tanggal 30 Juni 2022

PENDAHULUAN

Pasar Seni Ancol merupakan *arts center* atau ruang seni terbesar dan tertua di Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 1977 sebagai wadah bagi wisatawan, penikmat seni, dan kolektor untuk bertemu dengan seniman. Seniman yang berada di Pasar Seni Ancol merupakan perupa yang mengolah seni dalam bentuk lukisan, patung dan pahat. Melalui Pasar Seni Ancol, puluhan perupa dari berbagai daerah di Indonesia bertemu dan memiliki misi yang sama yakni untuk memproduksi, memamerkan dan menjual hasil karya seni mereka.

Seniman Pasar Seni Ancol adalah komunitas yang memiliki latar belakang yang sama yakni sebagai kelompok yang mengandalkan hasil karya seni rupa sebagai sumber utama penghasilannya. Melalui Pasar Seni Ancol, para seniman dapat saling bertemu dan berhubungan sosial karena lokasi studio yang saling berdekatan dan berada di satu kawasan yang sama. Keseharian para seniman untuk memproduksi dan menjual karya seninya secara bersama-sama di Pasar Seni Ancol menjadi salah satu indikasi dari adanya kekuatan kekerabatan atau kohesi sosial yang berpotensi menjadi modal sosial. Terlebih lagi Pasar Seni Ancol telah berdiri selama lebih dari empat dekade dan telah dikenal oleh berbagai kalangan seni baik dari dalam maupun luar negeri.

Menurut (Grodach, 2011) komunitas seniman dapat terbangun salah satunya dikarenakan adanya Arts Center di suatu kota. Arts Center atau ruang seni di suatu kota memiliki fungsi sebagai lokasi pariwisata, inkubator seni serta pusat komunitas seni. Namun secara internal sebenarnya kontribusi utama ruang seni adalah sebagai saluran untuk membangun jaringan sosial dan modal sosial yang berkontribusi pada revitalisasi komunitas dan pengembangan artistik.

Modal sosial merujuk pada Robert D Putnam (1933) terdiri dari jaringan sosial, kepercayaan dan hubungan timbal-balik yang produktif untuk mencapai tujuan tertentu dalam kelompok masyarakat. Lebih lanjut lagi Putnam (2000) membagi modal sosial ke dalam dua tipologi yakni *bonding social capital* dan *bridging social capital*. Di negara berkembang, rezim kesejahteraan sangat bergantung pada hubungan komunitas dan keluarga untuk memenuhi kebutuhan mereka karena tidak memiliki akses untuk mendapatkan perlindungan dari negara atau pasar (Sumarto, 2017).

Pada saat ini, masa dimana situasi darurat terjadi karena adanya penyebaran virus COVID-19, modal sosial yang dimiliki oleh komunitas seniman Pasar Seni Ancol menarik untuk dilihat implikasinya. Respon pemerintah untuk menerapkan kebijakan pembatasan sosial demi menekan laju penyebaran virus di Indonesia juga berdampak bagi seniman Pasar Seni Ancol. Kebijakan pembatasan sosial menyebabkan Pasar Seni Ancol harus menutup total aktivitas bisnisnya sejak 14 Maret hingga awal Oktober 2020. Penutupan ruang bisnis tersebut kemudian memaksa seniman Pasar Seni Ancol untuk menghentikan proses produksi hingga penjualannya. Bahkan sebagian besar seniman yang berdomisili di luar Jabodetabek harus kembali ke kampung halamannya demi menekan biaya hidup di Jakarta.

Fenomena ini tentunya sangat menarik untuk diteliti. Kondisi pandemi yang terjadi secara tiba-tiba dan kebijakan pemberhentian aktivitas di tempat publik dalam waktu lama yang belum pernah terjadi sebelumnya. Hal ini membuat para seniman tidak memiliki persiapan untuk menghadapi kondisi ini. Seniman Pasar Seni Ancol mengandalkan Pasar Seni Ancol sebagai ruang bisnisnya karena disana mereka dapat memproduksi karya seninya dan disana juga mereka bertemu dengan pembeli karyanya.

Penutupan ruang bisnis seniman Pasar Seni Ancol selama hampir delapan bulan membuat para seniman melakukan upaya tertentu untuk dapat bertahan. Terlebih lagi seniman tidak mendapatkan gaji rutin seperti pekerja formal dan hanya mengandalkan penjualan hasil karya seninya untuk bertahan. Salah satu aspek

yang dapat diandalkan para seniman untuk bertahan selama masa pandemi COVID-19 adalah pemanfaatan modal sosial. Hal ini sesuai dengan pendapat (Pelupessy, 2013 : 49) bahwa modal sosial adalah sumber daya yang dimiliki oleh komunitas untuk menangani masalah yang dihadapinya.

Para seniman yang tergabung dalam suatu komunitas seniman di lingkungannya akan mendapatkan modal sosial. Modal sosial dari organisasi besar tersebut berfungsi bagi para seniman untuk meningkatkan akses mereka ke sumber daya ekonomi, sosial dan budaya yang tidak dapat mereka peroleh sebelumnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Howard Becker (1982) dalam (Zilberstein, 2019) dimana ia menganalisis seniman sebagai kelompok yang bekerja dalam jaringan atau "dunia seni" yang didefinisikan sebagai jaringan kerjasama yang diatur oleh kepercayaan dan hubungan timbal balik dalam kepentingan bersama menciptakan seni.

Pemanfaatan modal sosial sebagai sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk menyelesaikan permasalahan pada masa pandemi juga dilakukan oleh berbagai komunitas yang berkaitan dengan aktivitas usaha atau bisnis. Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh berbagai akademisi di Indonesia untuk mengetahui pemanfaatan modal sosial sebagai sumber daya yang dimiliki oleh komunitas pelaku usaha untuk bertahan selama pandemi, yakni antara lain penelitian kepada komunitas usaha *home industry* (Imron & Syafa'at, 2020), komunitas pedagang ikan di pasar Bersehati Manado (Duwila, Kandowangko, & Purwanto, 2020), komunitas UMKM bidang pariwisata di Magelang (Utami & Murniningsih, 2020), komunitas pedagang kaki lima (Hasanah, 2020), komunitas peternak sapi di kebumen (Hadinata et al, 2020), dan komunitas petani sayuran (Muflikhati & Sianipar, 2021).

Penelitian mengenai pemanfaatan modal sosial sebagai sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi komunitas seniman di Indonesia pada masa pandemi belum dilakukan. Oleh karena itu penelitian ini akan menambah khazanah pengetahuan mengenai implikasi modal sosial sebagai strategi penanganan masalah (*coping strategy*) bagi komunitas pelaku usaha di Indonesia yang dihadapi pada masa pandemi. *Coping strategy* merupakan strategi penanganan masalah yang dapat dilakukan dengan melakukan strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan (Suharto, 2003).

Modal sosial dalam Analisis Bourdieu terdiri dari tiga jenis, yaitu modal ekonomi, modal budaya dan modal sosial. Pertama, Modal ekonomi dapat diinterpretasikan menjadi uang, atau dalam bentuk hak milik institusional kelembagaan. Kedua, Modal budaya hadir dalam tiga kondisi yang berbeda yaitu pada kondisi inkorporasi/internalisasi, objektifikasi, dan institusionalisasi. Modal budaya secara internal terbentuk sebagai kualitas individu berwujud pengetahuan dan keterampilan, Ketiga, modal sosial adalah seperangkat sumber daya aktual dan potensial yang berkaitan dengan kepemilikan jaringan yang ada dalam hubungan yang kurang lebih melembaga dan saling menghormati. (Dwiningrum, 2014).

Sedangkan menurut Menurut Burt (1992), modal sosial adalah kemampuan masyarakat untuk melakukan asosiasi satu sama lain dan selanjutnya menjadi kekuatan inti yang tidak hanya pada hidupan ekonomi, tetapi terkait dengan beberapa aspek lain yang mendukung eksistensi sosialnya.

Putnam (2000) kemudian membedakan modal sosial dapat berdasarkan tipologi ikatan sosialnya, yakni Bonding Social Capital (modal sosial mengikat) dan Bridging Social Capital (modal sosial menjembatani). Bonding Social Capital (modal sosial mengikat) menurut Putnam (2000) terjadi diantara populasi yang homogen dan eksklusif. Ikatan antara orang dalam situasi yang sama, seperti keluarga dekat, teman akrab maupun rukun tetangga. Sedangkan *Bridging Social Capital* (modal sosial

menjembatani) menurut Putnam (2000) terjadi di masyarakat yang heterogen dan inklusif yang mencakup ikatan yang lebih longgar dari beberapa orang seperti teman jauh dan rekan kerja.

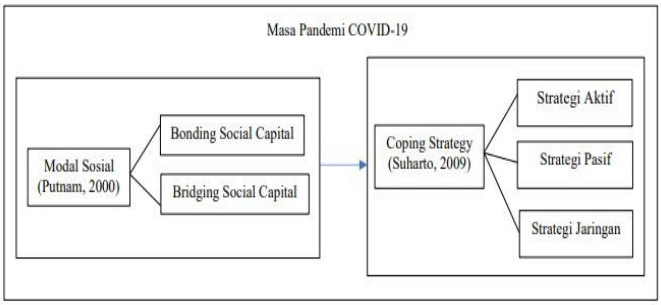
METODE

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dimana wawancara mendalam menjadi sumber data utama. Sample yang dipilih oleh peneliti adalah seniman yang membuka studionya atau tetap berkegiatan di Pasar Seni Ancol pada masa pandemi. Proses wawancara mendalam untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan dalam rangka meminimalisir penyebaran virus COVID-19. Wawancara dilakukan di ruang terbuka dan menerapkan jaga jarak antara peneliti dengan informan. Kemudian peneliti juga mengenakan masker selama melakukan wawancara mendalam. Wawancara secara berkelompok dengan beberapa seniman tidak dapat dilakukan karena akan menimbulkan kerumunan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kajian modal sosial Robert D Putnam (1993). Hal ini dikarenakan teori modal sosial yang dikembangkan oleh Robert D Putnam adalah teori yang mampu menjelaskan mengenai gotong-royong sebagai distribusi perlindungan sosial. Kajian modal sosial yang dilakukan oleh Robert D Putnam menggunakan pendekatan komunitas sebagai unit analisisnya. Modal sosial menurut Putnam terdiri dari kepercayaan, norma dan jaringan sosial yang produktif untuk mencapai tujuan tertentu dalam kelompok masyarakat. Modal sosial berfungsi sebagai semacam jaminan bagi kelompok masyarakat yang tidak memiliki aset untuk mengakses ke pasar kredit.

Strategi penanganan masalah pada penelitian ini merujuk definisi Suharto (2009: 23-24) yang menyatakan bahwa strategi penanganan masalah (*coping strategy*) dilakukan sebagai upaya dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi. Konsep ini dikembangkan oleh Suharto untuk mengkaji keluarga miskin keluar dari masalah yang dihadapinya. Pada penelitian ini coping strategies digunakan untuk melihat strategi penanganan masalah yang dilakukan seniman pada masa kritis yakni pandemi. Suharto (2003) membagi *coping strategy* kedalam tiga strategi, yakni strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan. Strategi aktif sebagai strategi penanganan masalah dilakukan dengan mengoptimalkan segala potensi yang dimiliki keluarga untuk mengatasi goncangan ekonomi. Strategi pasif menurut Suharto (2009) merupakan strategi penanganan masalah yang dilakukan dengan cara meminimalisir pengeluaran yakni dengan menekan pengeluaran seperti biaya untuk sandang, pangan, biaya sosial, transportasi, pendidikan dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Strategi jaringan menurut Suharto (2009) yaitu strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringannya mencakup lingkungan sosial dan lingkungan kelembagaannya.

Dalam artikel ini penulis membahas Analisis Modal Sosial dengan kerangka piker yang telah dijelaskan sebelumnya dalam Kajian Literatur diatas, sebagaimana gambar berikut:



Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Gambar 1. Analisis Modal Sosial

HASIL DAN PEMBAHASAN

Modal Sosial yang ditemukan pada seniman Pasar Seni Ancol

Seniman merupakan pekerjaan informal dengan pola pekerjaan dan pendapatan yang tidak menentu. Oleh karena itu seniman merupakan salah satu kelompok dalam masyarakat yang memerlukan modal sosial untuk dapat tetap

bertahan dalam berbagai situasi. Seniman yang tergabung dengan suatu komunitas tertentu akan lebih membuka kesempatan untuk mendapatkan modal sosial.

Seniman di Pasar Seni Ancol berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Mereka adalah seniman yang tidak memiliki latar belakang akademis ilmu seni. Mereka adalah seniman otodidak yang mengembangkan bakatnya menjadi profesi melalui Pasar Seni Ancol. Oleh karena itu seniman otodidak dari berbagai daerah di Indonesia tersebut melakukan proses seleksi untuk dapat menjadi bagian dari seniman Pasar Seni Ancol dengan tujuan dapat bertemu, belajar dan membangun jaringan dengan seniman-seniman hebat lainnya.

Terdapat beberapa kelebihan yang dimiliki oleh seniman jika bergabung menjadi bagian dari Pasar Seni Ancol, antara lain; mendapatkan nama besar Pasar Seni Ancol yang masih dipandang di komunitas seni lainnya; bebas berekspresi dengan memanfaatkan studio di Pasar Seni Ancol dan juga sebagai wadah bertemu dengan penikmat seni; serta menjadi bagian dari pengaplikasian program tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan PT. Taman Impian Jaya Ancol.

Pasar Seni Ancol adalah contoh dari pemikiran Grodach (2011) yakni Pasar Seni Ancol merupakan ruang seni di Jakarta yang memiliki fungsi sebagai lokasi wisata, inkubator seni serta pusat komunitas seni. Nama besar Pasar Seni Ancol sebagai lokasi untuk penjualan lukisan yang sudah dikenal luas serta kesamaan identitas sebagai komunitas seni lukis dapat dimanfaatkan oleh seniman yang tergabung di dalamnya untuk dapat membangun modal sosial yang kemudian dapat dimanfaatkan untuk bertahan dalam berbagai situasi.

Modal sosial merujuk pada penjelasan Putnam (1993) terdiri dari tiga unsur yang membangun yakni kepercayaan, jaringan dan hubungan timbal-balik. Unsur pertama yakni *trust* yang ditemukan dalan seniman Pasar Seni Ancol adalah sikap para seniman untuk saling percaya bahwa tiap seniman memiliki kelebihan dan keunikannya tersendiri. Seniman percaya bahwa meskipun terdapat puluhan seniman lukis yang bekerja di wilayah yang sama tidak akan saling melakukan plagiarisme dalam karyanya. Seniman percaya bahwa puluhan seniman lukis yang berada di Pasar Seni Ancol tidak memiliki tujuan untuk saling menjiplak karya melainkan untuk saling bertukar inspirasi dan informasi.

Selain itu kepercayaan juga ditemukan dalam bentuk seniman yang meninggalkan studionya dengan puluhan lukisan karyanya tanpa diberi pengamanan. Hal tersebut dilakukan karena seniman percaya bahwa lukisannya tidak akan dicuri dan seniman percaya bahwa lukisannya dapat laku terjual meskipun ia tidak berada di studionya. Seniman yang meninggalkan studionya akan menitipkan studionya tersebut kepada seniman lainnya. Sehingga jika ada kolektor yang mampir ke studionya, seniman lainnya akan menghampiri kolektor tersebut dan mendampinginya hingga laku terjual. Seniman yang mendampingi tersebut tidak bisa memaksa kolektor untuk membeli karya lukisannya, kolektor yang akan mencari lukisan yang diinginkannya. Jika lukisan yang dicari oleh kolektor adalah hasil karya seniman yang sedang tidak ada di studio maka seniman yang mendampingi kolektor akan membantu menghubungkan mereka.

Unsur kedua adalah hubungan timbal baalik atau sikap saling tukar kebaikan. Hubungan timbal-balik yang ditemukan pada seniman Pasar Seni Ancol adalah upaya untuk saling menjaga studio seperti yang telah dijabarkan pada paragraf sebelumnya dan saling berbagi rezeki. Seniman Pasar Seni Ancol akan berbagi rezeki yang dimilikinya seperti makanan maupun uang kepada seniman lainnya. Seniman yang suka memancing di pantai Ancol akan membawa hasil dalam jumlah yang banyak untuk kemudian dimasak dan dibagikan kepada seniman lainnya. Seniman terbiasa untuk saling berbagi makanan sebagai bentuk saling tukar kebaikan.

Selain saling tukar kebaikan dalam berbagai rezeki berupa makanan, seniman juga melakukan saling berbagi uang. Karena pola pendapatan yang tidak menentu dirasakan oleh semua seniman di Pasar Seni Ancol, jadi ketika salah satu diantara mereka ada yang mendapatkan rezeki karena lukisannya laku terjual maka ia akan berbagi kepada seniman lainnya. Hal ini dilakukan sebagai bentuk syukur karena lukisannya laku terjual dan membantu seniman lainnya yang lukisannya belum laku terjual. Meskipun jumlah uang yang diberikan sangat kecil namun tindakan ini saling dilakukan sebagai bentuk kepedulian antara sesama seniman Pasar Seni Ancol. Kemudian jika ada seniman yang kesulitan dalam hal finansial, maka seniman lain akan membantu memberikan pinjaman uang yang akan dibayarkan ketika lukisannya laku. Sehingga saling berbagi dan meminjam uang kepada sesama seniman ditemukan sebagai bentuk saling tukar kebaikan diantara seniman Pasar Seni Ancol.

Unsur ketiga dalam modal sosial menurut Putnam adalah jaringan. Seniman Pasar Seni Ancol merupakan seniman seni lukis dari berbagai daerah di Indonesia tanpa adanya latar belakang pendidikan seni kemudian membangun jaringannya melalui Pasar Seni Ancol. Jaringan sesama seniman Pasar Seni Ancol dapat terbangun karena mereka bekerja dalam lingkungan yang sama, memiliki pekerjaan yang sama dan memiliki tujuan yang sama untuk berada di Pasar Seni Ancol. Dengan menjadi bagian dari seniman Pasar Seni Ancol, seniman dapat mengenal dan berinteraksi dengan seniman dari berbagai daerah di Indonesia. Interaksi yang intensif diantara seniman Pasar Seni Ancol sebagai komunitas yang homogen kemudian menyebabkan dibentuknya organisasi Forum Seniman Pasar Seni Ancol. Forum tersebut merupakan dorongan untuk dilakukannya aksi kolektif sesama seniman untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi bersama.

Forum Seniman Pasar Seni Ancol Sebagai Bonding Social Capital

Modal sosial mengikat atau bonding social capital adalah hubungan yang terbangun dalam kelompok homogen yang terjadi karena adanya kesamaan tujuan dan latar belakang. Seniman Pasar Seni Ancol dalam penelitian ini adalah kelompok homogen yang merupakan seniman seni lukis yang memiliki tujuan untuk memproduksi, mempublikasi dan mendistribusi karya lukisnya melalui Pasar Seni Ancol. Persamaan tujuan dan identitas tersebut kemudian membangun *collective action* yang didorong melalui organisasi Forum Seniman Pasar Seni Ancol. Forum ini berfungsi untuk menyatukan seniman Pasar Seni Ancol dan menjadi jembatan seniman ke pihak manajemen Pasar Seni Ancol. Melalui Forum ini dirumuskan beberapa program kerja untuk membuat Pasar Seni Ancol kembali ramai dikunjungi wisatawan (sinergi dengan manajemen Pasar Seni Ancol) serta program untuk kesejahteraan seniman seperti adanya uang kas yang diberikan kepada seniman yang sedang mengalami kedukaan atau sakit.

Namun forum tersebut dibubarkan karena dirasa tidak efektif dan menimbulkan konflik. Forum Seniman Pasar Seni Ancol pernah diinisiasi pada tahun 2013-2017. Keberadaan forum justru dirasa membuat polarisasi seniman di Pasar Seni Ancol. Terdapat kelompok seniman yang dicap sebagai seniman dibawah arahan dan memihak manajemen Pasar Seni Ancol. Kemudian sebagian lainnya dicap sebagai kelompok seniman pemberontak yang tidak memihak ke Pasar Seni Ancol.

Kegagalan organisasi ini kemudian memudarkan aksi kolektif yang dilakukan oleh seniman Pasar Seni Ancol karena tidak ada yang menggerakkan. Rasa saling percaya dan saling tukar kebaikan tetap terjadi meskipun forum seniman tidak ada. Namun program kerja bersama untuk membuat pameran dan upaya kesejahteraan bersama seperti mengumpulkan uang kas menjadi terhenti karena tidak ada forum tersebut. Keberadaan forum memang tidak berdampak pada pendapatan yang diterima

seniman karena seniman. Akan tetapi ketiadaan organisasi pengikat akan memudarkan identitas dan keterikatan seniman dengan Pasar Seni Ancol. Kemudian kedepannya akan berdampak pada eksistensi Pasar Seni Ancol. Seniman perlahan akan meninggalkan Pasar Seni Ancol.

Pembentukan organisasi komunitas Pasar Seni Ancol gagal dikarenakan beberapa faktor; a) koordinator merupakan seniman dari Pasar Seni Ancol; b) seniman kuat dengan idealismenya; c) sulit untuk bernegosiasi dengan seniman; d) seniman memiliki prinsip "*free man*" yakni manusia bebas yang cenderung tidak suka mengikat dan diatur; e) konflik yang tidak dapat diselesaikan. Faktor ini yang kemudian menyebabkan Forum Seniman Pasar Seni Ancol tidak langgeng dalam pembentukannya, yakni hanya bertahan lima tahun saja.

Oleh karena itu *bonding social capital* tidak berkembang di dalam komunitas seniman Pasar Seni Ancol. Sejatinya seniman merasa memerlukan pemimpin yang dapat menggerakkan mereka untuk melakukan aktivitas bersama. Namun pemimpin dan organisasinya bukan seperti Forum Seniman Pasar Seni Ancol yang pernah terbentuk sebelumnya. Mereka menginginkan pemimpin yang merupakan manajer seni yang bukan dari kalangan seniman Pasar Seni Ancol, melainkan orang yang memang memiliki keahlian dalam manajemen seni. Dengan latar belakang tersebut diharapkan pemimpin dapat menyatukan seniman dan membawa dampak kesejahteraan bagi para seniman Pasar Seni Ancol.

Peran sebagai *arts manager* seharusnya dapat dilaksanakan oleh pihak manajemen Pasar Seni Ancol. Namun sayangnya hubungan yang terbangun antara seniman dan manajemen Pasar Seni Ancol hanya sebatas penyedia dan penyewa lahan saja. Hubungan ini harus lebih dikembangkan lagi sehingga dapat memberikan dampak bagi kedua belah pihak. Manajemen Pasar Seni Ancol dapat berperan untuk mengelola tata kelola ekosistem seni yang ada. Sehingga *bonding social capital* dapat disuburkan dan dimanfaatkan untuk kemajuan secara bersama.

Jaringan Eksternal Pasar Seni Ancol Sebagai *Bridging Social Capital*

Modal sosial menjembatani atau *bridging social capital* adalah hubungan yang longgar dari berbagai aktor di luar kelompok. Pada seniman Pasar Seni Ancol *bridging social capital* terbentuk antara lain dengan instansi publik, instansi privat, lembaga sosial masyarakat nonprofit maupun dengan para kolektor. *Bridging social capital* terjadi karena terdapatnya kelemahan di dalam kelompok untuk menyelesaikan permasalahan sehingga dicari solusi dari luar kelompok.

Seniman Pasar Seni Ancol membangun jaringan untuk dapat mempublikasikan dan menjual karyanya. Pasar Seni Ancol adalah salah satu wadah yang dijadikan oleh para seniman untuk membuka jaringan dengan pembeli dan kolektor yang telah mengenal nama besar Pasar Seni Ancol. Untuk dapat semakin memperluas jaringan publikasi dan penjualan karya seninya, seniman Pasar Seni Ancol juga aktif mengikuti berbagai kegiatan yang dilaksanakan berbagai komunitas di luar Pasar Seni Ancol.

Pembeli lukisan dari Pasar Seni Ancol tidak sebanyak pembeli dari jaringan lain diluar Pasar Seni Ancol yang dibangunnya. Informan merasa konsumen karya seninya lebih banyak ia dapatkan diluar Pasar Seni Ancol seperti mengikuti berbagai pameran serta demo lukis di ruang publik. Pembeli yang lebih banyak didapatkan diluar Pasar Seni Ancol, kesempatan untuk melakukan berbagai pameran dan demo lukis diperoleh sesuai dengan upaya membangun jaringan yang dilakukan oleh masing-masing seniman. Antara seniman satu dan lainnya di dalam Pasar Seni Ancol memiliki perbedaan aktivitas dan perbedaan jaringannya di luar Pasar Seni Ancol.

Sehingga modal sosial menjembatani atau *bridging social capital*

yang terjadi pada seniman Pasar Seni Ancol memiliki dampak positif yakni memberikan informasi mengenai pameran dan kegiatan seni, menghubungkan dengan komunitas seni lainnya, memperluas hubungan dengan kolektor seni yang kemudian berdampak pada penjualan lukisan. Manfaat tersebut tidak dapat mereka dapatkan jika hanya mengandalkan modal sosial mengikat yang ada di dalam Pasar Seni Ancol. Semakin aktif seniman membentuk jaringan diluar kelompok Pasar Seni Ancol maka akan semakin memperluas jaringan dan manfaat baginya. Hal ini sesuai dengan pendapat (Leonard, 2004) bahwa *bridging social capital* lebih bermanfaat bagi individu di dalamnya bukan untuk komunitasnya.

Coping Strategy Seniman Pasar Seni Ancol

Coping strategy dalam penelitian ini merujuk pada strategi penanganan masalah yang dilakukan seniman sebagai upaya dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi sebagai permasalahan kelangsungan hidup pada masa kritis yakni pandemi COVID-19. Menurut Suharto (2003) *coping strategy* dapat diakukan dengan tiga strategi, yakni strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan. Berikut penjabaran dalam setiap strategi tersebut yang dilakukan oleh seniman Pasar Seni Ancol pada masa pandemi COVID-19.

Memaksimalkan Potensi Digital Sebagai Strategi Aktif

Strategi aktif dalam *coping strategy* dilakukan dengan memaksimalkan potensi dan aset yang dimiliki seniman maupun komunitasnya untuk bertahan pada situasi sulit. Ranah digital merupakan potensi dan aset yang dimiliki oleh seniman namun belum dimaksimalkan penggunaannya. Akun media sosial seniman adalah aset yang dimiliki dan dapat dimanfaatkan untuk melakukan publikasi dan distribusi hasil karya yang selama ini tidak dimaksimalkan potensinya.

Media sosial jika dimanfaatkan dengan baik dapat membantu menghubungkan seniman Pasar Seni Ancol dengan seniman dan kolektor lainnya dari berbagai belahan dunia. Namun sayangnya seniman Pasar Seni Ancol belum memiliki kemampuan atas hal tersebut. Mengunggah ke media sosial diharapkan dapat membantu publikasi karya seninya karena pada masa pandemi ruang pamer mereka di Pasar Seni Ancol harus ditutup. Begitu juga dengan pameran-pameran lukisan yang dapat menjadi wadah mereka untuk mempublikasikan karyanya yang harus ditutup selama pandemi. Media sosial menjadi salah satu jalan keluar bagi mereka untuk dapat tetap eksis saat pandemi. Sayangnya unggahan melalui media sosialnya tersebut dilakukan tanpa teknik dan kriteria tertentu yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan potensi konten yang diunggahnya, yakni karya seni lukis.

Keterbatasan seniman Pasar Seni Ancol dalam memonetisasi karyanya melalui platform digital menyebabkan uunggahannya ke media sosial sebagai strategi aktif tersebut tidak langsung memberikan dampak ekonomi kepada seniman. Belum ada lukisan yang laku terjual melalui unggahannya di media sosial. Interaksi paling jauh adalah apresiasi dari sesama seniman dan terdapat pengikutnya di media sosial yang menanyakan harga dari lukisan tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Schnass (2020), Frenneaux & Bennett (2021), serta Jacobs, Finneran & D'Acosta (2020), bahwa seniman dalam situasi pandemi dapat menggunakan platform media sosial untuk mempublikasikan produksi seninya kepada publik mereka. Sayangnya mengunggah karya ke dalam platform digital tidak langsung memberikan dampak secara ekonomi bagi para seniman. Karena publik dapat mengakses hasil karya lukis mereka secara gratis.

Oleh karena itu migrasi ke ranah digital juga memerlukan pencerdasan dalam sisi konsumennya. Melalui platform digital, seniman dapat membuka secara luas pangsa pasar mereka yang selama ini belum terjamah. Penikmat seni melalui platform digital ini juga memiliki peran kunci dalam membantu seniman bertahan hidup selama

terjadinya pandemi. Melalui kondisi saat ini penikmat seni memiliki pengalaman tersendiri dalam menikmati konten seni yang tersedia dari yang disajikan secara gratis hingga konten yang berbayar. (Radermecker, 2020).

Menekan Biaya Produksi Sebagai Strategi Pasif

Strategi pasif dalam *coping strategy* yang dilakukan seniman Pasar Seni Ancol pada masa pandemi adalah dengan menekan biaya produksi maupun biaya hidup demi meminimalisir pengeluaran. Pandemi COVID-19 menyebabkan modal yang dimiliki oleh seniman untuk memproduksi karya menjadi berkurang karena digunakan untuk biaya hidup. Untuk menekan biaya hidup selama Pasar Seni Ancol ditutup, para seniman kembali ke kampung halamannya masing-masing. Kemudian agar seniman tetap bisa berkarya selama masa pandemi, mereka menekan biaya produksinya seperti menggunakan media lukis yang berbeda, menggunakan canvas dalam ukuran yang lebih kecil serta mengaplikasikan cat tipis-tipis.

Menggunakan media lukis yang berbeda yakni tidak menggunakan cat dalam membuat lukisan, melainkan dengan mengunakan rempah-rempah. Selain dapat menghemat biaya produksi, lukisan dengan menggunakan rempah-rempah ternyata banyak diminati. Lukisan dari rempah-rempah banyak dipesan untuk kado dimana konsumen menentukan sendiri gambar yang ingin dilukis dan ukuran canvasnya. Penggunaan canvas dengan ukuran kecil yakni A4 lebih banyak diminati karena harganya sangat terjangkau.

Membuat lukisan dengan ukuran yang lebih kecil dilakukan oleh seniman Pasar Seni Ancol pada masa pandemi selain untuk menekan biaya produksi juga agar lukisannya lebih ramah dikantong pada saat sulit ini. Seniman Pasar Seni Ancol biasanya membuat lukisan berukuran diatas 60cm dengan harga berkisar belasan hingga puluhan juta tergantung tingkat kesulitan dan jam terbang seniman. Oleh karena itu pada masa pandemi seniman membuat lukisan dalam ukuran yang lebih kecil sebagai strategi pasifnya.

Selain itu seniman yang tetap menggunakan cat minyak dalam produksi lukisannya, pada masa pandemi ini mengaplikasikannya secara tipis-tipis. Hal ini dikarenakan ketersediaan cat yang menipis dan modal untuk membeli cat juga tidak ada. Oleh karena itu agar seniman tetap bisa produktif berkaya, pengaplikasian cat dalam lukisannya menjadi berbeda sebelum masa pandemi. Satu kotak cat minyak jika pada sebelum pandemi hanya untuk satu lukisan, kini mereka bisa menghasilkan lima lukisan dengan jumlah cat yang sama. Pengaplikasian cat minyak secara tipis selain untuk menekan biaya produksi juga agar harga lukisan yang dijualnya tidak terlalu mahal.

Sehingga pada masa pandemi COVID-19 seniman melakukan strategi pasif yakni dengan kembali ke kampung halaman selama masa penutupan studio demi menekan biaya hidup yang cenderung mahal di Jakarta, serta menekan biaya produksi dengan seperti menggunakan media lukis yang berbeda, menggunakan canvas dalam ukuran yang lebih kecil serta mengaplikasikan cat tipis-tipis. Upaya menekan biaya produksi tersebut dilakukan oleh seniman agar mereka tetap bisa berkarya dan tetap bisa berhemat.

Mendapatkan Bantuan dan Upaya Distribusi Sebagai Strategi Jaringan

Strategi jaringan dalam *coping strategy* yang dilakukan seniman Pasar Seni Ancol pada masa pandemi adalah dengan memanfaatkan jaringan yang dimilikinya untuk mendapatkan bantuan maupun sebagai sarana distribusi. Mendapatkan bantuan dari instansi luar seperti instansi publik maupun swasta dapat terjadi karena adanya jaringan yang dimiliki oleh seniman Pasar Seni Ancol. Bantuan tersebut dapat berupa bantuan dana, bantuan sosial maupun bantuan untuk mendistribusikan karya.

Mendapatkan Bantuan Pemerintah Sebagai Strategi Jaringan

Dalam berbagai literatur disebutkan bahwa pemerintah di berbagai negara mengeluarkan kebijakan untuk dapat membantu seniman (Polivtseva, 2020) (Serafini & Novosel, 2020) (Guibert & Hyde, 2020). Pemerintah Indonesia juga berupaya untuk membantu seniman melalui kebijakannya. Melihat permasalahan yang menimpa sektor pekerja seni dan budaya di Indonesia, pemerintah turut mengambil peran. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Sosial dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah berupaya untuk memberikan bantuan langsung tunai yang dapat dimanfaatkan bagi masyarakat terdampak, salah satunya adalah kelompok seniman.

Hanya terdapat sebagian kecil seniman Pasar Seni Ancol yang menerima bantuan tersebut. Satu orang seniman hanya menerima bantuan dari satu instansi publik, tidak mendapatkan bantuan berganda dari beberapa instansi publik. Bantuan ini dimanfaatkan oleh para seniman tersebut saat mereka di kediamannya masing-masing (Pasar Seni Ancol masih ditutup). Uang yang diterima dimanfaatkan untuk membeli keperluan sehari-hari keluarganya maupun untuk modal produksi.

Seniman yang mendapatkan bantuan dari pemerintah karena memanfaatkan jaringannya. Melalui interaksi dengan jaringannya, seniman dapat mengetahui program bantuan yang diadakan oleh pemerintah. Berdasarkan informasi dari jaringannya tersebut kemudian seniman mengurus persyaratan untuk mendapatkan bantuan dari pemerintah pada masa pandemi ini. Seniman yang tidak berinteraksi dengan jaringannya tidak akan mendapatkan informasi mengenai bantuan ini yang kemudian menyebabkan ia tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah.

Bantuan langsung tunai dari pemerintah tersebut sejatinya tidak secara signifikan berdampak pada upaya mereka untuk bertahan hidup selama pandemi COVID-19. Selain itu bantuan dari pemerintah juga tidak berdampak karena nominal yang diterima cenderung kecil dibandingkan dengan harga satu lukisan mereka. Menurut seniman, bantuan terbaik yang dapat dilakukan pemerintah kepada seniman pada masa pandemi adalah dengan mengapresiasi karya seniman dengan membeli dan memasangnya di kantornya. Sehingga langkah yang dilakukan oleh pemerintah dalam membantu seniman lebih tepat guna.

Bantuan langsung tunai dari pemerintah yang diterima seniman Pasar Seni Ancol bersifat sekali dan tidak kontinu sementara kondisi pandemi masih belum diketahui kapan akan berakhir. Oleh karena itu seniman Pasar Seni Ancol tidak dapat bertahan hidup pada masa pandemi hanya dengan mengandalkan bantuan dari pemerintah tersebut. Diperlukan upaya-upaya lain yang dapat dimanfaatkan dan dilakukan oleh seniman Pasar Seni Ancol sebagai *coping strategy* mereka pada masa pandemi COVID-19.

Mendapatkan Bantuan dari Pasar Seni Ancol Sebagai Strategi Jaringan

Manajemen Pasar Seni Ancol adalah sektor privat dalam jaringan kelembagaan seniman Pasar Seni Ancol yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan bantuan pada masa pandemi. Manajemen Pasar Seni Ancol juga telah berupaya untuk membantu seniman Pasar Seni Ancol pada masa pandemi COVID-19. Beberapa upaya yang telah dilakukan oleh Pasar Seni Ancol dari mulai membebaskan biaya sewa selama setahun kepada para seniman dan bekerjasama dengan berbagai institusi untuk mendapatkan bantuan.

Pada masa pandemi pihak manajemen telah berupaya untuk memulihkan kembali kondisi Pasar Seni Ancol. Melalui program #SERUdirumah dan Pameran Pulih, manajemen berupaya untuk mengkomunikasikan kepada public bahwa Pasar Seni Ancol sudah kembali beraktivitas dan bergeliat pada masa pandemi ini. Program ini mengajak masyarakat untuk dapat kembali mengunjungi Pasar Seni Ancol tentunya dengan penerapan standar protokol

kesehatan yang telah ditentukan oleh Kementerian Kesehatan.

Selain berupaya untuk mengajak publik kembali mengunjungi Pasar Seni Ancol, manajemen juga melakukan kerjasama dengan berbagai program yang juga akan membantu seniman Pasar Seni Ancol. Program pembuatan katalog elektronik dan disebarkan kepada jaringan yang dimiliki oleh Bank Indonesia dirasa berdampak bagi beberapa seniman. Melalui program tersebut tujuh orang seniman Pasar Seni Ancol dibeli karya lukisnya oleh jaringan Bank Indonesia. Terdapat satu orang seniman yang lukisannya terjual hingga tiga buah. Jadi total terdapat sembilan lukisan karya seniman Pasar Seni Ancol yang dibeli oleh jaringan Bank Indonesia.

Penjualan lukisan melalui jaringan Bank Indonesia tersebut tidak hanya menguntungkan seniman. Manajemen Pasar Seni Ancol juga mendapatkan keuntungan karena terdapat kesepakatan tertulis bahwa seniman harus memberikan 10% dari penjualan lukisannya kepada manajemen. Sehingga manajemen Taman Impian Jaya Ancol bisa mendapatkan pemasukan dari unit bisnis Pasar Seni Ancol pada masa pandemi COVID-19.

Kemudian program kerjasama dengan Blibli.bom yakni penjualan secara digital lukisan karya seniman Pasar Seni dengan membuat kategori UMKM khusus untuk Pasar Seni Ancol sejak bulan Mei 2020. Terdapat 14 (empat belas) orang seniman yang mencoba menawarkan karyanya di laman blibli.com. Namun hingga saat ini belum ada satupun lukisan yang berhasil terjual melalui laman tersebut.

Sebagian besar seniman tidak setuju jika lukisannya dijual di platform penjualan digital yang menjual berbagai macam barang. Mereka tidak setuju jika hasil karya seninya disandingkan dengan barang-barang lainnya. Menurut mereka akan lebih baik jika terdapat satu platform penjualan digital khusus yang hanya menjual hasil karya seni. Sehingga pengunjung dari platform tersebut adalah jelas penikmat seni yang ingin membeli karya seni, selain itu karya seni mereka juga akan disandingkan dengan karya-karya seni lainnya.

Manajemen Pasar Seni Ancol juga tengah berupaya membangun portal penjualan digital yang khusus menjual hasil karya seni seniman Pasar Seni Ancol. Portal tersebut akan dikaitkan dengan laman utama Taman Impian Jaya Ancol, yakni Ancol.com. Nantinya akan ada tautan tersendiri di dalam laman tersebut untuk transaksi digital dari karya seni seniman Pasar Seni Ancol.

Sehingga bantuan dari sektor privat yakni Pasar Seni Ancol dapat menjadi salah satu upaya bertahan hidup pada masa pandemi seniman Pasar Seni Ancol. Bantuan dari manajemen Pasar Seni Ancol kepada seniman dapat terjadi karena adanya interaksi dan hubungan dalam jaringan kelembagaan mereka. Bantuan berupa pembebasan biaya sewa studio selama setahun dapat meringankan beban seniman, terlebih lagi selama delapan bulan mereka tidak menempati studionya karena penutupan ruang bisis Taman Impian Jaya Ancol. Kemudian upaya manajemen untuk membuka jaringan yakni dengan Bank Indonesia juga memiliki dampak bagi seniman yang karyanya laku terjual untuk bertahan hidup selama pandemi COVID-19. Namun sayangnya dampak tersebut belum bisa dirasakan secara inklusif oleh seluruh seniman Pasar Seni Ancol.

Pendistribusian Hasil Produksi Sebagai Strategi Jaringan

Strategi jaringan selanjutnya yang ditemukan sebagai strategi penanganan masalah yang dilakukan seniman Pasar Seni Ancol pada masa pandemi adalah jaringan yang dimanfaatkan untuk mendistribusikan hasil produksi seninya. Jaringan yang terbangun antara seniman dengan penikmat seninya dimanfaatkan oleh para seniman pada masa pandemi COVID-19 untuk menawarkan lukisannya. Menawarkan lukisan biasanya dilakukan oleh seniman di studionya di Pasar Seni Ancol. Seniman hanya tinggal menunggu kolektor datang

sembari memproduksi pesanan lukisan lain. Namun karena terjadinya kebijakan pembatasan fisik, proses menawarkan lukisan bergeser di ruang virtual.

Seniman Pasar Seni Ancol menawarkan lukisannya kepada kolektor yang pernah membeli lukisannya melalui aplikasi pesan digital. Seniman mengirimkan foto lukisannya disertai dengan keterangan mengenai ukuran dan media lukis yang digunakan. Strategi jemput bola melalui ranah digital ini efektif untuk menjual lukisan seniman Pasar Seni Ancol. Melalui strategi ini seniman Pasar Seni Ancol berhasil menjual lukisannya kepada para kolektor dalam jaringannya.

Penjualan melalui aplikasi pesan digital antara seniman secara personal ke kolektor dapat terjadi karena adanya hubungan yang terbangun diantara mereka. Hubungan seniman dengan pembeli seninya bukan hanya sekedar hubungan penjual dan pembeli saja. Melainkan ada ikatan emosional yang terjadi melalui lukisan karya seniman tersebut. Ikatan emosional ini yang kemudian mendorong untuk membantu seniman pada masa pandemi dengan membeli lukisannya.

Upaya jemput bola yang dilakukan seniman Pasar Seni Ancol secara efektif dapat melanggengkan kegiatan penjualan lukisan pada masa pandemi. Namun sayangnya seniman harus memotong jauh harga lukisannya asalkan lukisannya laku terjual. Seniman Pasar Seni Ancol harus mereduksi harga lukisannya hingga lima puluh persen. Hal ini dikarenakan senimanlah yang menawarkan lukisan, bukan kolektor yang mencari lukisan. Sehingga kolektor meminta potongan harga karena lukisan bukan merupakan barang prioritas untuk dibeli pada masa pandemi. Bagi seniman Pasar Seni Ancol, harga jual lukisan yang jatuh pada masa pandemi mereka maklumi dan yang terpenting bagi mereka adalah lukisannya dapat laku terjual.

Pemanfaatan Modal Sosial dalam Coping Strategy Seniman Pasar Seni Ancol

Penelitian ini mencoba menelaah mengenai modal sosial yang dimiliki oleh seniman di Pasar Seni Ancol dan kaitannya dengan *coping strategy* pada masa pandemi COVID-19. Berdasarkan penelusuran data diketahui bahwa terdapat modal sosial mengikat (*bonding social capital*) dan modal sosial menjembatani (*bridging social capital*) pada seniman Pasar Seni Ancol. *Bonding social capital* saat ini meredup karena pernah terjadi konflik internal. Kemudian seniman membangun *bridging social capital* untuk memenuhi kebutuhan jaringan yang tidak didapatkan dalam *bonding social capital* nya.

Bridging social capital dibangun oleh masing-masing seniman, tiap seniman memiliki jaringan yang berbeda tergantung dengan upayanya. Seniman dapat membangun modal sosial menjembataninya dengan cara aktif menghadiri pameran, aktif mengikuti seleksi pameran, menghadiri berbagai program seperti lokakarya dan residensi yang diselenggarakan oleh berbagai instansi. Manfaat yang diperoleh dalam *bridging social capital* cenderung tidak dimanfaatkan untuk kepentingan kelompok melainkan untuk kepentingan individu seniman Pasar Seni Ancol.

Masa pandemi COVID-19 sebagai konteks dalam penelitian ini kemudian dijadikan untuk melihat peran dari modal sosial tersebut sebagai strategi penanganan masalah yang dilakukan seniman Pasar Seni Ancol. Pada masa pandemi terdapat beberapa upaya dalam *coping strategy* yang dilakukan oleh seniman Pasar Seni Ancol. Strategi aktif yang dilakukan adalah dengan memaksimalkan potensi akan aset sosial media yang dimiliki oleh tiap seniman. Strategi pasif yang dilakukan adalah dengan melakukan penghematan yakni menekan biaya untuk hidup dan biaya produksi karya. Sedangkan strategi jaringan yang dilakukan adalah memanfaatkan hubungan baiknya dengan berbagai instansi dan kolektor untuk mendapatkan bantuan dan

mendistribusikan hasil produksi lukisannya.

Coping strategy yang dilakukan oleh seniman Pasar Seni Ancol dapat terlaksana karena adanya *bridging social capital*. Interaksi dan hubungan yang dibangun seniman dengan komunitas diluar Pasar Seni Ancol memungkinkan mereka untuk mendapatkan informasi yang kemudian dapat membantu mereka bertahan pada situasi pandemi. Strategi jaringan dalam *coping strategy* hanya dapat terlaksana karena terdapatnya *bridging social capital* dalam komunitas seniman Pasar Seni Ancol. Karena dengan terdapatnya *bridging social capital*, komunitas bersifat terbuka dan mau menerima informasi dan inovasi. Hal ini tidak akan terjadi pada komunitas yang tertutup dimana mereka hanya fokus pada internalnya dan menganggap pihak luar sebagai musuh (Syahra, 2003).

Strategi jaringan dalam *coping strategy* yang dilakukan oleh seniman Pasar Seni Ancol adalah upaya yang cenderung lebih efektif dibandingkan dengan strategi lainnya (strategi aktif dan strategi pasif). Melalui jaringan yang dibangun seniman sebagai *bridging social capital* nya, mereka mendapatkan manfaat yang dapat digunakan pada masa pandemi. Seniman yang memiliki bridging social capital dengan insitusi publikk membuat mereka memperoleh informasi akan bantuan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Informasi tersebut kemudian dimanfaatkan oleh seniman untuk mengurus syarat pencairan bantuan. Bantuan ini tidak didapatkan oleh seniman yang tidak memiliki informasi.

Strategi jaringan dimanfaatkan lebih luas lagi oleh seniman Pasar Seni Ancol, bukan hanya untuk mendapatkan bantuan melainkan untuk mendistribusikan hasil produksi seni mereka. Seniman Pasar Seni Ancol melakukan penjualan lukisan kepada jaringan penikmat seninya dengan memanfaatkan aplikasi pesan digital karena tidak bisa bertatap muka secara langsung. Dengan adanya jaringan yang dimiliki oleh seniman, ia upaya menawarkan lukisannya melalui platfrom digital dapat lebih tepat sasaran.

Sehingga strategi jaringan dapat bagi seniman Pasar Seni Ancol dikarenakan adanya peran dari modal sosial menjembatani. Jaringan dalam modal sosial menjembatani tersebutlah yang membantu seniman Pasar Seni Ancol pada masa pandemi COVID-19. Tanpa jaringan sosial tersebut, penjualan melalui ranah digital tidak akan terjadi. Hal ini terbukti saat seniman Pasar Seni Ancol mengunggah karyanya di Instagram, Facebook dan Blibli.com dimana unggahan tersebut ditujukan kepada umum, tidak terdapat transaksi penjualan lukisan. Lukisan laku terjual dikarenakan seniman menghubungi secara personal langsung kepada jaringannya dengan menawarkan lukisannya.

Dengan demikian, melalui penelitian ini dapat diketahui bahwa *coping strategy* seniman Pasar Seni Ancol pada masa pandemi COVID-19 dapat terjadi karena adanya peran dari modal sosial menjembatani yang dimilikinya. Modal sosial menjembatani yang dimiliki oleh seniman Pasar Seni Ancol dapat merealisasikan *coping strategy* yang dilakukannya pada masa pandemi COVID-19.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini mencoba menelaah mengenai modal sosial yang dimiliki oleh seniman di Pasar Seni Ancol dan pemanfaatannya sebagai *coping strategy* pada masa pandemi COVID-19. Coping strategy yang dapat diusahakan menghadapi masa pandemi antara lain sebagai berikut ; a) strategi aktif yaitu dengan cara mengoptimalkan potensi aset sosial media yang dimiliki oleh masing-masing seniman; b) strategi pasif dengan cara melakukan penghematan dengan menekan biaya hidup dan biaya produksi karya-karyanya; dan c) strategi jaringan dengan cara memanfaatkan hubungan baik dengan berbagai instansi organisasi serta kolektor karya-karya sebelumnya untuk mendapatkan bantuan

dalam mendistribusikan hasil produksi lukisnya.

Coping strategy yang dilakukan oleh seniman Pasar Seni Ancol tersebut dapat terealisasi karena adanya modal sosial menjembatani (*bridging social capital*). Interaksi dan hubungan yang dibangun oleh seniman dengan komunitas di luar Pasar Seni Ancol dilakukan untuk mendapatkan distribusi kesejahteraan yang tidak didapatkan dalam *bonding social capital*. Hal ini dikarenakan *bonding social capital* yang dimiliki seniman Pasar Seni Ancol meredup akibat terjadinya konflik. Sehingga melalui penelitian ini dapat diketahui bahwa modal sosial dapat dimanfaatkan untuk membantu seniman bertahan pada masa pandemi COVID-19. *Coping strategy* hanya dapat berimplikasi dengan baik karena adanya peran dari modal sosial terutama *bridging social capital* yang dimiliki seniman. Seniman Pasar Seni Ancol dapat memanfaatkan jaringan dalam *bridging social capital* yang dimilikinya untuk mendapatkan bantuan dan sebagai sarana distribusi hasil produksi selama terjadinya pandemi COVID-19.

Pihak manajemen Pasar Seni Ancol sebaiknya dapat berperan sebagai arts management bagi seniman yang terdapat di Pasar Seni Ancol. Hubungan antara manajemen dan seniman dalam Pasar Seni Ancol dapat ditingkatkan lagi, tidak hanya sebatas penyedia dan penyewa lahan saja. Manajemen Pasar Seni Ancol dapat berperan untuk mengatur tata kelola dalam ekosistem seni yang ada. Fungsi tata kelola tidak dapat dilakukan oleh seniman karena mereka sudah disibukkan untuk memproduksi seni. Tata kelola yang baik oleh pihak yang tepat dapat

menghasilkan jaringan dalam ekosistem seni yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan Pasar Seni Ancol.

Sedangkan bagi pemerintah, diharapkan dapat memberikan pendampingan kepada seniman untuk dapat memonetisasi karya seninya melalui platform digital. Selain itu, pemerintah juga dapat memberikan fasilitasi berupa penyediaan portal penjualan digital khusus hasil karya seni dari berbagai seniman di Indonesia. Diharapkan dengan penyediaan portal penjualan digital khusus hasil karya seni tersebut dapat memperluas pasar hasil produksi seni dari seniman di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Andersen, G. E. (1990). The Three Political Economes of the Welfare State. In G. E. Andersen, *The Three Worlds of Welfare Capitalism* (pp. 9-34). Cambridge: Polity Press.

Burt, R. S. (1992). The Social Structure of Competition. In R. S. Burt, *Structural Holes* (pp. 8-49). Cambridge: Harvard University Press.

Ceci, F., Masciarelli, F., & Poledrini, S. (2020). How social capital affects innovation in a cultural network Exploring the role of bonding and bridging social capital. *European Journal of Innovation Management Vol. 23 No. 5*, 895-918.

Coffe, H., & Geys, B. (2007). Toward an Empirical Characterization of Bridging and Bonding Social Capital. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, vol. 36, no. 1*, 121-139.

Costa, A. C., & Peiro, J. M. (2009). Trust and social capital in teams and organizations – antecedents, dynamics, benefits and limitations: an introduction. *Social Science Information, Vol. 48(2)*, 131-141.

Duwila, M. K., Kandowangko, N., & Purwanto, A. (2020). Peran Modal Sosial Pedagang Ikan di Pasar Bersehati Manado. *HOLISTIK, Journal Of Social and Cultur Vol13, No. 4*, 1-17.

Dwiningrum, S. I. (2014). *MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN (Perspektif Teori dan Praktik).* Yogyakarta: UNY Press.

Fan, V. S., & Mahadevan, R. (2019). The Role of Social Capital and Remote Chinese Villagers' Well-Being. *Social Indicators Research*, 1109-1128.

Frenneaux, R., & Bennett, A. (2021). A New Paradigm of Engagement for the Socially Distanced Artist. *Rock Music Studies*, 1-11.

Gelderblom, D. (2018). The limits to bridging social capital: Power, social context and the theory of Robert Putnam . *The Sociological Review Vo. 66(6)*, 1309-1324.

Grodach, C. (2011). Art Spaces in Community and Economic Development: Connections to Neighborhoods, Artists, and the Cultural Economy. *Journal of Planning Education and Research 31 (1)*, 74-85.

Guibert, G., & Hyde, I. (2020). *ANALYSIS: COVID-19's Impacts on Arts and Culture.* Lemont: COVID-19 RSFLG Data and Assessment Working Group.

Gundelach, B., & Traunmuller, R. (2013). Beyond Generalised Trust: Norms of Reciprocity as an Alternative Form of Social Capital in an Assimilationist Integration Regime. *Political Studies*, 596–617.

Hasanah, T. U. (2020). *Modal Sosial dan Strategi Kelangsungan Usaha Sektor Informal dalam Menghadapi Dampak Pandemi Covid-19 (Studi Pedagang Kaki Lima di Belakang Kampus Universitas Sebelas Maret).* Retrieved from Digilib UNS: https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/82988/Modal-Sosial-dan-Strategi-Kelangsungan-Usaha-Sektor-Informal-dalam-Menghadapi-Dampak-Pandemi-Covid-19-Studi-Pedagang-Kaki-Lima-di-Belakang-Kampus-Universitas-Sebelas-Maret

Hadinata, A. N., Sugiarto, M., Wakhidati, Y. N., Djatmiko, O. E., & Nur, S. (2020). Kajian Modal Sosial Peternak Sapi PO Kebumen. *Prosiding Seminar Teknologi dan Agribisnis Peternakan VII-Webinar: Prospek Peternakan di Era Normal Baru Pasca Pandemi COVID-19* (pp. 280-288). Purwokerto: Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Soedirman.

Hardin, R. (2001). Conceptions and Explanations of Trust. In K. S. Cook, *Trust in Society* (pp. 3-39). New York: Sage Foundation.

Imron, A., & Syafa'at, M. (2020). Revitalisasi Home Industry Berbasis Modal Sosial Sebagai Strategi Ketahanan Ekonomi Menghadapi Pandemi Covid-19. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PROBLEMATIKA SOSIAL PANDEMI COVID-19"Membangun Optimisme di Tengah Pandemi Covid-19"* (pp. 97-101). Kendari: OJS Literacy Institute.

Jacobs, R., Finneran, M., & D'Acosta, T. Q. (2020). Dancing toward the light in the dark: COVID-19 changes and reflections on normal from Australia, Ireland and Mexico. *Arts Education Policy Review*, 1-10.

Kloosterman, R. C. (2004). Recent Employment Trends in the Cultural Industries in Amsterdam, Rotterdam, The Hague and Utrecht: A First Exploration. *Journal of Economic & Social Geography , 95(2)*, 243-252.

Kunzmann, K. R. (2020). Smart Cities After Covid-19: Ten Narratives. *disP- The Planning Review, 56:2*, 20-31.

Kusnadi. (2008). *Nelayan Adaptasi dan Jaringan Sosial.* Bandung: Humaniora Utama Press.

Leonard, M. (2004). Bonding and Bridging Social Capital: Reflections from Belfast. *Sociology, Vol. 38 No.5*, 927-944.

Lin, N. (2004). Theories of Capital . In N. Lin, *Social Capital A Theory of Social Structure and Action* (pp. 3-28). Edinburgh: Cambridge University Press.

Muflikhati, I., & Sianipar, P. (2021, July 14). *Modal Sosial, Strategi Koping Ekonomi, dan Kesejahteraan Keluarga Petani Sayuran di masa Pandemi Covid-19.* Retrieved from Repository IPB:

http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/107396

Pelupessy, P. J. (2013). *Esuriun Orang Bati*. Jakarta: Kekal Press.

Polivtseva, E. (2020, March 28). *Performing arts in times of the pandemic: status quo and the way forward.* Retrieved from IETM: https://www.ietm.org/en/publications/performing-arts-in-times-of-the-pandemic-status-quo-and-the-way-forward

Putnam, R. D. (1993). Social Capital and Institutional Success. In R. D. Putnam, *Making Democracy Work* (pp. 163-185). New Jersey: Princeton University Press.

Radermecker, A.-S. V. (2020). Art and culture in the COVID-19 era: for a consumer-oriented approach. *SN Bus Econ (2021) 1:4*, 1-14.

Schnass, M. P. (2020). EU support for artists and the cultural and creative sector during the coronavirus crisis. *European Parliamentary Research Service*, 1-12.

Suharto, E. (2009). *Kemiskinan dan Perlindungan Sosial di Indonesia.* Bandung: Alfabeta.

Suharto, E. (2003). *Kemiskinan dan Keberfungsian Sosial: Studi Kasus Rumah Tangga Miskin di Indonesia.* Bandung: STKS Press.

Sumarto, M. (2017). Welfare Regime Change in Developing Countries: Evidence from Indonesia. *Social Policy & Administration; Vol. 51, No.6*, 940-959.

Supono, B. (2011). Peranan Modal Sosial dalam Implementasi Manajemen dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vo.11 No.1*, 10-16.

Suwartono. (2014). *Dasar Dasar Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: CV Andi Offset.

Syahra, R. (2003). Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya Vol.5*, 1-22.

Utami, R., & Murniningsih, R. (2020). Pengaruh Modal Sosial dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pertumbuhan UMKM (Studi Pada UMKM Bidang Pariwisata Kabupaten Magelang. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 664-669.

Yamagishi, T., & Yamagishi, M. (1994). Trust and Commintment in the United States and Japan. *Motivation and Emotion, Vol. 18 No.2*, 129-166.

Zilberstein, S. (2019). Space Making as Artistic Practice: The Relationship between Grassroots Art Organizations and the Political Economy of Urban Development. *City and Community*, 1142-1161.

© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/).