

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi yang akan diadopsi oleh Galeri HANRI dalam upaya meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan penjualan karya seni. Ini lantaran Galeri HANRI berkomitmen untuk menjadi platform yang berfokus pada media digital, hubungan interpersonal, dan kehadiran fisik sehingga mampu mencapai keberhasilan jangka panjang di pasar seni. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus untuk mendapatkan gambaran terkait kasus yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara sebagai dokumentasi penelitian. Pemilihan narasumber dalam penelitian ini disesuaikan dengan keahlian dan pengalaman yang relevan dalam bidang seni dan residensi seni. Hasil penelitian ini berupa rencana pemasaran Galeri HANRI Yogyakarta yang fokus pada kegiatan residensi seni rupa, dengan menerapkan strategi segmentasi, target, pemosisian, dan bauran pemasaran. Galeri HANRI juga akan membedakan diri dengan galeri lain melalui program Residensi Satu Atap yang menjadi andalannya. Selanjutnya Galeri HANRI memulai rencana aksi dengan menyesuaikan kondisi geografi, demografi, dan sumber daya yang dimiliki.

Kata kunci: strategi pemasaran, residensi, seni rupa, Galeri HANRI



## ABSTRACT

This research aims to describe the strategies to be adopted by HANRI Gallery in an effort to increase the visibility, attractiveness and sales of artworks. This is because HANRI Gallery is committed to becoming a platform that focuses on digital media, interpersonal relationships, and physical presence so as to achieve long-term success in the art market. This research is a qualitative research with a case study method to get an overview of the case under study. Data collection was carried out by means of observation and interviews as research documentation. The selection of resource persons in this research is tailored to relevant expertise and experience in the field of art and art residency. The result of this research is a Marketing Plan for HANRI Gallery Yogyakarta that focuses on art residency activities, by applying segmentation, targeting, positioning, and marketing mix strategies. HANRI Gallery will also differentiate itself from other galleries through its One Roof Residency Program. Furthermore, HANRI Gallery started the action plan by adjusting the geography, demography, and resources.

Keywords: marketing strategy, residency, fine arts, HANRI Gallery

