

# Transkrip

## Kisah Poplar Union dengan Beth Watton

Saya Beth Watton, Direktur Artistik dari Poplar Union, pusat dan komunitas seni yang berbasis di Poplar, London Timur. Poplar Union dibuka pada January, 2017, dan misi kami adalah untuk menyatukan komunitas-komunitas melalui penyediaan seni dan budaya yang terjangkau, dengan kualitas tinggi. Bagi kami, hal ini termasuk teater, musik, tarian, dan pemutaran film secara langsung, acara-acara kesehatan dan kesejahteraan, serta kelas dan lokakarya untuk orang-orang dari semua usia dan latar belakang. Kami juga melakukan banyak pekerjaan pengembangan seniman, mendukung individu-individu dan perusahaan untuk mengembangkan karya baru, menjangkau audiens baru, dan menampilkan talenta mereka.

Pada Maret 2020, karena pandemi COVID-19, Poplar Union terpaksa ditutup. Penutupan ini berarti kami harus berputar dan beradaptasi dengan sangat cepat dan efisien untuk memastikan kami tetap berhubungan dengan komunitas kami dan bahwa tiga tahun yang telah kami habiskan untuk menumbuhkan kesadaran dan membangun audiens kami tidak hilang begitu saja. Hal inilah yang menyebabkan strategi digital kami di mana kami mengadaptasi acara dan aktivitas, yang normalnya terjadi di kehidupan nyata, ke platform digital. Kami juga bekerja dengan para seniman untuk menciptakan jenis-jenis konten yang baru sehingga kami dapat terus melibatkan dan menghibur komunitas kami. Pemicu desain rencana ini adalah dua nilai inti kami, yang kami tahu tidak pernah ingin kami lupakan. Jadi, salah satunya adalah melayani komunitas kami dan mempertahankan kesejahteraaannya, khususnya di tengah

---

**Creative Communities Learning Lab**

<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/projects/creative-communities-learning-lab/>

**Kursus: Strategi dan manajemen komunitas digital**



pandemi yang mempengaruhi kesehatan fisik dan mental orang-orang, serta mendukung para seniman. Dan hal tersebut bisa dalam hal keuangan, wadah yang kami sediakan bagi para seniman untuk memamerkan karya mereka, dan juga untuk menjamin, begitu pula dengan audiens kami, jenis ekosistem yang mengelilingi seniman dan komunitas kreatif kami. Poplar Union dapat tetap dipertahankan melewati waktu yang sangat sulit ini. Langkah pertama yang diambil saat kami mengembangkan strategi digital kami adalah untuk memanfaatkan aktivitas dan ide yang kami tahu dapat kami kelola, yang dapat dilakukan dengan sumber daya yang sangat sedikit. Jadi, contohnya adalah untuk bekerja dengan praktisi kesehatan yang dapat dengan mudah menjalankan kelas secara daring, dan kami menyiarkannya melalui *live Instagram* kami. Hal ini membutuhkan peralatan yang sangat sedikit, tapi sekali lagi, kembali ke nilai-nilai inti seputar mempertahankan kesehatan mental dan kesejahteraan fisik orang-orang, serta memberi komunitas kami sesuatu untuk dilakukan dan menjaga mereka agar tetap terhibur selama *lockdown*.

Kami juga harus melakukan banyak percakapan penting dengan para seniman untuk mengembangkan dan mengadaptasi rencana-rencana yang mereka miliki dengan kami tentang bagaimana kami dapat mengadaptasinya ke *platform* daring sehingga mereka dapat melanjutkan pekerjaan mereka. Dan kemudian secara internal, kami harus berdiskusi dengan tim kami, sehingga kami benar-benar memanfaatkan semua sumber daya kami.

Di Poplar Union, kami adalah tim yang terdiri dari sembilan orang, dan di dalamnya termasuk para *programmers*, tim pemasaran, fasilitas, administrasi, dan desain grafis. Jadi, kami telah memiliki kumpulan sumber daya yang sangat kaya dan mengetahui cara kerjanya, tetapi kami menyadari dengan segera bahwa ini bukan tentang bekerja dalam kelompok yang beragam tersebut. Kami semua harus berkumpul bersama. Jadi, sebagai *programmer*, ketika Anda sedang melihat apa yang diletakkan oleh seniman dalam suatu program kreatif, kami juga perlu memiliki segala keahlian digital di tim *marketing* digital kami, karena mereka yang mengetahui *platform* apa yang bekerja paling baik untuk berbagai jenis aktivitas. Hal ini sangat bermanfaat, dan juga merupakan cara yang sangat penting untuk menjaga kehangatan di antara tim, khususnya saat Anda bekerja dari jarak jauh dan saya yakin banyak orang merasa sangat kewalahan. Ini adalah cara kerja yang sangat baru dan kita semua harus beradaptasi dengan sangat cepat.



Jadi, kemampuan untuk bekerja sama dengan tim Anda dalam cara yang kolektif dan mengumpulkan pengetahuan dan sumber daya setiap orang adalah cara kerja yang amat sangat bermanfaat. Salah satu hal yang utama adalah belajar. Bagaimana Anda memahami apa yang dapat bekerja paling baik di *platform* tertentu? Dan demikianlah ini proses sesungguhnya yang penuh percobaan dan kesalahan. Hal-hal ini mungkin seperti kelas-kelas kesehatan yang awalnya kami jalankan di *live Instagram*. Jadi, semuanya itu sepenuhnya gratis, dapat diakses kapan saja sepanjang hari. Dan sebenarnya kami menemukan dengan berjalannya waktu, bahwa jumlah penonton yang menonton kelas ini benar-benar berkurang. Dan kami menyadari bahwa internet telah penuh dengan kelas-kelas kesehatan gratis, dan semua kegiatan tersebut sudah tersedia di YouTube, yang mana kami sebagai organisasi kecil, tetap berusaha menyaingi, walaupun hal itu sulit untuk dilakukan atau tidak realistis.

Kami kemudian menyadari bahwa jika Anda membingkai ulang kelas-kelas tersebut, menyajikannya sebagai kursus yang memiliki awal, tengah, dan akhir yang jelas, dan benar-benar menekankan pentingnya fakta-fakta bahwa tidak seperti kelas yoga di YouTube, kelas-kelas ini bersifat interaktif. Anda dapat berbicara dengan pengajar Anda dan membentuk kelompok cukup kecil yang sangat intim di *Zoom*, yang merupakan *platform* pilihan kami, dan tiba-tiba keterlibatan kami benar-benar meningkat. Secara financial pun hal ini lebih berkelanjutan karena kami mengenakan biaya yang sangat kecil yang membuat orang-orang akan merasa seperti mereka telah berinvestasi di kelas yang mereka hadiri.

Jadi, ini adalah hal yang dimulai sebagai perasaan seperti sesuatu yang kami miliki mungkin tidak didapatkan dengan tepat dan merupakan sebuah tantangan nyata, tetapi kami belajar darinya dan ternyata benar-benar menjadi bagian yang mendasar dalam program kami. Itu sendiri, memahami bagaimana suatu hal bekerja dengan baik dan mengapa hal tersebut dapat bekerja, telah menjadi sesuatu yang benar-benar harus kami adaptasi dan pelajari dalam satu tahun terakhir. Dan saya rasa untuk menjelaskan hal ini, cara terbaiknya adalah dengan menggunakan salah satu jenis kesuksesan kami, dan tentunya hal yang akan kami lanjutkan. Dan ini adalah komisi yang kami jalankan di mana kami menyajikan ringkasan singkat, yaitu *Melihat Keluar, Melihat ke Dalam, Melihat ke Atas*.

Kami melakukan sebuah panggilan terbuka untuk para seniman atau siapa pun dari komunitas lokal kami. Mereka dapat mendaftar dan menerima sejumlah kecil uang, dan itu adalah untuk [www.britishcouncil.org](http://www.britishcouncil.org)



mengembangkan karya digital sebagai respons terhadap tema ini. Dan hasilnya adalah terjadinya sebuah festival digital yang sangat beragam. Dan saya harus menambahkan, kami menerima lebih dari 300 pendaftaran, yang bagi organisasi seni kecil ini adalah kesuksesan yang sangat besar. Ini adalah salah satu hal yang menyadarkan kami bahwa strategi kami berhasil. Melalui komisi ini, kami berhasil mencapai target inti tersebut. Kami menyalurkan dana kepada seniman-seniman dan anggota komunitas kami untuk memastikan bahwa mereka didukung secara finansial selama pandemi.

Kami memberikan *platform* kepada orang-orang, menyediakan materi menarik berkualitas tinggi yang relevan dan mencerminkan bagi audiens kami. Dan bagi kami sebagai sebuah *venue*, kami mempertahankan rasa keberadaan di antara komunitas kami, dan kami melihat peningkatan yang sangat dramatis dalam jumlah pengikut secara daring. Jadi, di seluruh saluran media sosial kami, tetapi juga di YouTube kami, yang sebelum festival digital ini, sebagian besar ditampilkan melalui video di YouTube, hampir tidak memiliki penontonnya sama sekali. Itu bukanlah *platform* yang dapat kami gunakan. Tapi sekarang orang-orang menonton video ini dan mereka mempelajari siapa kami. Jadi, kami kembali lagi pada strategi digital kami, kami dapat melihat bahwa hal itu bekerja melalui *hard data*, tetapi kami juga tahu bahwa hal tersebut berhasil karena kami tahu bahwa kami mencapai nilai-nilai inti yang benar-benar tidak ingin kami hilangkan selama pandemi dan selama waktu di mana kami sedang menyampaikan program kami dengan cara yang sangat berbeda.

Dengan mengingat semua ini, nasihat apa yang akan saya berikan kepada orang-orang yang mengalami apa yang saya ketahui, seperti yang telah saya sebutkan, adalah masa yang sangat melelahkan – dan dalam hal mengambil strategi digital, terutama jika itu bukan sesuatu yang biasa Anda lakukan, dapat terasa sangat menakutkan. Saya rasa tiga pembelajaran terbesar saya dari pengalaman ini adalah untuk mengambil risiko dan tidak takut dengan ‘bagaimana jika’. Dengan program digital, salah satu hal yang berguna adalah apa yang dipertaruhkan menjadi sangat rendah. Setiap orang sedang mencoba sesuatu yang baru. Jadi, ambillah risiko, coba komisi-komisi baru, coba *platform* yang berbeda, bekerja dengan seniman atau komunitas atau organisasi baru dan lihat saja apa yang berhasil

Hal lain yang bisa menjadi pembelajaran adalah bahwa komunitas Anda masih ada dan mereka tahu bahwa Anda sudah berusaha sebaik mungkin. Ini bisa terasa sangat aneh ketika Anda



melakukan strategi digital dan Anda bekerja dari jarak jauh sementara semua staf Anda bekerja dari rumah, sehingga benar-benar terasa terpisah dan mungkin rasanya seperti komunitas. Anda juga telah melupakan semua pekerjaan cemerlang yang Anda lakukan hingga titik ini. Jadi, kami melakukan survei, kami menggunakan surel, kami menggunakan media sosial, dan ini semua adalah cara berbeda yang dapat kami lakukan untuk tetap berhubungan dan mempertahankan tingkat komunikasi yang sangat kami banggakan dan kami tahu bahwa audiens kami sangat menikmatinya dan mengharapkannya dari kami.

Saran terakhir saya adalah kembali ke prinsip-prinsip inti organisasi Anda ketika Anda beradaptasi di wilayah yang baru. Kami belum pernah mengadaptasi program seni ke ruang digital sebelumnya dan meskipun itu benar-benar baru, motivasi kami, cara kerja kami, identitas *brand* kami, mitra kami, semuanya masih benar-benar sesuai dengan siapa diri kami. Jadi, ketika Anda mengimplementasikan strategi ini, jangan merasa bahwa hanya karena Anda melakukan sesuatu yang sangat baru, Anda harus menjadi benar-benar baru. Jika iya pun, itu akan menjadi hal paling fatal yang bisa Anda lakukan. Anda ingin memegang sekuat mungkin siapa diri Anda, siapa identitas dan *brand* organisasi Anda, dan lalu menyalurkannya melalui strategi yang Anda ciptakan. Itu akan menjadi kata-kata nasihat saya untuk membuat strategi tambahan.