*Tidak untuk Diperjualbelikan

museografia

MAJALAH TENTANG PERMUSEUMAN

Vol. XVII/2022



'Masyarakat di Hatiku' Sebuah Slogan untuk Museum.

Pengalaman Imersif 360 yang impresif, Tren baru Museum Interaktif di Indonesia.

Museum yang Belajar dari Publik Pengalaman Museum Penerangan Menggelar Nonton Bareng Sahabat Netra.

Kemendikbudristek Luncurkan Tiga Museum Baru di Hari Museum Indonesia

Apakah Museum Harus Hi-Tech?

Tak Ada Cerita Kaum Crazy Rich di Museum.

ISSN 2809-0837

Tim Redaksi

Penanggung Jawab :
Irini Dewi Wanti
Direktur Pelindungan Kebudayaan

Redaktur :
Rusmiyati
Aryudhi Saputra
Safei
Shalihah Sri Prabarani
Albertus Napitupulu

Editor :
Hilman Handoni

Desain Grafis dan Tata Letak :
Rezki Kurnia Hapsari
Riyan Hadi Hidayat

Sekretariat :
Eko Priyanto
Dini Fitriani
Partogi Mai Parsaulian
Edi Ardiyanto
Asri Cahyani

Diterbikan oleh :
Direktorat Pelindungan Kebudayaan
Direktorat Jenderal Kebudayaan
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan Riset dan Teknologi
Komplek Kemdikbudristek, Gedung 'E' Lantai 11
Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta
10270

Telp. : 021 5725048; Faksimile 021 5725531
Fb/Ig/Twitter : @lindungibudaya
Youtube : @Pelindungan Kebudayaan
Laman : https://kebudayaan.kemdikbud.go.id
Surel : dokumentasipublikasi.ditpk@gmail.com

Tulisan dalam majalah ini dapat dikutip atau disiarkan dengan menyebutkan pengarang dan sumbernya, serta mengirimkan nomor bukti pemuatan kepada redaksi.

ASAS, TUJUAN, DAN JANGKAUAN

- **Museografia** majalah tentang permuseuman berasaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
- **Museografia** diterbitkan oleh Direktorat Pelindungan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi sebagai media komunikasi dan informasi di bidang permuseuman. Tujuan utama penerbitan ini adalah untuk menyumbangkan gagasan dan pikiran demi pertumbuhan dan perkembangan ilmu permuseuman, pembinaan dan pengembangan permuseuman di Indonesia dan menciptakan suatu sarana komunikasi dan proses tukar pikiran berdasarkan penalaran dan pengalaman bagi kaum profesional, pengelola dan peminat permuseuman.
- **Museografia** memilih dan memuat tulisan ilmiah populer yang bersifat teoritis atau deskriptif, gagasan orisinil yang segar dan kritis, pengalaman teknis dengan penalaran teoritis, dan berita permuseuman.
- **Museografia** ingin mengajak para sarjana, ahli, dan pemikir untuk menulis dan mengkomunkasikan buah pikiran yang kreatif dan yang ada hubungannya dengan bidang permuseuman.

Pengantar Redaksi

"Museum Kini, Derap Inovasi Digital dan Partisipasi Publik"

Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat. Definisi museum berdasarkan konferensi umum ICOM (International Council Of Museums) yang ke-22 di Wina, Austria, menyebutkan bahwa Museum adalah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang mengumpulkan, merawat, meneliti, mengomunikasikan, dan memamerkan warisan budaya dan lingkungannya yang bersifat kebendaan dan takbenda untuk tujuan pengkajian, pendidikan, dan kesenangan.

Museum mengelola bukti material hasil budaya dan/atau material alam dan lingkungannya yang mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, kebudayaan, teknologi, dan/atau pariwisata untuk dikomunikasikan dan dipamerkan kepada masyarakat umum melalui pameran permanen, temporer, dan keliling.

Berangkat dari Tema Hari Museum Internasional "The Power of Museum", peringatan Hari Museum Indonesia (Harmusindo) 2022 mengangkat tema "Museum sebagai Sumber Inspirasi Bangsa" (Inspiring Museum) bertujuan untuk memperkuat peran Museum di Indonesia sebagai sumber inspirasi masyarakat terhadap museum sebagai sumber sejarah dan budaya untuk mewujudkan Indonesia Maju.

Pada terbitan Majalah Museografia tahun ini tim redaksi menyajikan tema "Museum Kini, Derap Inovasi Digital dan Partisipasi Publik" yang mengulas tentang wajah museum masa kini yang diikuti dengan perkembangan inovasi dalam bentuk digital dan partisipasi publik. Perkembangan Museum setelah melewati pandemi beradaptasi dengan kebiasaan-kebiasaan baru yang mengubah cara museum tetap bertahan dengan mengembangkan inovasi secara daring melalui digital. Tahun ini telah diluncurkan 3 Museum baru yaitu Museum Batik Indonesia, Museum Semedo, dan Museum Song Terus yang menambah khazanah peradaban bangsa Indonesia yang merupakan bentuk upaya pelindungan, pemanfaatan, dan pelestarian kebudayaan.

Selamat Membaca


MUSEUM
SITUS SEMEDO

Daftar Isi

Apakah Museum Harus Hi-Tech. 06
Salsabila Sakinah

Muda-Kaya Raya: 'Crazy Rich' dan Museum Perbankan Kita. 14
Hilman Handoni

'Masyarakat di Hatiku:' Sebuah Slogan untuk Museum 24
Intan Maulida Al Baroh

Museum yang Belajar Dari Publik Pengalaman Museum Penerangan Menggelar Nonton Bareng Bersama Sahabat Netra 32
Rosita Budi Suryaningsih

Pengalaman Imersif 360 yang Impresif, Tren Baru Museum Interaktif di Indonesia 40
Rizki Dwika Aprilian

Bulan Kebangkitan/ Kolaborasi dan Partisipasi Aktif Masyarakat dalam Momentum "Ma[s]sa Bangkit" Museum Kebangkitan Nasional. 46
Zulfa Nurdina

Partisipasi Publik Sebagai Strategi Kebangkitan Museum Pasca Pandemi 60
Candrika Ilham Wijaya

Kanal Budaya Indonesiana TV x Munasprok: Upaya Memvisualisasikan Spirit serta Makna Peristiwa Sejarah dan Koleksi Museum. 68
Jaka Perbawa

Kampanye Pelestarian Cagar Budaya & Museum sebagai Upaya Penerapan Arkeologi Publik oleh KPBMI 76
Zulfa Nurdina

Modernisasi Museum Mpu Purwa 84
Akhmad Idris

Menyingkap Eksistensi Museum Tertua di Indonesia, Radya Pustaka 92
Aprillia Christianawati

Ramah Publik Untuk Wisatawan Difabel Melalui Inovasi Digital. 100
Herdin Muhtarom

Kemendikbudristek Luncurkan Tiga Museum Baru di Hari Museum Indonesia 108
Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat

APAKAH MUSEUM HARUS HI-TECH?

Penulis Salsabilla Sakinah (Konsultan Museum)

Tempo hari, saya mengikuti sebuah webinar bertajuk perkembangan museum di masa depan. Pada salah satu sesi tentang penggunaan teknologi digital di museum, ada secuplik pernyataan dari narasumber yang membuat saya tergelitik. Menurut sang narasumber, "Museum zaman sekarang, ya, harus *hi-tech*. Harus pakai teknologi-teknologi canggih seperti AR, VR, *video mapping*, dan semacamnya, supaya bisa menarik pengunjung."



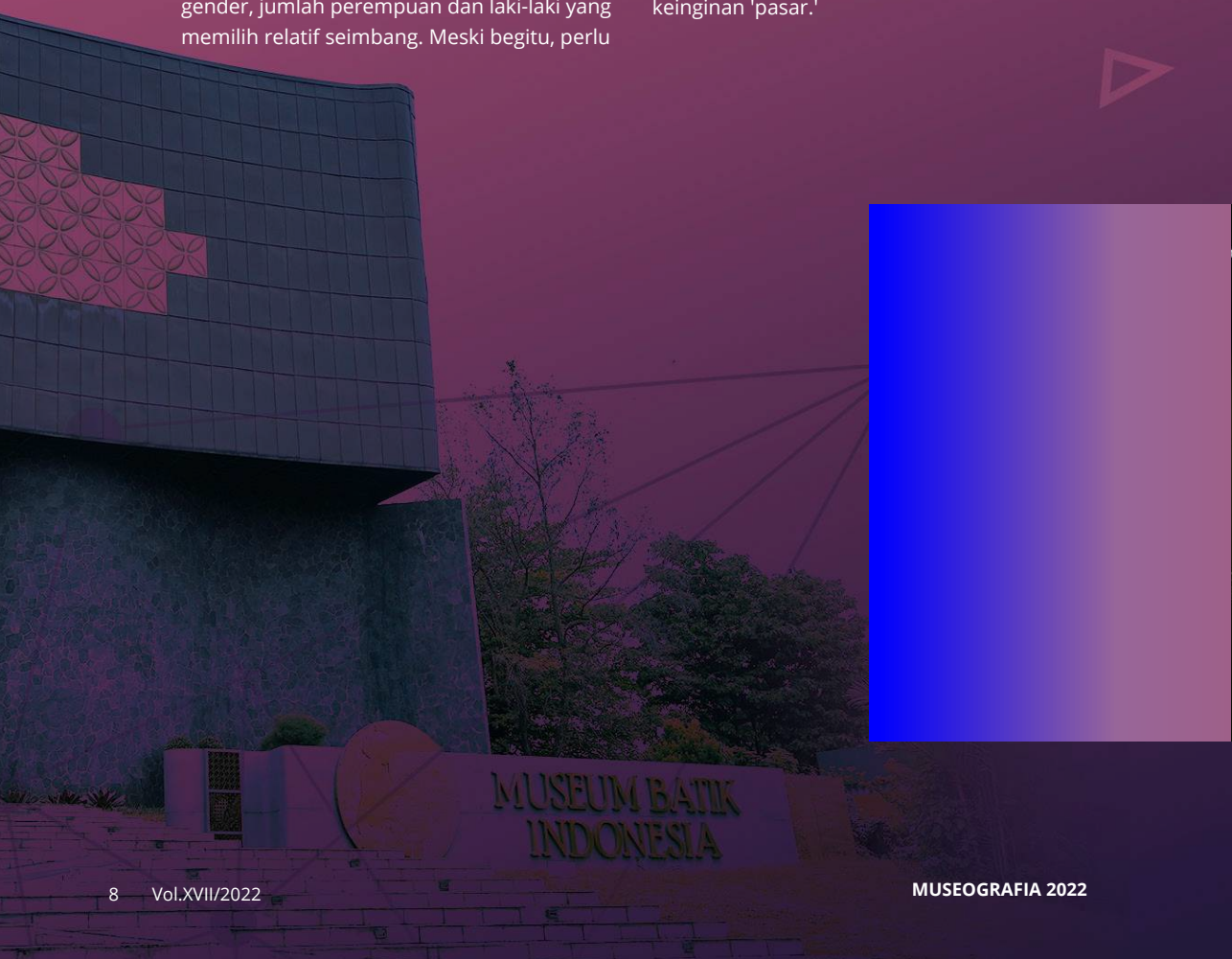

FUTURISTIC HUD
TEST
S-01
70%
90%

Apa benar begitu?

Didorong rasa penasaran, saya membuka kolom jajak pendapat di Instagram *story* saya dan meminta urun rembuk dari warganet: apakah museum harus *hi-tech* supaya menarik untuk dikunjungi? Apa alasannya?

Dalam kurun waktu 22 jam Instagram story tersebut tayang, tercatat ada 51 orang yang ikut memilih dalam *polling*, dan 19 orang yang sekaligus menyampaikan alasannya. Menilik sekilas profil para responden melalui akun Instagramnya, ada beberapa aspek demografis yang dapat dilihat. Dari segi usia, hampir semua yang merespon adalah generasi milenial (kelahiran antara tahun 1981-1994), kecuali satu orang yang merupakan generasi X (kelahiran antara tahun 1965-1980), dan dua orang yang merupakan bagian dari generasi Z (kelahiran antara tahun 1995-2010). Sementara dari segi gender, jumlah perempuan dan laki-laki yang memilih relatif seimbang. Meski begitu, perlu diingat bahwa jajak pendapat ini dilakukan di media sosial pribadi yang bersifat personal, sehingga cakupan responden relatif terbatas dan tentu tidak dapat mencerminkan keberagaman pendapat populasi yang sesungguhnya.

Dengan segala keterbatasannya, hasil survei cepat ini ternyata menunjukkan hal menarik yang patut diteliti lebih jauh. Bertentangan dengan asumsi narasumber di webinar yang saya ikuti sebelumnya, rupanya hanya 26 persen responden yang meyakini bahwa museum harus *hi-tech*. Mereka yang memilih opsi ini beralasan bahwa teknologi adalah hal yang kekinian, bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita di masa sekarang. Bila museum tidak ikut dalam euforia digital ini, museum akan tertinggal. Ada lagi yang menjelaskan bahwa menjadi *hi-tech* bisa jadi merupakan salah satu upaya museum untuk mengikuti dan menyesuaikan dengan keinginan 'pasar.'



Sementara itu, hampir tiga perempat atau 74 persen responden lainnya rupanya berpendapat bahwa museum tidak mesti mengadopsi aneka teknologi canggih hanya demi menarik minat publik untuk berkunjung. Ada banyak faktor lain yang mempengaruhi minat dan antusiasme orang untuk datang ke museum, bukan sekadar soal apakah museum tersebut *hi-tech* atau tidak.

Suasana dan *storyline*

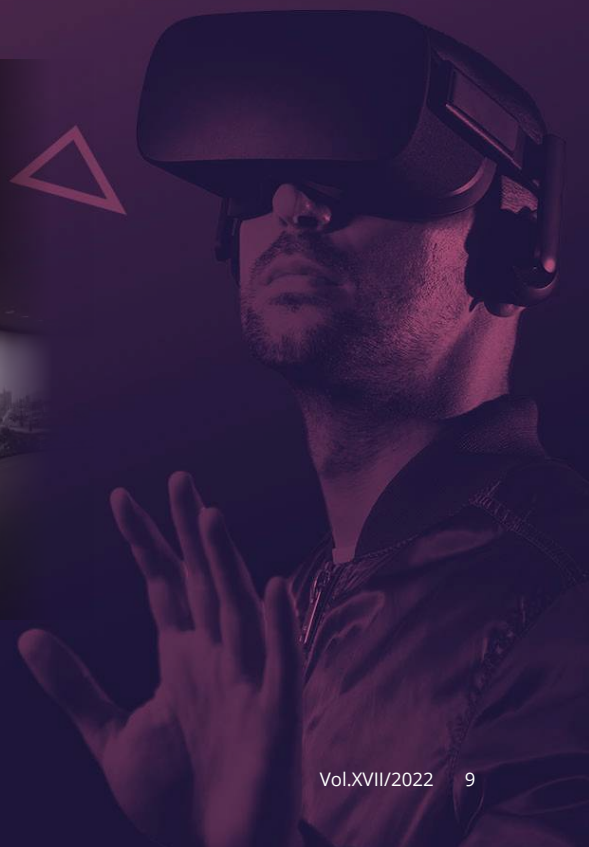
Salah satu poin yang banyak disebut sebagai 'lebih dicari di museum alih-alih sekadar teknologi canggih' adalah suasana yang mengesankan. Beberapa responden menyampaikan bahwa ketika mereka datang ke museum yang menampilkan koleksi-koleksi berharga warisan dari masa lalu kita, yang mereka harapkan justru gambaran suasana yang membawa pengunjung seolah kembali ke zaman tersebut, yang *jadul* (*jaman dulu*), *vintage*, dan klasik. Tata letak pameran, pemilihan dan penempatan koleksi, serta penataan lingkungan pendukung adalah kunci utama untuk mencapai hal ini. Museum Sisa Hartaku dan Museum Ullen Sentalu di Sleman, Yogyakarta, adalah beberapa di antara museum yang oleh sebagian responden disebut sebagai museum yang berhasil membangun suasana yang hidup dan mengesankan, meski tanpa sentuhan teknologi canggih.

Meski begitu, dari perspektif ini, bukankah media digital canggih seperti *augmented reality* (AR), *virtual reality* (VR), dan *video mapping* juga sangat bisa membantu menghadirkan dan menghidupkan suasana zaman dulu di dalam ruang pamer museum?

Kendati bukan satu-satunya cara, benar bahwa teknologi imersif seperti AR, VR, dan *video mapping* dapat digunakan untuk mengaburkan batasan antara dunia nyata dengan dunia virtual, sehingga dapat membawa pengunjung 'masuk' dan



Gambar penunjang narasi dan pembangun suasana di Hiroshima Peace Memorial Museum
(sumber: dokumentasi penulis, 2018)



merasakan sepenuhnya suasana yang dibuat. Akan tetapi, ada syarat penting yang perlu diperhatikan agar hal ini dapat tercapai: teknologi digital yang digunakan harus dilihat sebagai 'fasilitator penyampai pesan' yang 'melebur sempurna ke dalam latar belakang', alih-alih dijadikan sebagai 'pengalaman utama' yang disuguhkan untuk pengunjung (Kidd, 2018; Kidd and McAvoy, 2020). Artinya, yang perlu 'dijual' dan dipromosikan besar-besaran oleh museum semestinya bukanlah teknologinya itu sendiri, melainkan tema atau suasana yang ingin ditampilkan.

Bagaimana museum dapat melakukannya? Tentu saja dengan meletakkan fokus utama pada *storyline* yang ingin dibangun. Perkara *storyline* ini juga ditekankan oleh banyak responden sebagai hal yang jauh lebih penting ketimbang sekadar omong besar soal teknologi. Sebagai awalan, museum perlu terlebih dahulu fokus menentukan tema apa yang ingin diangkat, konsisten merangkai jalan cerita seperti apa yang ingin disampaikan serta bagaimana suasana yang ingin dibangun. Baru setelah itu, museum bisa merancang bagaimana agar teknologi dan media yang digunakan dapat sesuai dan efektif untuk menghidupkan alur cerita dan suasana yang ingin dihadirkan. *Story first, technology follows*. Jangan sampai terbalik: yang penting canggih, yang penting pakai AR, VR, atau *video mapping*, sementara *storyline* hanya dipikirkan alakadarnya.

Salah satu contoh museum yang menurut saya menggunakan teknologi imersif secara tepat, sehingga sukses menghadirkan suasana masa lalu yang hidup, adalah Hiroshima Peace Memorial Museum di Jepang. Pada bagian depan ruang pamer utamanya yang berkisah tentang dampak bom atom, museum ini menampilkan *video mapping* detik-detik hening kota Hiroshima yang damai sesaat sebelum pelepasan bom atom, dan kehancuran serta kengerian yang menjalar di seluruh kota setelahnya. Memiliki tema yang jelas dan *storyline* yang kokoh, teknologi proyeksi video yang digunakan di galeri tersebut berpadu dengan penataan koleksi dan gambar penunjang lainnya, membuat pengunjung benar-benar merasa tersedot masuk ke masa kelam itu.



Interaktif dan partisipatoris

Faktor lain yang juga banyak disebut oleh responden survei Instagram saya sebagai 'lebih menarik minat daripada sekadar teknologi canggih' adalah interaktif dan partisipatoris. Di museum yang interaktif, pengunjung tidak hanya berkeliling melihat-lihat koleksi secara pasif, melainkan juga bisa berinteraksi aktif. Sementara itu, museum yang partisipatoris dapat didefinisikan sebagai tempat di mana pengunjung bisa menciptakan, berbagi, dan terhubung, baik dengan konten museum, maupun dengan pengunjung lain terkait konten museum (Simon, 2010).

Gagasan terkait museum yang interaktif dan partisipatoris sendiri sebetulnya bukan hal baru. Meski tanpa teknologi canggih, banyak museum yang telah menyediakan program edukasi di mana pengunjung bisa berkreasi dan menciptakan sesuatu terkait konten museum. Museum Batik Pekalongan, contohnya, menyediakan kesempatan mencoba membatik bagi para pengunjungnya. Sementara itu, National Museum Cardiff di Wales, Inggris, memberi kesempatan pada pengunjung untuk berinteraksi dengan koleksi dengan cara menyediakan sampel replika koleksi yang memang ditujukan untuk disentuh, dipegang, dan dirasakan oleh pengunjung.

Contoh lain museum yang interaktif bisa kita lihat dari Museum Pusat Peragaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (PP-IPTEK) di Jakarta. Meski tidak mengadopsi fitur-fitur



media digital kekinian semacam AR, VR, atau *video mapping*, hampir semua yang ada di museum ini bersifat interaktif: bisa disentuh, dicoba, dan dimainkan oleh pengunjung. Sebagian besar media interaktif di sana justru menggunakan alat-alat peraga sederhana untuk mendemonstrasikan prinsip-prinsip dasar sains, seperti bersepeda bersama kerangka untuk memperagakan gerak, prisma kaca untuk menggambarkan sifat-sifat cahaya, atau bola melayang untuk menjelaskan efek hembusan angin.

Meski lagi-lagi bukan satu-satunya cara, tentu saja teknologi digital juga bisa membuka peluang bagi museum dalam mengembangkan fitur-fitur interaktif dan partisipatoris. Salah satunya, museum dapat menggunakan media digital untuk memfasilitasi interaksi multi-arah antara pengunjung-museum-pengunjung, bukan sekadar dua arah antara pengunjung dan konten museum saja. Sebagai contoh, Bristol Museum & Art Gallery di Inggris menggunakan teknologi voting digital untuk menampilkan opini pengunjung tentang suatu isu kontroversial tertentu. Pengunjung dapat menekan tombol di samping pernyataan yang disetujuinya, dan hasil berupa berapa banyak pengunjung lain yang juga menyetujui pernyataan tersebut, serta berapa banyak orang yang menyetujui pendapat lain yang bertentangan, akan muncul secara *real-time*. Dengan menampilkan hasil voting secara *real-time*, Bristol Museum & Art Gallery tidak hanya memberi kesempatan pada pengunjung untuk berpartisipasi memberikan pandangannya terkait konten museum, tapi juga secara tidak langsung memfasilitasi pengunjung untuk berinteraksi dengan pendapat pengunjung lainnya.

Jadi, apakah museum wajib *hi-tech* agar dapat menarik minat pengunjung? Meski masih perlu diteliti lebih lanjut, jawabannya mungkin di luar dugaan para pemangku kepentingan: masih banyak generasi milenial yang rupanya menjawab tidak harus. Faktor-faktor yang justru lebih penting diciptakan oleh museum adalah *storyline* yang menarik, suasana yang sesuai sehingga memberi kesan mendalam, serta kesempatan bagi pengunjung untuk berinteraksi aktif dan berpartisipasi di museum.

Tentu tak dapat dimungkiri, teknologi canggih dapat berkontribusi menghadirkan semua hal itu. Namun, bagaimana caranya? Itulah yang perlu dipikirkan matang-matang oleh museum sebelum memutuskan memboyong aneka teknologi media digital ke dalam ruang pamernya. Sehingga, seperti juga kata banyak responden jajak pendapat Instagram saya, keberadaan teknologi dan media digital canggih di museum bisa benar-benar membantu museum mencapai tujuannya sebagai sarana edukasi dan ilmu pengetahuan, bukan sekadar menjadi *gimmick* belaka.

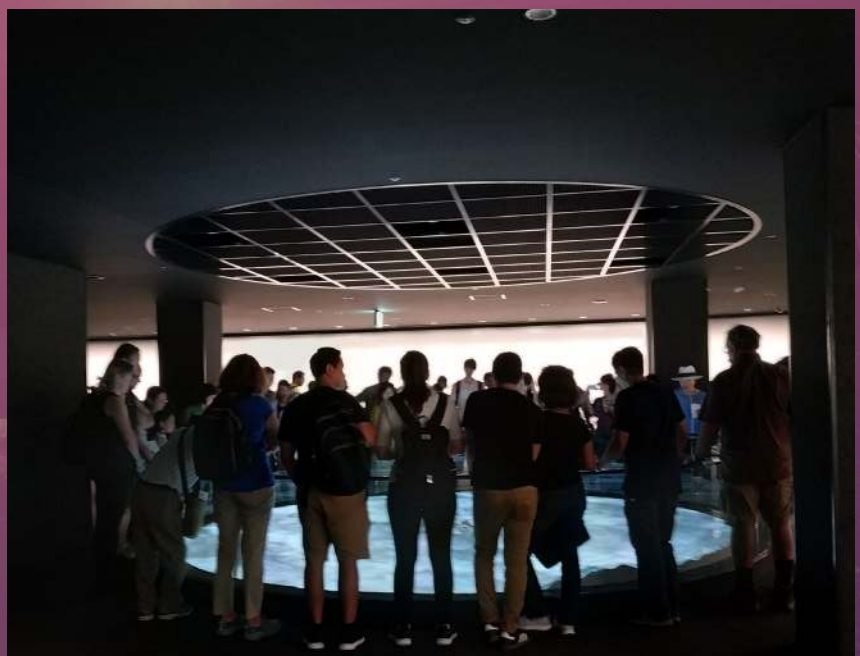


Referensi:

Kidd, J. and McAvoy, E., 2020. *Immersive experiences in museums, galleries and heritage sites: a review of research findings and issues*. Available from: https://www.pec.ac.uk/discussion-papers/immersive-experiences-in-museums-galleries-and-heritage-sites-a-review-of-research-findings-and-issues

Kidd, J., 2018. Immersive. *Heritage Encounters. The Museum Review 3, 16*.

Simon, Nina. 2010. *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0.



MUDA-KAYA RAYA: 'CRAZY RICH' DAN MUSEUM PERBANKAN KITA

Penulis Hilman Handoni (Museolog independen)

Kita tidak akan kekurangan cerita seperti miliarder-miliarder di Tuban. Mereka yang beruntung mendapatkan rezeki nomplok, akibat ganti untung lahan, dan menghabiskan uang mereka untuk barang-barang *wah*—dalam kasus ini mobil mewah. Sebagian dari mereka mungkin telah mengukir sejarah: hidup makmur. Tapi beberapa di antaranya kini harus berjuang lagi dengan sisa uang yang tak seberapa (Hamim, 2022). Cerita ini nyaris berulang. Saya pernah mendengar petani lada di Lampung yang bahkan membeli mobil padahal di kampungnya jalan saja belum beraspal. Atau ada juga yang membeli kulkas, tapi karena listrik *byar pet* di kampungnya maka kulkas berakhir menjadi almari baju. Apakah gejala ini akan berhenti? Kemungkinan tidak.

Di kutub yang lain kita juga disuguhi fenomena "crazy rich" yang memamerkan gaya hidup merah, sembari mengobral mimpi bahwa mereka tajir lantaran *trading* saham dan berbagai investasi yang menjanjikan keuntungan dalam sekejap. Wara-wiri di televisi, mereka yang mengumbar kisah-kisah ajaib ini lantas belakangan kita ketahui tak lebih dari penjahat dengan arisan skema ponzi (BBC.COM, 2022). Apakah fenomena ini akan menghilang? Dengan kemajuan Internet sudah hampir pasti penipuan atau perjudian berkedok investasi, *trading*, atau apalah itu akan selalu ada. Dan boleh jadi akan memakan korban lainnya.

Tuna-kelola, tuna-rencana keuangan

Tak ada yang bisa melarang orang menghabiskan uangnya untuk perkara kesenangan dan kemewahan. Hidup berpuluh-puluh tahun dalam tekanan lalu dalam sekejap mata muncul kesempatan, maka wajar saja jika uang dihabiskan. "Budaya konsumtif dan budaya instan yang ada di masyarakat seringkali menyebabkan masyarakat tidak berpikir untuk jangka panjang," kata pakar Hempri Suyatna pakar pembangunan sosial dan kesejahteraan, Fisipol Universitas Gadjah Mada (Caesaria,



sumber foto:
https://www.freepik.com/free-photo/man-with-banknotes-isolated-studio_14922978.htm#query=crazy%20rich&position=1&from_view=search&track=sph

2022). Di saat yang sama katanya banyak orang juga tidak memiliki bekal untuk mengelola usaha dan keuangan sehingga mereka mengalami kegagalan saat merintis usaha.

Di pihak lain, kecepatan informasi dan Internet juga dimanfaatkan berbagai perusahaan untuk menawarkan produk dan jasa. Termasuk kaum 'crazy rich' dan *influencer* untuk *flexing*, mempertontonkan gaya hidup mewah (Malik, 2022). Ditambah dengan narasi yang membuai, maka banyak orang termakan bujuk rayu. Ingin mendapatkan barang dan gaya hidup mewah. Ingin mendapatkan uang dengan cara pintas sambal rebah-rebahan. Dengan Internet yang menghadirkan kemudahan dalam mengalirkan dan mempertukarkan aset, jual-beli dan investasi (apa pun jenisnya) semua bisa dilakukan sambil rebahan. Termasuk untuk membeli hal yang tak diperlukan dan menyetor uang pada *platform* judi dan ponzi berbungkus investasi.

Semua bisa jadi sasaran jenis kejahatan atau gaya hidup mewah seperti ini—yang akan berakhir dengan kemelaratan. Orang tua, apalagi anak muda. Harap diingat, satu di antara dua penduduk Indonesia adalah generasi muda, menurut survei BPS 2020 (Malik, 2022). Tapi celakanya literasi keuangan penduduk berusia 15-17 tahun terbilang cukup rendah. Hanya enam belas persen saja yang melek, menurut Survei Nasional 2019. Hal ini selaras dengan jumlah penduduk Indonesia yang hanya 38,02 persen saja yang melek literasi keuangan (ojk.go.id, 2020).

Di sekolah dasar hingga sekolah menangah atas, bahkan pendidikan tinggi, kita selalu diajarkan pendidikan moral, pendidikan agama, pendidikan kewarganegaraan agar tumbuh menjadi pribadi yang bermanfaat dan tidak menjadi mudarat bagi masyarakat. Tapi apakah ada pendidikan keuangan dan bagaimana merencanakan keuangan kita agar tak jadi melarat dan tidak jadi beban anak dan negara di masa tua di sekolah-sekolah kita?

Museum dan penumbuhan kesadaran

Menambal ruang kosong di dalam pendidikan formal kita, yang tidak menyediakan pendidikan khusus untuk





mengelola keuangan, museum bisa tampil dan berperan. Dan itu terjustifikasi. Toh, fungsi pendidikan (*education*)--yang juga dapat dimaknai sebagai laku untuk melayani (*service of society*) dan membangun masyarakat (*its development*)—juga terangkum di dalam definisi museum yang dirumuskan The International Council of Museums (ICOM). Definisi museum menurut ICOM itu berbunyi '*A non-profit making, permanent institution in the service of society and of its development, and open to public, which acquires, conserves, researches, communicates, and exhibits, for purpose of study, education and enjoyment, material evidence of man and his environment.'*

Hein (2000) bahkan berargumen aspek pendidikan adalah *raison d'être* (alasan utama) keberadaan sebuah museum dan menjadi fungsi pokoknya. Dengan melacak perdebatan hingga abad ke-19, antara George Brown Goode (1851–1896) dan Benjamin Ives Gilman (1852–1933), Hein membuktikan bahwa museum, apa pun jenisnya, apakah yang mementingkan

fungsi estetis atau nilai edukatif, senantiasa membawa misi pendidikan atau pengajaran (1998, 2004). Hein juga berpendapat pendidikan bukan hanya bermakna memberi penekanan pada pola pembelajaran aktif '*active learning*' dan mengakomodasi kebutuhan individu saja. Tapi pendidikan juga bermakna sebagai aktivitas sosial politik yang bertujuan utama untuk memperbaiki kondisi masyarakat (2002).

Pendidikan dan literasi keuangan yang didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangkai mencapai kesejahteraan (ojk.go.id, 2020) dengan demikian amat sah untuk dimasukkan ke dalam bagian dari kegiatan pendidikan di museum.

Ada (pendidikan) uang di museum

Pendidikan keuangan bukan sekadar gerakan sporadis atau petatah petitih kuno semacam 'mari menabung' atau simpan uang di dalam bantal. Menurut Pereira dan Coelho (2020) literasi keuangan juga berarti pemahaman atas uang baik dalam level personal maupun pada tingkat masyarakat, termasuk mengerti kekuatannya, tanggung jawabnya, manfaat, juga tantangannya. Seorang yang paham keuangan juga mampu dan percaya diri mengelola jejaring keuangan yang kompleks dan berbeda.

Museum keuangan secara khusus atau museum yang memiliki koleksi terkait dengan keuangan adalah tempat yang amat pas untuk menyediakan pengalaman belajar mengenai literasi keuangan. Mereka punya potensi yang unik karena memegang warisan budaya milik warga yang terkait dengan keuangan



termasuk pengetahuan yang terkait dengan sejarah dan perkembangan keuangan. (Lusardi, 2019)

Dalam konteks Indonesia, kita juga punya banyak museum yang terkait dengan keuangan. Museum Nasional misalkan juga memiliki uang (bahkan cetakannya!) yang membentang mulai dari masa Majapahit hingga Kesultanan Palembang di abad kesembilan belas. Semuanya termasuk dalam kategori koleksi numismatik.

Kebanyakan menempati bangunan-bangunan historis, Indonesia juga punya beberapa museum yang terkait dengan perbankan: Museum Bank Indonesia, Museum Bank Mandiri, Museum BRI di Purwokerto, dan Museum BNI. Tapi sayangnya, tengoklah media sosial dan situs web museum-museum ini, sedikit sekali atau malah nyaris tidak ada yang memberikan informasi atau edukasi yang terkait dengan, katakanlah yang paling dasar, inflasi dan bagaimana tabungan kita bisa digerogoti nilainya. Tak ada yang mengomentari dan menghubungkan fenomena munculnya kaum "crazy rich" dengan produk investasi, kewajaran dalam berusaha, pola konsumsi, dan perencanaan keuangan. Padahal, museum-museum ini punya lebih dari sekadar koleksi, tapi juga otoritas dalam menyediakan pendidikan dan literasi keuangan.

Museum sebagai pusat literasi keuangan

Ada banyak cara museum menampilkan dan memberi suluh kesadaran keuangan buat publik. Ada yang bisa dikaitkan langsung dengan koleksi (misalkan koleksi cetakan koin dari masa lalu bisa dikaitkan dengan peredaran uang dan menjaga inflasi tetap terkendali) dalam sebuah pameran, baik pameran tetap maupun pameran temporer. Tapi bisa juga museum menghadirkannya dalam bentuk program publik non-pameran.

Contoh meme terkait literasi keuangan yang beredar di Twitter. Sederhana, menarik, dan tepat sasaran.

Mengapa tidak museum membuka kelas khusus perencanaan keuangan untuk anak SD atau anak SMP? Lebih baik lagi, jika diperkenankan peraturan, museum bahkan bisa membuka kelas-kelas berbayar mengenai perencanaan keuangan untuk keluarga di akhir pekan. Ini tak cuma menciptakan *engagement* museum dengan publik, tapi juga sumber *revenue* baru buat museum. Coba cek berapa banyak perusahaan perencana keuangan yang tumbuh sejak sepuluh tahun yang lalu. Masa iya museum, apalagi yang terkait dengan perbankan, tidak mau *nimbrung* dalam pasar yang telah tumbuh bertahun-tahun ini?

Saya agak sedikit yakin, museum-museum yang disebut di atas, punya kapasitas apa pun untuk menyelenggarakan kelas-kelas ini. Mereka punya pengetahuan dan sumber daya manusia dan yang paling penting: juga punya sumber daya uang. BRI misalkan, yang punya Museum BRI di Purwokerto, tercatat menjadi bank BUMN penyumbang dividen terbesar kepada pemerintah. Secara total, BRI menyetor deviden sebesar Rp45 triliun pada 2020 (Fakhrudin, 2021).

Ketimbang hanya mempromosikan ruang-ruang dan spot *Instagramable* atau asyik-masyuk dengan keunikan koleksi museum,



kenapa tidak museum menghadirkan cerita-cerita tokoh publik dan bagaimana mereka mengelola uangnya sejak kecil? Museum bisa menggunakan *meme* atau ilustrasi sederhana untuk menggambarkan apa itu saham dan bagaimana kita bisa mengambil keuntungan dari pertumbuhan ekonomi. Apa itu inflasi dan kenapa kalau hanya menabung saja kita bisa rugi? Museum bisa menghadirkan kuis-kuis sederhana setiap pekan yang berisi pilihan konsumsi yang bijak: beli sepeda motor atau laptop yang bisa bikin kita produktif? Atau beli sepatu baru yang keren versus beli jaket yang bisa melindungi kita dari angin jahat? Dll.

Bank-bank berjalan boleh jadi sudah ketinggalan zaman, tapi museum tetap bisa menjadi arena, misalkan bagi bank induknya, untuk membuka ruang-ruang temu yang menyediakan akses keuangan agar tujuan inklusi keuangan pemerintah yang tentu saja punya tujuan bajik, tercapai. Toh museum punya banyak ruang serba guna atau halaman yang bisa dimanfaatkan.

Mumpung sudah di situ, museum bersama lembaga keuangan lainnya tentu saja bisa menghadirkan seminar atau kampanye mengenai praktik *pinjol* alias pinjaman online yang bikin sengsara jika tidak dilakukan dengan hati-hati atau mengenai arisan dengan skema ponzi. Lebih jauh dari itu, museum keuangan bahkan bisa menjadi laboratorium tempat kita menguji ide-ide mendasar misalkan kredit di bank konvensional versus di bank syariah. Intinya museum bisa melakukan banyak hal baik sendiri-sendiri maupun bermitra dengan lembaga induk dan lembaga lainnya. Kerja sama bisa jadi kunci untuk meningkatkan dampak dan efisiensi.



Menyegarkan fungsi dan definisi

Museum telah teruji oleh waktu. Dari lemari sederhana milik kolektor kaya raya, kini museum telah menjadi ruang tempat gagasan dan ide diadon dan dipertarungkan dalam aktivitas sosial dan budaya. Museum telah menjadi ruang fleksibel di mana keindahan, pendidikan, dan aktivisme dihelat dan dipertunjukkan. Dan rasanya, dengan problem sosial yang terus-menerus hadir, mestinya museum, termasuk museum perbankan mesti mempertajam lagi fungsi dan definisinya. Bisa saja museum memekakkan telinganya sendiri dan menutup mata dari problem-problem sosial. Tapi itu berarti lonceng kematian. Atau pilihan lainnya museum segera bergegas meredefinisi fungsinya dan menjadikan masyarakat, termasuk denyut problem sosial di dalamnya, menjadi pokok perhatiannya. Cukuplah museum-museum perbankan bisa belajar dari induknya: Bagaimana industri perbankan dipertanyakan ulang dan dipaksa berbenah dengan kemajuan pesat *financial technology* (dengan kehadiran bank-bank digital, berbagai aplikasi investasi yang amat mudah digunakan konsumen, efisiensi dalam biaya transaksi, dll) yang memangkas birokrasi dan ketidakefisienan bank.

Sudah waktunya museum berbenah. Dan itu bisa dilakukan sekarang juga.



Referensi :

(2020, Desember 1). Retrieved from ojk.go.id: https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-2019.aspx

(2022, Februari 2). Retrieved from BBC.COM: https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-60199794

Caesaria, S. D. (2022, Januari 27). Retrieved from Kompas.com: https://www.kompas.com/edu/read/2022/01/27/090312771/pakar-ugm-kasus-miliarder-tuban-jatuh-miskin-jangan-sampai-terulang?page=all

Fakhrudin, I. (2021, Juni 10). Retrieved from beritadiy.pikiran-rakyat.com: https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-702035327/bri-jadi-penyumbang-deviden-terbesar-untuk-negara-capai-264-persen-dari-total-deviden-bumn

Hamim. (2022, Januari 26). *Kompas.com*. Retrieved from https://surabaya.kompas.com/read/2022/01/26/071000478/5-fakta-kampung-miliarder-tuban-dulu-kaya-raya-kini-warga-harus-jual?page=all

Hein, G. (2000). *The museum in transition: Philosophical Perspective.* London: Smithsonian Institute Press.

Hein, G. (2002). *Learning in museums.* New York: Routledge.

Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *J. Econ. Stat., vol. 155, no. 1*, pp. 1–8.

M. C. Pereira and F. Coelho. (2020). Regulatory focus, money attitudes and financial literacy: Evidence from Portuguese young adults . *J. Fam. Econ. Issues, vol. 41, no. 4,*, pp. 615–625.

Malik, N. J. (2022, Maret 17). Retrieved from cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220317205036-92-772859/guru-besar-ui-bicara-fenomena-crazy-rich-generasi-milenial



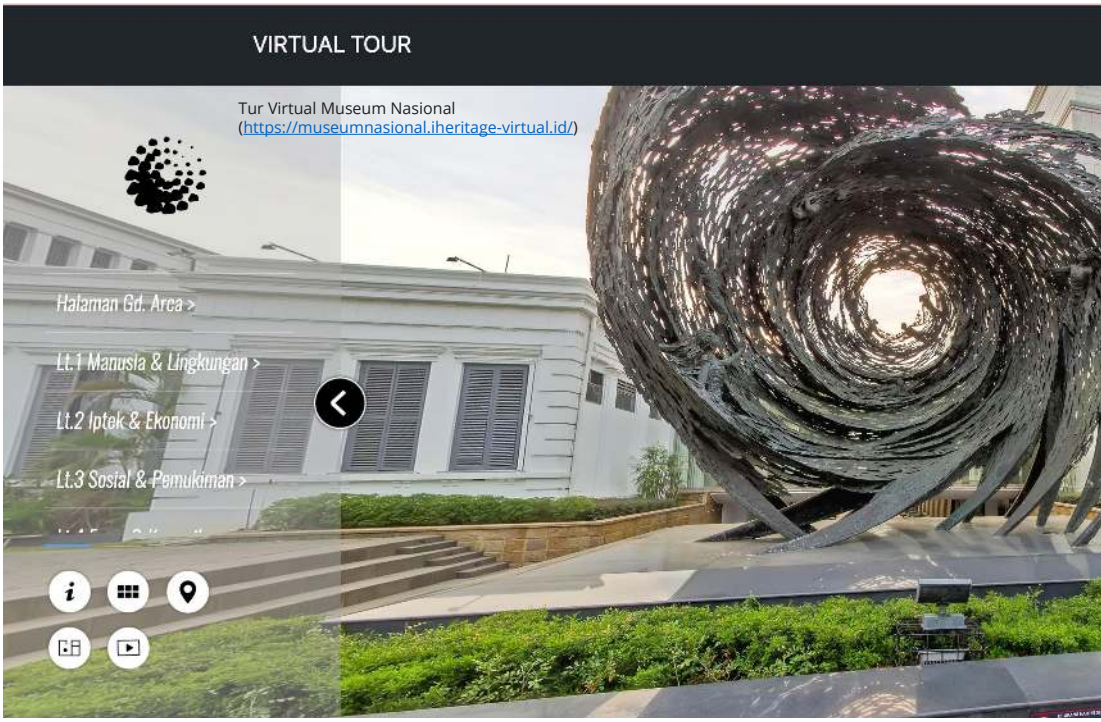
'Masyarakat di Hatiku:' Sebuah Slogan untuk Museum

Penulis Intan Maulida Al Barroh



‘Museum di hatiku’ merupakan sebuah slogan yang sering digaungkan oleh museum untuk mengajak masyarakat lebih dekat dengan museum. Tapi yang jadi pertanyaan, apakah museum sudah berupaya untuk menempatkan publik di ‘hati’ mereka? Apakah masyarakat telah dijadikan sebagai unsur penting dalam kegiatan dan pengembangan museum? Tulisan ini akan membahas bagaimana pentingnya menempatkan masyarakat sebagai salah satu faktor penting dalam menjalankan kegiatan museum sehingga motto ‘museum di hatiku’ bisa terwujud.





Public-oriented Museum

Dari masa ke masa, museum memiliki peran yang dinamis. Awalnya, museum berfungsi sebagai tempat untuk menyimpan berbagai koleksi. Kemudian, museum berkembang menjadi tempat yang tak sekedar menyimpan koleksi, melainkan juga sebagai tempat untuk mengkonservasi dan mempublikasikan koleksi tersebut kepada masyarakat. Kini, peran museum menjadi lebih kompleks. Museum memiliki peran yang penting dalam berbagai bidang yang berkaitan erat dengan publik, yakni sosial, budaya, ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat (Ambrose dan Paine, 2018).

Selain itu, museum telah mengalami transformasi, dari institusi yang berorientasi pada objek menjadi institusi yang berorientasi pada publik (Edson, 2013). Sebagai institusi yang berorientasi pada publik, museum diharapkan menempatkan masyarakat sebagai acuan dalam menjalankan kegiatan di saat ini maupun merencanakan kegiatan di masa mendatang.

Menjadikan publik sebagai aspek penting dalam menyusun kegiatan di museum adalah hal yang perlu dilakukan. Menempatkan masyarakat sebagai bagian penting museum bisa menunjukkan bahwa museum telah menyadari krusialnya peran serta masyarakat dalam membentuk dan mengembangkan kegiatan museum. Publik tidak dianggap sebagai konsumen pasif yang sekadar menerima apa yang ditampilkan oleh museum. Tapi mereka juga dapat turut berpartisipasi dalam membentuk dan membawa arah pengembangan museum.

Manfaat 'Public-oriented Museum'

Menjadi *public-oriented museum* memberikan banyak manfaat bagi museum dan publik. Salah satunya adalah mendukung keberlanjutan dan relevansi museum. Sebagai institusi yang melayani masyarakat dalam melestarikan dan mempublikasikan koleksinya, museum harus dinamis mengikuti perkembangan yang terjadi di



sekitarnya. Upaya museum untuk mengikuti dan beradaptasi dengan dinamika sosial akan membuat keberadaan museum senantiasa relevan dengan kondisi masyarakat. Relevansi museum dengan kondisi masyarakat akan membuat museum tetap bertahan dari waktu ke waktu. Museum tidak akan dianggap sebagai institusi yang ketinggalan zaman melainkan institusi yang selalu *up to date*.

Ketika isu mengenai perubahan iklim mengemuka di masyarakat, salah satu museum terbesar di dunia, British Museum, bergerak untuk membahas isu ini dalam pameran digital mereka yang bertajuk '*Arctic: Culture and Climate*' (British Museum, 2022). Melalui pameran ini, British Museum



Salah satu display di Museum Angkut
(https://www.instagram.com/p/B5FMbWSBRAB/?utm_source=ig_web_copy_link)



membahas isu yang sedang didiskusikan oleh publik dan ikut berkontribusi dalam memberikan pandangan dan pemikiran terhadap isu perubahan iklim. Hal ini menunjukkan kepekaan museum dengan kebutuhan publik sehingga museum dapat menjadi rujukan dalam pembahasan isu-isu kontemporer yang sedang hangat di masyarakat.

Manfaat lain yang dapat diperoleh oleh museum dengan melibatkan publik adalah semakin meluasnya peran yang dapat dimiliki oleh museum. Dengan melibatkan masyarakat berpartisipasi, museum dapat melihat apa yang diharapkan masyarakat terhadap museum. Hal ini tidak selalu berkaitan dengan peran-peran yang besar. Beberapa peran yang diharapkan oleh publik dapat berupa peran-peran yang sederhana dan kadang tidak disangka oleh museum.

Salah satu peran sederhana yang perlu diperhatikan oleh museum adalah peran mereka sebagai *landmark* di suatu tempat. Sebagai *landmark*, museum dapat menjadi acuan bagi publik dalam mengorientasikan diri mereka di suatu wilayah. Oleh karena itu, museum dapat memiliki peran sebagai tempat untuk bertemu meskipun mungkin masyarakat tidak berkunjung ke museum. Untuk dapat mengakomodasi kebutuhan masyarakat, museum dapat melakukan hal-hal yang sederhana seperti menempatkan tulisan museum di tempat yang strategis.

Ketika museum menempatkan masyarakat di 'hati' mereka, pengembangan museum akan semakin efektif dan efisien. Masyarakat sebagai target museum dapat menjadi mitra yang baik dalam melakukan evaluasi dan memberikan ide terhadap museum. Tidak jarang di saat museum mengadakan pengembangan, tujuan mereka untuk dapat meningkatkan pelayanan mereka tidak tercapai. Ketidakefektifan tersebut dapat disebabkan kurang tepatnya pengembangan tersebut dengan masyarakat yang menjadi target mereka. Jika berorientasi pada publik, museum dapat mengetahui apa yang perlu dilakukan, ditingkatkan maupun dihentikan dari kegiatan museum.

Beberapa museum berupaya untuk meningkatkan interaktivitas mereka dengan menyediakan permainan yang berada di fasilitas layar sentuh. Meskipun pengembangan ini banyak dilakukan di museum-museum lain, belum tentu publik dapat menerima upaya tersebut dengan baik. Museum harus memastikan apakah publik merasa terbantu dengan pengembangan tersebut. Oleh karena itu, partisipasi publik dalam hal ini sangat diperlukan. Jangan sampai investasi yang dilakukan untuk



mengembangkan museum malah membuat publik tidak nyaman atau kebingungan ketika berada di museum.

Implementasi 'Public-oriented Museum'

Hal yang dapat dilakukan untuk mendukung terciptanya *public-oriented museum* adalah melakukan riset terhadap masyarakat yang menjadi target museum. Riset ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung melalui wawancara atau kuesioner. Selain itu, museum juga dapat mengumpulkan data tersebut secara tidak langsung dengan mengamati perilaku pengunjung di museum atau memperhatikan persepsi yang tumbuh di masyarakat mengenai museum, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Penelitian terhadap publik akan memberikan pengetahuan terhadap apa yang publik pikirkan dan harapkan terhadap museum. Berangkat dari riset tersebut, museum dapat melakukan peningkatan pada kegiatan di museum maupun pelayanan mereka pada publik. Selain itu, riset publik akan menjadi sebuah jembatan yang menghubungkan antara museum dengan masyarakat. Melalui penelitian tersebut, publik dapat berpartisipasi dalam memberikan evaluasi dan ide untuk pengembangan museum di masa depan.

Fenomena tersebut dapat dilihat dalam terjadinya adaptasi museum dari institusi yang bersifat fisik menjadi perpaduan antara fisik dan digital. Diskusi mengenai perkembangan museum dan adaptasinya dengan perkembangan dunia digital telah jamak dilakukan sebelum pandemi Covid-19 terjadi. Meskipun begitu, penerapan digitalisasi pada museum masih belum terlalu signifikan karena museum belum melihat urgensi untuk melakukan digitalisasi dalam kegiatannya.

Hal ini seketika berubah begitu kondisi pandemi Covid-19 terjadi. Semakin meningkatnya penyebaran Covid-19 mengakibatkan berbagai institusi publik, termasuk museum, diminta untuk menutup layanan fisiknya. Adanya permintaan dari masyarakat untuk tetap menyediakan akses dan pelayanan dari museum membuat urgensi digitalisasi museum semakin tinggi. Oleh karena itu, beberapa museum mulai melakukan digitalisasi pada beberapa kegiatan mereka, mulai dari mengadakan webinar tentang museum, meng-*upload* informasi tentang koleksi mereka, hingga mengadakan tur secara virtual. Dengan melakukan digitalisasi tersebut, diharapkan kebutuhan masyarakat terhadap museum dapat terpenuhi meskipun kondisi sedang tidak memungkinkan.

‘Public-oriented Museum’ vs Identitas dan Ciri Khas Museum

Meskipun begitu, menjadikan masyarakat menjadi acuan utama bukan berarti meniadakan keberadaan faktor lain yang juga dapat mengambil peran dalam menentukan kegiatan museum. Museum perlu mempertimbangkan secara proporsional aspek-aspek tersebut agar dapat tercapai keseimbangan dan proporsi yang pas di dalam kegiatan museum. Dua faktor penting lain yang perlu menjadi perhatian museum adalah identitas dan ciri khas museum.

Museum memiliki identitas sebagai institusi yang berkaitan erat dengan koleksi dan mempublikasikannya kepada publik. Secara internasional, museum memiliki ciri sebagai organisasi yang bersifat permanen, nirlaba, terbuka untuk umum dan melayani masyarakat (International Council of Museums, 2007). Khusus di Indonesia, museum juga memiliki identitas tertentu yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 66 2015. Di dalam peraturan tersebut, disebutkan bahwa museum bertugas untuk melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat. Identitas yang dirumuskan secara internasional dan nasional tersebut menjadi fondasi penting yang menjadikan sebuah organisasi dapat disebut sebagai museum.

Selain itu, setiap museum menjadi ciri khas tertentu yang menjadikan suatu museum berbeda dengan museum yang lain. Ciri khas tersebut dapat merupa dalam berbagai hal, baik itu koleksi yang dimiliki oleh museum, bentuk bangunan, maupun cara museum berkomunikasi dengan publik. Keunikan yang dimiliki oleh museum merupakan aspek penting yang dapat meningkatkan



keuntungan kompetitif museum sehingga *positioning* museum di masyarakat semakin kuat. Salah satu ciri khas yang sangat melekat pada museum dimiliki oleh Museum Angkut. Keunikannya sebagai museum dengan *display* transportasi yang *Instagramable* membuat masyarakat tertarik untuk mengunjunginya.

Untuk mengatasi permasalahan yang dapat muncul karena museum berorientasi pada masyarakat, museum dapat memadukan antara ketertarikan publik dengan identitas dan ciri khas yang dimiliki oleh museum. Hal ini dapat dilihat dalam kegiatan ‘Amazing Race’ yang dilakukan oleh Museum Vredeburg yang bekerja sama dengan Komunitas Malam Museum. Dalam kegiatan ini, museum memadukan aspek yang digemari oleh publik dengan identitas yang dimiliki oleh museum. Kegiatan ini menggambarkan bagaimana museum



mengadakan kegiatan jelajah museum yang dikemas dalam bentuk permainan tanpa menghilangkan identitas dan ciri khasnya sebagai museum yang menyimpan sejarah perjuangan kemerdekaan Indonesia di Yogyakarta.

Dilema dapat terjadi ketika apa yang diharapkan oleh publik dan identitas yang harus dipegang oleh museum berbeda atau justru malah berlawanan. Dalam hal ini, museum disarankan agar mempertimbangkan dengan detail mengenai aspirasi publik tersebut. Jika perubahan tersebut membuat esensi dasar museum berubah drastis, maka museum dapat memilih untuk tidak melakukan atau memodifikasi permintaan publik. Hal ini dilakukan agar museum tidak kehilangan esensi dasarnya yang menjadikan suatu institusi dapat diidentifikasikan sebagai sebuah museum.

‘Masyarakat di Hatiku’ untuk ‘Museum di Hatiku’

'Masyarakat di Hatiku' sebaiknya mulai diterapkan oleh museum baik dalam menjalankan maupun merencanakan kegiatannya. Penerapan ini akan memberikan banyak manfaat bagi museum, yaitu mendukung keberlanjutan dan relevansi museum, memperluas fungsi museum bagi publik, serta membuat pengembangan museum menjadi tepat sasaran. Hal ini dapat diimplementasikan dengan melakukan riset terhadap masyarakat. Melalui kegiatan tersebut, museum dapat menampung aspirasi publik serta meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan museum.

Meskipun begitu, museum harus senantiasa mempertimbangkan keseimbangan antara memenuhi kebutuhan publik dan menjaga identitasnya sebagai museum. Hal ini perlu dilakukan agar museum tidak hanya memperhatikan aspirasi masyarakat tetapi juga tetap memiliki identitas dan ciri khas Dengan demikian, apa yang diharapkan museum akan tercipta, yakni mewujudkan ‘Museum di Hatiku’.

Referensi:

Ambrose, T. and Paine, C. (2018). *Museum basics*. 4th edn. London: Routledge.

Edson, G. (2013). *International Directory of Museum Training: Programs and practices of the museum profession*. London: Routledge.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 66 2015. (https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/29123/PP%20Nomor%2066%20Tahun%202015.pdf). Diakses tanggal 10 Juni 2022.

International Council of Museums (2007). *Museum definition*. (https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/). Diakses tanggal 15 Juni 2022.

British Museum (2021). *Arctic: culture and climate*. (https://www.britishmuseum.org/exhibitions/arctic-culture-and-climate). Diakses tanggal 10 Juni 2022.

Museum yang Belajar Dari Publik Pengalaman Museum Penerangan Menggelar Nonton Bareng Bersama Sahabat Netra

Penulis Rosita Budi Suryaningsih (Kurator Koleksi Museum)

Sebuah kemustahilan bagi para penyandang tuna netra untuk bisa menonton film di bioskop. Namun Museum Penerangan bisa mewujudkannya. Mereka memang tidak bisa melihat, tapi kita bisa membantu mereka membayangkan apa yang ditayangkan di film tersebut melalui bisikan.



Dalam membuat program publik, museum harus selalu kreatif. Jika mungkin, gelarlah hal-hal yang tidak mungkin atau tidak terbayangkan sebelumnya. Museum Penerangan memperingati Hari Film Nasional yang jatuh pada bulan Maret dengan berbagai program publik seperti workshop dan nonton bareng dengan berbagai komunitas. Tapi kegiatan yang paling spesial di tahun ini adalah menonton film bersama dengan para sahabat netra. Mereka yang tidak bisa melihat dan menonton film didampingi para relawan yang membisikkan detail film-film.

Pelaksanaan program publik ini adalah adalah bentuk pengejawantahan Museum Penerangan sebagai museum inklusif, museum yang bisa mengakomodasi berbagai pihak. Semua orang yang punya kebutuhan khusus, punya hak yang sama untuk mendapatkan edukasi, terlibat kegiatan, dan mendapatkan akses ke Museum Penerangan. Termasuk untuk menikmati film.

Peter van Mensch seorang museolog menyebut tujuan dari museum inklusif adalah untuk mencapai inklusi budaya dengan representasi, partisipasi, dan akses bagi orang-orang atau komunitas. Secara



umum, sebuah museum harus memainkan peran dalam menghasilkan perubahan sosial untuk terlibat dalam memberdayakan masyarakat, mendidik diri mereka sendiri untuk mencapai potensi mereka, memainkan peran penuh dalam masyarakat dan berkontribusi untuk mereformasi di masa depan (2003).

Untuk kegiatan kali ini, Museum Penerangan berkolaborasi dengan komunitas Bioskop Harewos, sebuah komunitas yang banyak membantu para sahabat netra di Kota Bandung untuk memberikan pengalaman menikmati rasanya menonton film. Bioskop Harewos adalah sebuah program kegiatan nonton bareng dan beraktivitas bersama bagi tunanetra bersama para relawan pembisik *(visual reader).* Program ini terlahir dari inisiatif sosial, empati, dan dukungan nyata anak muda Bandung bagi terciptanya masyarakat inklusif. Ini adalah pengalaman pertama Museum Penerangan berkolaborasi dengan para sahabat netra.

Nina Simon dalam bukunya The Participatory Museum, menuliskan bahwa untuk mendesain pengalaman sosial yang sukses, caranya adalah bukan dengan memulai mendesain keramaiannya. Namun bayangkan anda sebagai penyelenggara pestanya.

Belajar dari tulisan tersebut, kami mempersiapkan diri bagaimana agar nanti tidak menyinggung para sahabat netra yang datang. Untungnya para relawan Bioskop Harewos banyak memberikan masukan kepada kami. Seperti misalnya, jangan terlalu menganggap mereka berbeda, jangan







terlalu lama menatap mata mereka, namun terus sigap membantu mereka. Misalnya, jika kita akan memandu mereka, pastikan kita ada dua langkah di depan sahabat netra, memegang salah satu lengannya, dan memberikan kode dengan menepuk ringan pada sahabat netra. Kita berusaha agar membuat mereka nyaman dan puas dengan pelayanan yang telah kita berikan.

Museum Penerangan juga menggandeng mitra museum lain, yaitu Museum Gedung Sate, agar bisa mengakomodasi para sahabat netra yang berdomisili di Bandung. Kolaborasi dalam penyelenggaraan program publik seperti ini ternyata banyak memberikan banyak manfaat yang positif bagi masing-masing museum. Museum Gedung Sate juga memiliki sarana mini teater yang bisa dipakai untuk nonton film, sehingga bisa membuat para sahabat netra nyaman berada di sana.

Sebelum acara dimulai, saat melihat sahabat netra datang satu persatu secara mandiri, dengan naik kendaraan umum maupun ojek *online*, hati kami merasa tersentuh, kagum dengan semangat para sahabat netra ini. Mereka kemudian menjalani tes antigen sambil tertawa dan bersenda gurau. Setelah itu mereka pun dipasangkan dengan para relawan. Satu sahabat netra didampingi oleh satu relawan yang disebut dengan teman bisik. Teman bisik inilah yang akan mendampingi sahabat netra ini baik dari masuk ke Museum Gedung Sate, hingga menemani membantu menjelaskan deskripsi film yang akan ditonton.

Ketua Komunitas Bioskop Harewos Robi Prasetyo menjelaskan kepada para teman bisik apa saja hal yang perlu diperhatikan saat mendampingi sahabat netra. Selain hal-hal yang mungkin dianggap biasa, misalnya

jangan memindahkan barang-barang milik sahabat netra tanpa sepengetahuan mereka, memberitahukan apabila di depan kita ada tangga atau jalan yang menurun, beliau juga memberikan banyak masukan tentang apa saja yang perlu dibisikkan kepada sahabat netra ketika menonton film nanti.

Hal detail yang penting, misalnya lokasi, waktu, raut muka, bentuk badan, gerak gerik tubuh, dan lain sebagainya adalah hal-hal yang perlu dibisikkan kepada sahabat netra, agar mereka bisa memiliki gambaran tentang apa yang sedang mereka tonton. Sedangkan untuk percakapan dalam film, mereka bisa mendengarnya langsung sehingga kita tidak perlu mengulang, hanya memberikan keterangan tambahan saja siapa yang sedang berbicara tersebut.

Selain sebagai penyelenggara acara, beberapa pegawai Museum Penerangan juga ikut terjun langsung menjadi teman bisik. Ini adalah sebuah pengalaman yang sangat menginspirasi, menggugah empati, dan memberikan semangat tersendiri bagi kami.

Film yang ditonton pada tanggal 30 Maret 2022 ini adalah film Indonesia dengan judul Imperfect. Banyak makna yang tersirat dalam film tersebut, yang bisa memberikan semangat juga kepada sahabat netra, bahwa menjadi manusia tidak sempurna itu tidak apa-apa. Dari film



tersebut kita bisa terinspirasi bahwa dengan menghargai diri sendiri (*self acceptance*), siapa saja akan dapat mengenali diri dan menunjukkan potensi terbaik versi dirinya sendiri, termasuk teman-teman difabel.

Hampir dua jam telah berlalu. Setelah film selesai, masih di dalam mini teaternya, sang pembawa acara, Ganjar Gumilang mengajak berdiskusi para peserta. Ia memberikan tantangan cari lima kesamaan antara teman bisik dengan sahabat netra yang



didampinginya. Satu-satu peserta menjawab diiringi dengan keceriaan dan gelak tawa. Misalnya sama hobinya, makanan kesukaan, juga mengidolakan artis yang sama. Dari sini kita belajar, bahwa meski para sahabat netra ini memiliki kekurangan dalam penglihatan, namun mereka juga banyak memiliki kesamaan dengan kita.

Setelah acara selesai, teman bisik masih memiliki tanggung jawab untuk menemani dan mendampingi hingga sahabat netra yang didampinginya bisa menemukan kendaraan pulang ke rumahnya dengan aman.

Kekaguman kami sebagai penyelenggara adalah ketika melihat para sahabat netra tersebut selalu tersenyum ramah dan bercanda tawa dengan riangnya. Kami sebagai penyelenggara adalah pihak yang banyak memetik pengalaman berharga yang mengaduk-aduk hati ini.

“Cita-cita untuk menjadi museum inklusif adalah sebuah keniscayaan. Namun perlahan-lahan, satu demi satu komunitas dan publik yang membutuhkan perlakuan khusus tersebut harus kita gandeng, agar nantinya kita bisa banyak belajar dari mereka. “

Dengan menggelar kegiatan seperti ini, Museum Penerangan bisa menjadi museum yang benar-benar bisa mengakomodasi kebutuhan seluruh calon pengunjungnya ini, menjadi museum yang menyentuh publik, yang menggandeng publik, memberikan pengalaman yang berkesan, menginspirasi, dan memberikan semangat kepada publik.

Terus melakukan kolaborasi, mencoba hal-hal baru memberikan sebuah pengalaman berharga buat Museum Penerangan. Bukan hanya pengalaman untuk menyelenggarakan acara, tapi juga pengalaman hidup pemicu semangat bagi pribadi pegawainya. Kami banyak belajar untuk bisa berempati dan mendapati persamaan kami lebih banyak ketimbang perbedaan.

Sebuah kebanggaan bagi kami karena bisa menghadirkan pengalaman menarik dan senyum ceria dari para sahabat netra. Di saat yang sama, mereka juga mengenal dan tertarik dengan sejarah dan museum.

Semoga pengalaman sederhana ini bisa membuat museum lain terinspirasi untuk menggelar berbagai program publik yang kreatif. Karena sejatinya, museum juga mendapatkan banyak pelajaran dari kegiatan kolaboratif seperti ini. Setiap komunitas baru, pasti akan memberikan pelajaran yang baru juga buat museumnya.

Referensi :

Simon, Nina. (2010). *The Participatory Museum.*

Mensch, Peter Van. (2003). *Museology and Management: enemies or friends? Current tendencies in theoretical museology and museum management in Europe*, makalah dalam Konferensi Museum Management Academy, Tokyo.

https://republika.co.id/berita/r9hmry371/bioskop-harewos-dan-muspen-ajak-sahabat-netra-nobar-imperfect diakses pada tanggal 7 Juni 2022 pukul 10.00

https://kumparan.com/bandungkiwari/bioskop-harewos-ajak-tunanetra-nonton-film- 1rar3KIQiao diakses pada tanggal 7 Juni 2022 pukul 11.00







Pengalaman Imersif 360° nan Impresif: Tren Baru Museum Interaktif di Indonesia?

Penulis Rizki Dwika Aprilian
(Peneliti di Klaster Sejarah, Teori, Arsitektur Vernakular dan Pusaka
Departemen Arsitektur, Universitas Indonesia)

Selalu ada cara baru untuk menikmati suatu museum. Berkat teknologi mutakhir di era disrupsi seperti saat ini, paradigma lama yang menganggap museum hanyalah tempat usang dan membosankan pun tinggal-lah menjadi pameo lama.

Selama satu dekade terakhir, penggunaan teknologi digital memiliki peran yang sangat besar dalam menghidupkan wajah baru suatu museum, begitu pula yang terjadi di Indonesia. Secara bertahap, berbagai museum yang dulunya terkesan gelap dan membosankan pun diubah menjadi jauh lebih menarik dan interaktif. Perkembangan teknologi yang terjadi begitu pesat pun semakin menambah panjang cara-cara potensial yang dapat diterapkan pada museum interaktif. Perubahan ini dilakukan dengan penambahan berbagai fitur canggih, salah satunya adalah menerapkan teknologi imersif (*immersive technology*).



Meski belum tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), imersif merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *immersive*. Menurut kamus daring Lexico dari Universitas Oxford, kata ini memiliki makna "sistem yang memberi gambaran atau proyeksi tiga dimensional sehingga tampak mengelilingi penggunanya." Sesuai namanya, teknologi imersif merupakan fitur yang mampu menghadirkan pengalaman integrasi antara lingkungan fisik yang riil dengan konten virtual, sehingga keduanya terlihat seolah-olah melebur menjadi satu.

Teknologi imersif sendiri memiliki banyak jenisnya, mulai dari *virtual reality* (membawa objek nyata ke dunia virtual), *augmented reality* (menghadirkan objek yang virtual ke dalam lingkungan nyata), hingga *projection mapping* (penggunaan gerak dan cahaya untuk menimbulkan ilusi optis pada bidang interior dan eksterior). Dalam beberapa tahun ini, penerapan teknologi imersif sendiri sudah marak merebak di berbagai museum di Indonesia, bahkan menjadi fitur primadona yang dimiliki oleh museum-museum tersebut.

Salah satu inovasi teknologi imersif yang belakangan ini berkembang di ranah permuseuman adalah pengalaman virtual yang dihadirkan secara 360 derajat. Melalui teknologi ini, pengunjung dapat merasakan berada di tengah-tengah latar simulasi, baik secara visual maupun audio yang dapat membangun suasana. Berbeda dengan *augmented reality* dan *virtual reality* yang memiliki dimensi area lingkupan yang terbatas, teknologi imersif 360° mampu menyuguhkan pengalaman virtual di ruang yang jauh lebih besar, bahkan bisa digunakan secara bersamaan oleh pengunjung dalam jumlah yang banyak.

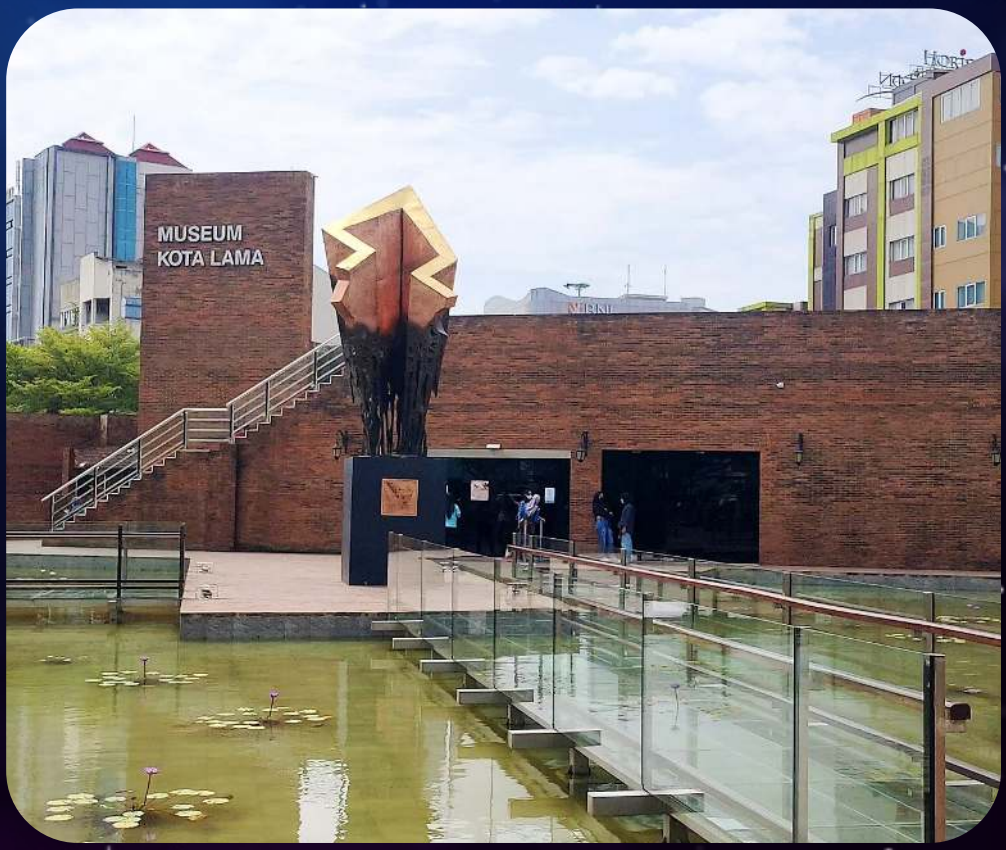
Pada Februari 2022 yang lalu, untuk pertama kalinya Indonesia memiliki museum yang menggunakan teknologi imersif 360 derajat. Museum tersebut adalah Museum Kota Lama yang berada di tengah persimpangan Bundaran Bubakan, Kota Semarang. Tidak hanya menampilkan pajangan artefak dari masa lampau, atraksi utama yang ditawarkan oleh museum ini adalah tayangan narasi sejarah Kota Semarang sejak 1547 yang ditampilkan lewat teknologi imersif 360 derajat.

Dalam satu hari, Museum Kota Lama menyediakan lima hingga enam sesi tur dengan kuota masing-masing sebanyak tiga puluh pengunjung. Seluruh pemesanan tiket ini dilakukan secara daring melalui aplikasi bernama Lunpia, sehingga wisatawan dapat memilih sendiri jadwal kunjungan sesuai dengan kuota yang tersedia. Setiap sesi tur Museum Kota Lama juga akan ditemani oleh pemandu yang berlangsung selama tiga puluh menit.

Sesampainya di museum pada jadwal yang telah ditentukan, pengunjung akan diminta melepaskan alas kaki dan akan disuguhkan dengan tayangan imersif 1 yang berada di area resepsionis. Pada tayangan imersif 1, dinding dan lantai area tersebut berubah menjadi sungai, lengkap dengan sebuah properti sampan yang seolah-olah sedang bergerak. Tayangan imersif ini menjelaskan tentang sejarah wilayah Semarang dan kaitannya dengan sungai-sungai yang menjadi urat nadi perdagangan di masa silam.



Tayangan Imersif Museum Kota Lama Semarang. Dokumentasi Pribadi)



Beranjak ke tayangan imersif 2, pengunjung diarahkan untuk memasuki ruangan serba putih dengan ukuran sekitar 4 x 4 meter. Setelah pintu ditutup, pengunjung akan disuguhkan dengan tayangan animasi 360 derajat yang diproyeksikan baik di dinding maupun permukaan lantai. Tayangan animasi tersebut menceritakan tentang asal muasal Semarang yang disusun secara kronologis sejak masa prakolonial. Tampilan yang semula menayangkan tentang suasana bandar dagang di pesisir utara Laut Jawa pun berubah menjadi deretan bangunan dan benteng-benteng besar yang dibangun oleh VOC di Kota Semarang kala itu.

Untuk membangun pengalaman suasana di dalam ruangan, pengunjung juga akan "dikepung" dengan audio berkualitas yang menyetel efek suara seperti kicau burung, debur ombak, serta suara konstruksi pada saat membangun benteng. Penjelasan animasi di ruangan ini berlangsung sekitar lima belas menit dan pengunjung juga diperbolehkan untuk berfoto dengan latar belakang animasi yang sedang diputar. Sebagai orang yang baru pertama kali menjajal pengalaman imersif 360 derajat, bagi saya Museum Kota Lama Semarang berhasil memberikan kesan yang sangat menyenangkan. Saya dapat merasakan



bagaimana rasanya terjebak di lingkungan Kota Semarang masa lampau yang kala itu dikuasai oleh pemerintah kolonial Hindia Belanda.

Selang satu bulan kemudian, Museum Nasional di Jakarta pun membuka fitur wisata baru yang berbasis teknologi virtual, yakni Ruang ImersifA. Sama halnya dengan Museum Kota Lama Semarang, Ruang ImersifA juga menyuguhkan tayangan animasi yang bisa dinikmati secara 360 derajat. Perbedaannya, Ruang ImersifA Museum Nasional memiliki ukuran ruangan yang jauh lebih besar, yakni 12 x 21 meter. Durasi tayangan audiovisual-nya pun mencapai tiga puluh menit, jauh lebih lama dibanding Museum Kota Lama Semarang.

Ruang ImersifA sendiri menceritakan tentang Indonesia dari masa ke masa lewat pembahasan tentang alam, masyarakat, dan budayanya. Untuk mewujudkan keseruan di Ruang ImersifA, diperlukan sebanyak dua puluh proyektor untuk menyediakan tayangan animasi sebesar itu. Sesi pertunjukan ini juga didukung dengan tata suara yang berkualitas baik, sehingga pengunjungnya akan larut dan merasa menjadi bagian dari tayangan itu sendiri. Hingga tiga bulan setelah dibuka, Ruang ImersifA pun menjadi suatu atraksi favorit yang tiket selalu habis cepat diburu secara daring oleh para pengunjung Museum Nasional.

***

Melalui kemutakhiran teknologi, budaya dan sejarah masa lampau dapat disajikan secara kreatif, sesuai dengan tren di masyarakat pada masa sekarang. Alih-alih menjadi tempat kumpulan barang bersejarah yang disajikan secara ala kadarnya, suatu museum interaktif pun bisa menjelma sebagai daya tarik yang sangat mendidik, menghibur, sekaligus menyenangkan bagi wisatawan.

Keberadaan pengalaman imersif 360 derajat pun menjadi sebuah inovasi di bidang virtual yang mulai merambah bidang permuseuman



di dunia, termasuk di Indonesia. Berawal dari dua museum di Semarang dan Jakarta, saya memprediksikan bahwa fitur ini akan menjadi cendawan di musim hujan bagi museum interaktif yang ada di negara kita—sama halnya seperti merebaknya penerapan *augmented reality* lima tahun ke belakang. Dengan pengadaptasian teknologi imersif 360 derajat sebagai atraksi baru dalam sebuah program wisata, niscaya museum pun akan dapat selalu merelevansikan dirinya agar tidak pernah lekang oleh zaman.

Referensi:

Situs Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan: https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/04/museum-nasional-luncurkan-ruang-pamer-dengan-instalasi-teknologi-imersif

Situs Museum Nasional Indonesia: https://www.museumnasional.or.id/imersifa-ruang-baru-imajinasi-di-museum-nasional-4063

Situs Pemerintah Kota Semarang: semarangkota.go.id/p/3268/museum_kota_lama_sajikan_benda_sejarah_dipadukan_teknologi_imersif

Situs Kamus Daring Oxford Lexico: https://www.lexico.com/definition/immersive

KOLABORASI DAN PARTISIPASI AKTIF MASYARAKAT DALAM MOMENTUM

Museum Kebangkitan Nasional

Penulis Zulfa Nurdina Fitri (Humas Museum Kebangkitan Nasional)



Seratus empat belas tahun lalu, perhimpunan Boedi Oetomo meletakkan dasar-dasar kebangkitan nasional bagi bangsa Indonesia. Semangat Boedi Oetomo masih relevan untuk dapat dikontekstualisasikan pada kehidupan berbangsa saat ini. Kebangkitan nasional dapat dimaknai sebagai upaya kolektif untuk memperkuat persatuan bangsa. Hal ini dapat tecermin dalam tema peringatan Hari Kebangkitan Nasional pada tahun ini "Ayo Bangkit Bersama" yang bertujuan untuk terus menumbuhkan dan menguatkan semangat gotong-royong sebagai landasan dasar dalam melaksanakan pembangunan serta untuk mempercepat pulihnya bangsa Indonesia dari pandemi Covid-19.



Upacara Peringatan Harkitnas ke-114
Sumber: Dokumentasi Muskitnas

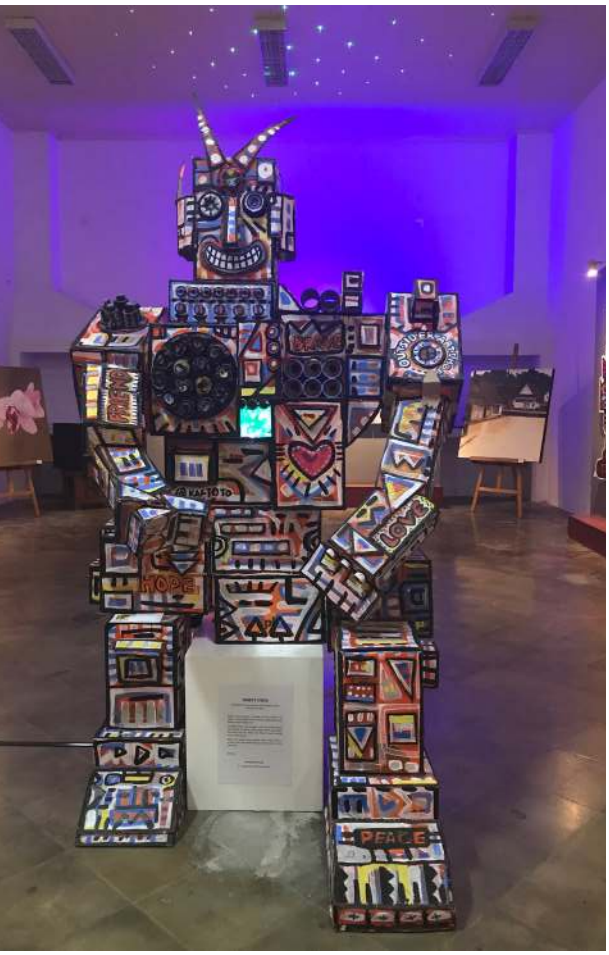


Pameran Retrospeksi 1 Abad Taman Siswa
Sumber: Karya Nico Juara 3 Lomba Fotografi Bulan Kebangkitan

Dalam peringatan Hari Kebangkitan Nasional tahun ini, Museum Kebangkitan Nasional mengambil peran sebagai inisiator bagi perubahan dengan meningkatkan berbagai aktivitas dalam rangka menumbuhkan semangat, rasa kebangsaan, serta kebersamaan yang dilakukan dengan berbagai bentuk kreativitas dan pelayanan edukasi berupa program publik kepada masyarakat luas. Melalui program publik yang diselenggarakan diharapkan hubungan komunikasi dua arah antara museum dan masyarakat dapat terbangun.

Saat ini program publik yang ditawarkan oleh museum mulai beralih dari kegiatan berbagi pengetahuan satu arah–dari institusi ke individu–ke pendekatan yang lebih kolaboratif, dimana museum memberikan ruang untuk memperoleh pengetahuan dari masyarakat itu sendiri (Ferguson dan Renner: 2019). Selain itu, Museum Kebangkitan Nasional ingin mewujudkan bentuk "Rumah Kebangkitan" bagi masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Disebutkan oleh Bradford, et al (2021: 38) museum memiliki kemampuan untuk menciptakan ruang di mana orang-orang dari kelompok yang berbeda dapat berinteraksi dan membangun koneksi.

Kegiatan Bulan Kebangkitan mengangkat tajuk "Ma[s]sa Bangkit", diselenggarakan sebagai manifestasi peran terbaik bagi segenap lapisan masyarakat untuk ikut andil bangkit demi perubahan lebih baik bagi bangsa Indonesia. Ma[s]sa Bangkit sendiri adalah penanda pencetus serta kalimat penyemangat untuk segera pulih dan berubah dari kondisi yang tidak diinginkan tersebut menjadi jauh lebih baik. Dalam gelaran ini, Museum Kebangkitan Nasional menyelenggarakan beberapa kegiatan secara kolektif bekerja sama dengan beberapa lembaga dan komunitas. Hal ini selaras dengan paradigma New Museology yang melihat museum sebagai sesuatu yang cair, tidak terbatas, dan bergantung pada konteks.





Pameran Kreativitas Anak Indonesia (kiri) dan Pameran Batik Ibu Guru Kembar (kanan)
Sumber: Dokumentasi Muskitnas

New Museology memandang kolaborasi mutlak diperlukan. Dan kolaborasi didorong oleh keinginan museum untuk menjadi lebih demokratis dan representatif (Kampschulte & Hatcher, 2021: 77). Menjalin kemitraan dengan lembaga lain dan komunitas lokal lintas disiplin atau sektor merupakan salah satu cara memperluas jangkauan atau penerima manfaat dari museum itu sendiri. Selain itu, kolaborasi dapat membantu meningkatkan informasi museum dan membantu museum dalam melakukan pencitraan diri terhadap masyarakat.

Melalui kolaborasi dan kerja sama, tumbuhlah beragam jaringan yang memperkuat peran museum sebagai lembaga publik dan menambah lapisan ketelitian intelektual dan bahkan mungkin keamanan finansial. Collaboration seeks to change the museum from, in the immortal words of Stephen Weil, being about something to being for somebody (Kampschulte & Hatcher, 2021: 74).

Bentuk kolaborasi dan kerja sama yang dipraktikkan oleh Museum Kebangkitan Nasional dalam rangkaian Bulan Kebangkitan: Ma[s]sa Bangkit di antaranya adalah:

Upacara Peringatan Hari Kebangkitan Nasional ke-114

Diikuti oleh seluruh stakeholders Museum Kebangkitan Nasional dan masyarakat yang mendaftar melalui open call dari Instagram,

upacara dilaksanakan secara khidmat pada tanggal 20 Mei. Peserta upacara menggunakan dresscode pakaian tradisional untuk merayakan keberagaman yang ada di Indonesia.

Pameran

Pameran adalah salah satu platform paling kuat yang ditawarkan museum– berbagi kekuatan, otoritas, dan keterampilan dengan komunitas akan menjangkau audiens yang lebih luas, melibatkan suara-suara baru dan memberdayakan masyarakat untuk berbagi keahlian, cerita, dan pengalaman mereka masing-masing (Leonard: 2019). Dalam Bulan Kebangkitan, museum mengadakan beberapa pameran temporer yang bekerja sama dengan lintas lembaga dan komunitas.

Pameran Temporer: Retrospeksi Satu Abad Taman Siswa

Bekerja sama dengan Majelis Luhur Taman Siswa, Museum Dewantara Kirti Griya Yogyakarta, dan Komunitas Jelajah Budaya, pameran ini menyajikan informasi dan koleksi terkait seratus tahun Taman Siswa. Sebuah waktu yang terentang sejak berdiri pada 1922 sampai dengan 2022. Beragam peristiwa terkait dengan pasang surut Taman Siswa dari masa ke masa disajikan dalam beragam bentuk seperti narasi informasi, dokumentasi koleksi, atau ekspresi karya seni, yang akan memudahkan masyarakat mengetahui dan memahami rangkaian peristiwa sejarah tersebut.

Pada rangkaian pameran ini, juga terdapat beberapa respon dari komunitas lain, di antaranya Pameran Kreativitas Anak Indonesia dari Gallery Outsider dan dikuratori oleh Kak Toto Suwarsito yang menghadirkan karya seni lukis dan instalasi dari teman-teman difabel. Selanjutnya, terdapat Pameran Batik oleh Ibu Guru Kembar yang menyajikan peralatan membatik dan beberapa batik hasil karya Ibu Guru Kembar.

Tidak kalah seru, terdapat respon dari komunitas Serrum yang mempunyai concern terhadap seni dan edukasi dengan sebuah gagasan karya bernama “Kurikulum Berbasis Tontonan”. Kurikulum Berbasis Tontonan merupakan proyek seni yang mengajak partisipasi publik untuk menyusun kurikulum yang tersebar di kanal video internet. Gagasan ini diwujudkan secara fisik melalui



Sekolah Senang Nonton
Sumber: Dokumentasi Muskitnas

"Sekolah Senang Nonton" di salah satu aula Museum Kebangkitan Nasional. Dalam bangunan "Sekolah Senang Nonton" ini juga terdapat pertunjukan teater bertajuk "Among: Retrospeksi Satu Abad Taman Siswa" dari Komunitas Teater Moksa.

Pameran Lukisan: Ma[s]sa Bangkit

Bekerja sama dengan Galeri Nasional Indonesia dan Persatuan Pelukis, pameran ini menunjukkan ragam para perupa menakar cara merespon segenap situasi yang terjadi melalui karya sehingga dapat memberikan sebaran energi positif bagi para apresiatornya. Catatan penting pada pameran ini adalah bahwa ragam karya pada pameran ini merupakan kekayaan dan kekuatan tiap peserta menafsirkan kebangkitan sebagai respon terhadap situasi dan kondisi saat ini yang dimulai dari kesadaran personal menjadi kesadaran yang disebarkan dan ditularkan secara massal.



Pameran Lukisan Ma[s]sa Bangkit

Sumber: Karya Dhanny Chandra Peserta Lomba Fotografi Bulan Kebangkitan



Dirjen Kebudayaan Mengunjungi Pameran Lukisan Ma[s]sa Bangkit

Sumber: Dokumentasi Muskitnas

Pameran Permainan Tradisional

Pameran ini adalah hasil kerja sama dengan Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Jawa Barat. DI sini pengunjung museum dapat bernostalgia dengan memainkan beberapa permainan tradisional masa kecil seperti: bakiak, bebedilan, egrang, gangsing, dan lain-lain.







Festival Wastra dan Budaya

Bekerja sama dengan Yayasan Belantara Budaya Indonesia, kegiatan ini menampilkan 50 perempuan berkebaya dan berkonde dari beragam profesi dan usia yang dianalogikan sebagai Duta Kebangkitan Nasional. Rangkaian acara ini sangat menarik, terdiri dari pagelaran busana, pagelaran tari dan Musik tradisional, dan Flash Mob.







Masyarakat Bermain Permainan Tradisional di Muskitnas
Sumber: Dokumentasi Muskitnas



Festival Wastra dan Budaya
Sumber: Dokumentasi Muskitnas

Festival Kuliner Nusantara

Bekerja sama dengan Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Administrasi Jakarta Pusat, Museum Kebangkitan Nasional menggelar festival kuliner yang menghadirkan 30 tenant UMKM. Pengunjung dapat menikmati kuliner sembari mengelilingi tata pamer museum.



Festival Kopi Nusantara: Bangkit Brew 2022

Kegiatan ini dihelat bekerja sama dengan Barista Indonesia, Festco Jakbar, Coves, Magic Bean Coffee Roastery. Kegiatan dimulai dengan Sunday Morning Ride Vespa dan Motor Klasik dengan start Galeri Nasional dan finish Museum Kebangkitan Nasional. Selanjutnya, terdapat kompetisi menyeduh manual yang diikuti oleh 72 peserta dari wilayah Jabodetabek dan sharing session bersama barista profesional dan petani kopi yang dapat diikuti secara gratis oleh masyarakat.





Suasana Festival Kopi Nusantara Bangkit Brew 2022 Sumber: Dokumentasi Muskitnas







Night at the Museum Kebangkitan Nasional

Dalam kegiatan ini, peserta NATM mendapatkan pengalaman menginap di museum dengan konsep camping dengan berbagai aktivitas yang menarik dan menyenangkan. Pada hari pertama peserta diberikan materi mengenai coding dasar dari Educourse sebagai bekal ilmu pengetahuan berbasis teknologi saat ini. Pada hari kedua, peserta diajak jalan-jalan di sekitar museum untuk mengunjungi beberapa tempat yang memorable dan Instagramable bersama Jakarta Good Guide.





Suasana Night at The Muskitnas
Sumber: Dokumentasi Muskitnas & Karya Wahyu Tanoto Juara 2 Lomba Fotografi Bulan Kebangkitan

Workshop

Pada akhir pekan selama satu bulan penuh, Museum Kebangkitan Nasional menyelenggarakan workshop yang bisa diikuti secara gratis oleh masyarakat dengan menggandeng beberapa komunitas. Di antaranya KamiSketsa Galnas dengan Workshop Lukis Batu Kali, Kelompok Pemerhati Budaya dan Museum (KPBMI) dengan Workshop Pembuatan Wayang Kertas, Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) dengan Workshop Kepemanduan Museum, Persatuan Pelukis dengan Workshop Lukis Cat Air, Komunitas Sitiga Jari dengan Workshop Pengenalan Radio Amatir, Ibu Guru Kembar dengan Workshop Mencetak Ecoprint, dan Acaraki dengan Workshop Pembuatan Jamu Modern.







Keseruan Workshop Muskitnas
Sumber: Dokumentasi Muskitnas

Nonton Bareng Akhir Pekan

Kegiatan ini dihelat bekerja sama dengan Direktorat Film, Musik, dan Media serta Indonesiana TV. Di sini pengunjung dapat menonton tayangan film restorasi, film Indonesia terkini, dan pementasan musik dari musisi Indonesia secara gratis di Ruang Audio Visual Museum Kebangkitan Nasional.



Suasana Nobar Akhir Pekan
Sumber: Dokumentasi Muskitnas

Seminar dan Diskusi

Dalam rangkaian Bulan Kebangkitan, terdapat dua seminar yang diselenggarakan. Pertama, seminar daring bertajuk "Kebangkitan Sektor Kesehatan Menuju Era Society 5.0." Bekerja sama dengan Gema STOVIA Nusantara, seminar ini membahas beberapa subtema antara lain, Historis Teknologi Kesehatan Di Indonesia dengan narasumber Guru Besar Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia, Telemedicine: Jembatan Kebudayaan Manusia dalam Pengobatan Modern dengan narasumber CEO KlinikGO, dan Inovasi Layanan Kesehatan Mental di Era Digital dengan narasumber Director Pijar Psikologi.

Seminar kedua dilaksanakan secara hybrid, bekerja sama dengan Museum Penerangan. Seminar ini mengangkat tema "Pedagogi dari Perspektif Taman Siswa, Pendidikan Pesantren, Pendidikan Agama Katolik, dan Masyarakat Adat". Seminar ini membawa pesan bahwa pendidikan adalah elemen paling penting dalam mewujudkan kebangkitan bangsa di masa lalu, kini, dan nanti. Cara menyampaikan pendidikan menjadi tantangan untuk setiap pengajar di masanya.

Selanjutnya, Museum Kebangkitan Nasional juga mengadakan diskusi daring berkolaborasi dengan Defense Heritage Society mengangkat tema “Memahami Makna Kebangkitan Nasional pada Era Revolusi Digital bagi Generasi Muda.”

Selain itu, bekerja sama dengan BPNB Jawa Barat, Museum Kebangkitan Nasional juga melangsungkan diskusi nilai budaya bertema Angklung dan Lukis Kaca dengan narasumber generasi muda yang mempunyai concern serta prestasi dalam kedua bidang tersebut.



Festival Tari Tradisional Tingkat SMP Se-Jabodetabek
Sumber: Dokumentasi Muskitnas

Lomba-lomba

Selama Bulan Kebangkitan dilaksanakan, Museum Kebangkitan Nasional juga menyelenggarakan lomba-lomba menarik yang dapat diikuti oleh masyarakat dengan biaya pendaftaran gratis. Di antaranya terdapat lomba video opini "Pembelajaran yang Mencerahkan dan Menyenangkan" dengan kategori pelajar SD, SMP, dan SMA. Selanjutnya lomba fotografi mengusung tema “Sudut Museum Kebangkitan Nasional” dengan pembagian kategori Smartphone dan DSLR/Mirrorless. Serta pelaksanaan lomba tari tradisional yang diikuti oleh pelajar SMP area Jabodetabek.

Bangkit Fest 2022

Untuk menutup rangkaian kegiatan Bulan Kebangkitan: Ma[s]sa Bangkit, Museum Kebangkitan Nasional menggelar konser musik dengan mengundang beberapa bintang tamu seperti Manshur Angklung, Adhitia Sofyan, dan Mocca. Masyarakat cukup membayar tiket masuk museum sebesar Rp 2000 untuk menikmati kombinasi sajian musik tradisional dan modern dari musisi-musisi tanah air.



Selama Bulan Kebangkitan berlangsung, jumlah pengunjung meningkat hingga 7000 orang. Hal ini membuat Museum Kebangkitan Nasional terpacu untuk terus melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan publik bagi masyarakat luas. Selain itu, kegiatan ini juga jadi salah satu upaya museum secara optimal mengambil peran untuk menjadi bagian penting pengembangan pendidikan karakter dan pemajuan kebudayaan.

Bagi Museum Kebangkitan Nasional kegiatan ini bukan sekedar rangkaian perhelatan selama sebulan tetapi sekaligus memberikan wadah ekspresi bagi masyarakat dengan

mewujudkan “Rumah Kebangkitan” yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dengan kerja kreatif dan upaya terbaik, kegiatan Bulan Kebangkitan: Ma[s]sa Bangkit ini diharapkan dapat memberikan motivasi dan energi positif berkelanjutan kepada segenap masyarakat dan lapisan yang terlibat serta mengapresiasi kegiatan ini. Semoga tahun depan, Museum Kebangkitan Nasional dapat berkesempatan kembali menyelenggarakan kegiatan dengan melibatkan seluruh elemen masyarakat sekaligus dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat.







Suasana Bangkit Fest 2022

Sumber: Dokumentasi Museum Kebangkitan Nasional

Referensi:

Bradford, L., et al. (2021). Expanding Museum Communities: International Perspectives on Accessin Exhibition Design and Public Programs. Journal of Museum Education, Vol. 46 (1) 38-47. https://doi.org/10.1080/10598650.2020.1842624.

Ferguson, M & Renner, K. (2019). A Museum Without Walls: Community Collaboration in Exhibition Development. Theory & Practice The Emerging Museum Professionals Journal, Volume 2.

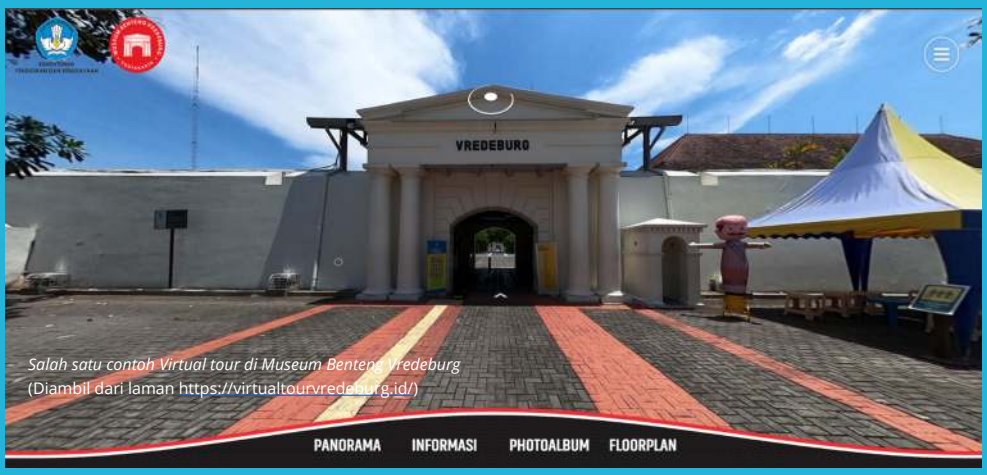
Kampschulte, L. & Hatcher, S.J. (2021). Changing Museums Through Cooperation and Collaboration. Journal of Museum Education, Vol. 46 (1) 74-85. https://doi.org/10.1080/10598650.2020.1842046.

Leonard, M. (2019). Museums and Community Partnerships. https://activehistory.ca/2019/03/museums-and-community-partnerships/. Diakses pada 27 Juni 2022.

Partisipasi Publik Sebagai Strategi Kebangkitan Museum Pasca Pandemi

Penulis Candrika Ilham Wijaya





Salah satu contoh Virtual tour di Museum Benteng Vredeburg
(Diambil dari laman https://virtualtourvredeburg.id/)

Dewan Internasional Museum atau ICOM (*International Council of Museums*) menyebut museum seharusnya *open to public,* atau membuka diri secara luas kepada publik atau masyarakat. Dengan kata lain, museum sudah seyogyanya bisa mengadvokasi dan menyediakan akses terhadap partisipasi publik. Hal ini juga terkait dengan fungsi museum yang juga harus melayani dan berdedikasi kepada masyarakat. Tapi, tak bisa dimungkiri, pandemi membuat perubahan besar dalam kehidupan manusia, tak terkecuali dalam bidang permuseuman. Pembatasan sosial dan protokol kesehatan dalam kurun waktu hampir dua tahun ini juga membuat museum sebagai salah satu ruang publik tidak dapat digunakan oleh masyarakat secara leluasa. Alhasil, museum yang sebelumnya kurang begitu digemari masyarakat, semakin tenggelam eksistensinya.

Meskipun begitu, apabila ditelisik secara lebih mendalam kehadiran pandemi ini sebenarnya bisa menjadi momentum untuk mendongkrak kebangkitan pengelolaan museum di Indonesia. Pandemi dalam satu segi juga memberi kesempatan museum untuk berinovasi agar masyarakat tertarik untuk berkunjung ke museum. Oleh karena itu, tulisan singkat ini akan mencoba menguraikan bagaimana pandemi dapat menjadi momentum kebangkitan museum sekaligus strategi apa saja yang dapat dilakukan oleh pengelola museum agar museum semakin digemari khalayak luas di masa transisi ini.

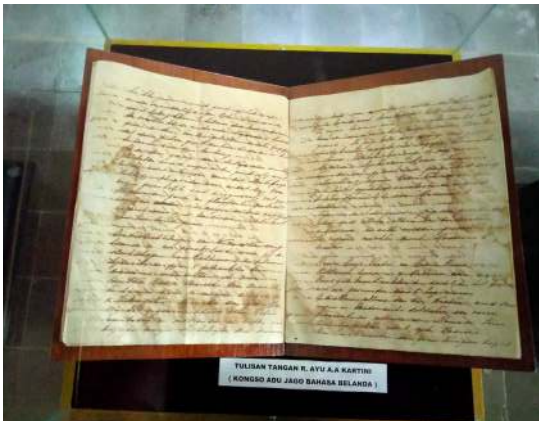
Pandemi membuat penurunan tajam jumlah kunjungan ke museum. Mengutip data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada 2019 pengunjung Museum Nasional mencapai 305.086 orang. Tapi pada 2020 jumlah tersebut merosot tajam 67.088. Kasus ini juga terjadi di Museum Tsunami Aceh. Dari 500 ribu pengunjung pada 2019, jumlah pengunjung drop di angka 88 ribu pada 2020. Museum Situs Lubang Tambang Mbah Soero Sawahlunto mencatat pada 2019 terdapat 12 ribu pengunjung sementara pada 2020 hanya empat ribuan pengunjung.

Meskipun jumlah pengunjung menurun, fenomena ini sebenarnya justru dapat digunakan museum untuk melakukan inovasi sekaligus berfokus memperbaiki diri, baik dari segi penataan koleksi, peningkatan promosi, maupun *rebranding* museum. Selain itu, kemajuan teknologi yang begitu pesat juga menyediakan peluang besar yang dapat digunakan museum untuk meningkatkan kapasitasnya. Menurut penelitian Tsabita, Silvana, dan Hadiapurwa (2021:232) pada masa pandemi beberapa museum di Indonesia telah menerapkan inovasi layanan museum dengan menggunakan berbagai aspek teknologi dalam penerapannya. Di antara inovasi layanan museum tersebut adalah pembuatan aplikasi museum, webinar, *virtual reality, virtual tour, augmented*



Satu keluarga tengah menikmati animasi wayang di Museum Sonobudoyo, Yogyakarta
(Dok. Candrika Ilham Wijaya 2022)

reality, video mapping, podcast, media sosial, dan website museum. Namun, inovasi tersebut nyatanya belum dapat diterapkan semua museum, terlebih museum dengan sumber daya yang terbatas. Hal ini mengakibatkan adanya jurang antarmuseum. Oleh karena itu, perlu diambil langkah-langkah penting agar museum bisa tetap eksis dan bangkit pascapandemi, di antaranya dengan pemanfaatan ruang digital untuk museum, kajian koleksi, serta aktivasi kegiatan jelajah museum.



Salah satu Koleksi Museum R.A. Kartini Rembang tanpa narasi yang lengkap (Dok. Candrika Ilham Wijaya 2021)

Langkah pertama agar museum tetap eksis pasca-pandemi adalah dengan memanfaatkan ruang digital untuk museum. Masyarakat saat ini sudah mulai terbiasa dengan kegiatan yang bersifat daring



karena pandemi memaksa mereka untuk sekolah dan bekerja lewat rumah dengan bantuan teknologi informasi. Dengan begitu, pembuatan inovasi seperti *virtual tour,* pameran daring, seminar daring atau webinar, serta *rebranding* museum melalui berbagai platform media sosial dapat menjadi sarana publikasi agar menciptakan citra positif museum bagi publik sehingga masyarakat memiliki rasa ketertarikan untuk berkunjung ke museum. Ruang digital ini dapat menjangkau masyarakat tanpa terhalang jarak dan bisa memberikan rasa penasaran baru bagi masyarakat tentang museum. Pemanfaatan ruang-ruang digital seperti *virtual tour* telah dilakukan oleh beberapa museum di Indonesia, salah satunya Museum Benteng Vredeburg. Sementara penggunaan media sosial juga telah dilakukan di sebagian besar museum di Yogyakarta. Penggunaan media sosial yang termasuk dalam kategori *user friendly* tentunya dapat dengan mudah dilakukan oleh museum-museum lainnya sehingga jurang eksistensi antar-museum akan sedikit berkurang.

Selain itu, penggunaan media sosial yang semakin masif di masyarakat turut memunculkan cara promosi lain, yaitu *Electronic Word of Mouth* (E-WoM). *Electronic Worth of mouth* merupakan sebuah pernyataan (baik positif maupun negatif) yang dibuat oleh pelanggan nyata, potensial atau pelanggan sebelumnya mengenai produk atau perusahaan yang disampaikan melalui media internet (Ellen & Tunjungsari, 2019 dalam Samantha & Adiati, 2020: 56). Dengan kata lain, E-WoM dapat dianggap sebagai sebuah strategi pemasaran dari mulut ke mulut yang disebarkan kepada orang-orang sekitar melalui media sosial sekaligus meningkatkan partisipasi publik terhadap museum sehingga promosi terkait museum dapat menyebar luas secara cepat dan dipercaya oleh masyarakat. Konten-konten edukasi tentang koleksi museum, pembuatan *storyline* pameran, serta webinar yang bekerja sama dengan pihak-pihak di luar museum seperti komunitas ataupun lembaga lain tentu dapat menjadi sarana penyebaran informasi agar museum lebih terbuka kepada publik dan menumbuhkan minat masyarakat untuk berkunjung ke museum.



Kajian Koleksi di Pendopo Museum RA Kartini, Rembang, Jawa Tengah. (Dok. Tim BPCB Jawa Tengah 2020)

Beberapa museum yang masih dibuka secara terbatas pada masa pandemi, juga bisa mencoba inovasi digitalisasi museum. Digitalisasi museum juga menjadi sebuah solusi untuk mengurangi sentuhan pada koleksi museum. Digitalisasi tersebut dapat dimulai dari hal-hal kecil seperti pengisian daftar hadir pengunjung hingga pembuatan animasi bagi koleksi untuk lebih menarik perhatian pengunjung museum. Digitalisasi museum telah banyak dilakukan di museum-museum besar yang ada di Indonesia, salah satu contohnya adalah Museum Sonobudoyo. Di Museum Sonobudoyo, telah diterapkan registrasi secara digital, penggunaan layar interaktif untuk menjelaskan koleksi, pemutaran animasi wayang, pengaplikasian relief 3D, hingga pengadaan pameran temporer dengan konsep kekinian dan *instagramable* sehingga menarik banyak pengunjung. Penerapan teknologi pada proses digitalisasi museum memang memerlukan sumber daya yang memadai sehingga cukup menjadi hambatan bagi museum-museum kecil yang masih tengah merintis. Oleh karena itu, optimalisasi sumber daya merupakan hal utama yang penting dilakukan untuk memberikan inovasi baru pada museum.



Peserta mengikuti kegiatan "Tilik Cagar Budaya" di Rumah Peradaban Plawangan, Rembang, Jawa Tengah.
(Dok. Candrika Ilham Wijaya 2020)

Setelah itu, untuk menunjang edukasi kepada masyarakat agar semakin gencar dan menarik, perlu juga dilakukan suatu kajian koleksi. Latar belakang melakukan kajian ini sebenarnya dipicu dari fenomena bahwa banyak koleksi yang dipamerkan di museum ternyata belum memiliki cerita yang lengkap. Akibatnya, koleksi kurang begitu menarik di mata masyarakat. Koleksi merupakan nyawa dari sebuah museum. Tanpa koleksi yang memadai museum tidak akan bisa menjalankan fungsi sebagaimana mestinya.

Kajian koleksi di museum seringkali dilakukan oleh tim pengadaan koleksi yang terdiri dari kurator, register, dan konservator yang meliputi tiga aspek kajian pula, yaitu aspek ilmiah, aspek legalitas, serta aspek fisik yang saling terkait satu sama lain. Kajian ini bertujuan untuk meningkatkan potensi nilai dan informasi koleksi untuk dikomunikasikan kepada masyarakat, pengembangan ilmu pengetahuan, pengembangan kebudayaan, serta menjaga kelestarian koleksi. Selain itu, kajian atau penelitian koleksi juga bertujuan untuk memberi penjelasan terkait riwayat koleksi, peran koleksi, dan data pendukung suatu peristiwa sejarah yang terjadi (Direktorat Museum, 2007: 14). Dari

kajian koleksi ini, informasi berharga dari sebuah koleksi bisa diketahui dengan lebih luas dan komprehensif. Dengan begitu, museum tidak akan kesulitan jika akan mengembangkan koleksi secara lebih lanjut, seperti misalnya untuk menyusun *storyline* atau alur cerita pameran, media promosi di media sosial, serta pengembangan ilmu pengetahuan dengan melakukan diskusi ilmiah terkait koleksi tersebut. Alhasil, museum akan terus berkembang dan masyarakat tidak bosan dengan keberadaan museum. Perlu diingat pula, pemaknaan koleksi sebagai warisan budaya juga perlu mempertimbangkan sudut pandang dari masyarakat sebagai pemilik dari warisan budaya itu sendiri. Bersama masyarakat, museum dapat berfungsi sebagai sebagai suatu lembaga yang melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengkomunikasikannya kepada khalayak luas.

Kajian koleksi ini sebenarnya juga dapat digunakan untuk mencari nilai penting objek yang akan dipamerkan di museum. Sebagai sebuah benda buatan manusia atau alam berupa objek cagar budaya atau bukan, koleksi sudah seharusnya memiliki nilai penting tertentu sehingga dapat didayagunakan museum untuk kepentingan masyarakat dengan tetap mempertahankan kelestariannya. Masalahnya banyak objek yang telah masuk museum, tetapi tidak diketahui nilai pentingnya. Alhasil, ketika akan bercerita terkait dengan objek tersebut, seorang pemandu museum akan kesulitan untuk merangkai cerita secara lebih lengkap. Yang dimaksud nilai penting dari suatu koleksi adalah makna dan nilai dari suatu koleksi bagi manusia dan masyarakat pendukungnya baik nilai historis, artistik, saintifik, sosial dan spiritual di masa lalu, masa sekarang, juga untuk masa depan (Roslyn Russell and Kylie Winkworth, 2009: 1). Untuk mengetahui nilai tersebut dilakukanlah serangkaian penelitian dan analisis, serta asesmen atau penilaian dengan menggunakan standar kriteria tertentu. Ini diharapkan bisa menjelaskan mengapa dan bagaimana dari suatu koleksi bisa memiliki nilai penting. Adanya kajian koleksi ini akan memunculkan rasa penasaran baru seperti halnya yang dahulu muncul di Eropa di abad



ke-15 hingga 18 M dengan sebutan *Cabinet Curiosities*. *Cabinet Curiosities* dapat disebut sebagai suatu tempat yang digunakan untuk menyimpan dan memamerkan berbagai macam benda maupun artefak seperti barang antik, benda-benda sejarah, dan bahkan karya seni sebagai lambang keingintahuan yang kemudian menjadi cikal bakal museum modern (Bowry, 2015: 44-45). Oleh karena itu, adanya kajian koleksi yang masif dan rutin dilakukan bisa menjadi jalan pembuka agar masyarakat semakin penasaran terhadap museum dan segala isinya.

Langkah lain yang bisa dilakukan museum agar tetap eksis di masa pandemi adalah aktivasi kegiatan jelajah museum yang diikuti oleh anak-anak muda. Secara garis besar jelajah museum adalah sebuah acara penjelajahan museum dengan konsep *fun game* penuh edukasi. Peserta akan dibagi dalam beberapa kelompok dan diberi buku panduan berupa teka teki silang yang berhubungan dengan koleksi museum. Teka-teki dalam buku panduan tersebut harus diisi sehingga peserta seolah berjelajah layaknya seorang detektif, arkeolog, ataupun sejarawan. Apalagi jika kegiatan jelajah museum dilakukan pada malam hari seperti misalnya saat akhir pekan, ini tentu akan memancing rasa penasaran anak muda untuk ikut serta acara ini. Kesan belajar yang menyenangkan secara tidak langsung akan bisa me-*rebranding* kesan museum dari sebelumnya terkesan kuno dan membosankan menjadi lebih mengena bagi anak muda. Tak hanya itu, kesan angker dari suatu museum juga akan perlahan memudar. Apabila kegiatan ini dilakukan secara berkelanjutan bukan tidak mungkin museum akan menjadi tempat wisata wajib yang digemari di masa mendatang.

Selain itu, kepuasaan dari peserta sebenarnya menjadi hal yang wajib diperhatikan. Kepuasan peserta dengan kegiatan jelajah museum ini akan menjadi media promosi dari mulut ke mulut yang amat efektif untuk mendongkrak citra museum agar diapresiasi masyarakat. Keunggulan lain kegiatan jelajah museum ini



Sumber Foto:
https://www.freepik.com/free-photo/hands-with-laptop-virtual-world-map_979060.htm#query=digital&position=18&from_view=-search&track=sph

adalah pihak museum dapat menggandeng suatu komunitas sebagai panitia kegiatan yang membantu menjalankan acara. Sinergi tersebut juga bisa menjadi batu loncatan kemajuan museum yang lebih mengakomodasi kepentingan publik. Partisipasi ini dapat menjadi upaya menumbuhkan motivasi dan apresiasi, serta rasa memiliki terhadap museum oleh masyarakat (Dwiyanto, 2019: 308). Berbagai manfaat positif inilah yang sekiranya dilirik oleh para pengelola museum agar museum bisa terus berkembang.

Pengelolaan museum di masa pandemi memang menjadi hal yang tidak mudah dilakukan. Keterbatasan sumber daya tampaknya menjadi hal yang semakin menunjukkan ketimpangan pengelolaan antarmuseum. Ada museum yang sangat melejit karena keberhasilan menggunakan kemajuan teknologi digital, ada juga museum justru tenggelam dalam kemunduran. Oleh karena itu, inovasi perlu dilakukan agar *gap* atau jurang pemisah antarmuseum tidak terlalu lebar. Langkah-langkah berupa pemanfaatan ruang digital untuk museum, kajian koleksi, serta aktivasi kegiatan jelajah museum dipilih karena mempertimbangkan sumber daya museum yang terbatas. Secara garis besar, ketiga langkah ini sebenarnya saling melengkapi satu sama lain. Pemanfaatan ruang digital digunakan untuk mempromosikan museum secara luas melalui kanal *online*, sementara aktivasi kegiatan jelajah museum digunakan untuk mengubah wajah museum di mata masyarakat yang menyenangkan. Keduanya tidak akan bisa berjalan dengan baik tanpa adanya kajian koleksi. Dengan kata lain kajian koleksi menjadi tulang punggung agar nyawa museum bisa hidup. Tentu tidak mudah untuk mencapainya. Oleh karena itu kolaborasi dengan berbagai pihak, baik lembaga lain maupun komunitas menjadi penting agar museum bisa terus eksis. Perlu diingat pula bahwa esensi pengelolaan museum bertujuan untuk memastikan pengunjung dapat menikmati koleksi yang dipamerkan, mengikuti kegiatan atau *event* yang dilaksanakan oleh museum, dan berbagai fasilitas yang dimiliki oleh museum. Pengelolaan yang baik dan terukur dapat menjadi bagian dari promosi serta sebagai upaya agar museum memperoleh dukungan dari publik. Dengan begitu, *tagline* #museumdihatiku akan benar-benar ada di hati masyarakat. Salam sahabat museum!

Daftar Pustaka

Afrianto, D. (2021). *Merawat Eksistensi Museum Kala Pandemi.* Kompas.id. Diakses melalui https://www.kompas.id/baca/riset/2021/08/01/merawat-eksistensi-museum-di-kala-pandemi/ diakses pada 18 Maret 2022.

American Association of Museums Curators Committee. (2009). *A CODE OF ETHICS FOR CURATORS.* AAM.

Bowry, Stephanie Jane. (2015). Re-thinking the Curiosity Cabinet: A Study of Visual Representation in Early and Post Modernity. *Thesis.* Leicester: University of Leicester.

Direktorat Museum. (2007). *Pengelolaan Koleksi Museum.* Jakarta: Direktorat Museum, Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.

Dwiyanto, Djoko. (2019). "Peningkatan Apresiasi dan Partisipasi Masyarakat" dalam *Pengantar Museologi.* Yogyakarta: Elmatera.

Pemerintah Indonesia. (2015). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 Tentang Museum*. Jakarta: Pemerintah Indonesia.

Russell, Roslyn & Winkworth, Kylie (2009). *Significance 2.0 : a guide to assessing the significance of collections.* Victoria: National Library of Australia.

Samantha, Patricia & Adiati, Maria P. (2020). *Efek E-Word of Mouth (E-WoM)* Terhadap *Destination Image* di Museum Macan Jakarta. *Journal FAME Vol. 3, No.2*. Hal. 47-107.

Tsabita,I., Silvana, H., Hadiapurwa A. (2021). Inovasi Layanan Museum di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid 19. *Edutech Vol. 20, No. 1*. Hal. 219-235.

Kanal Budaya Indonesiana.TV x Munasprok: Upaya Memvisualkan Spirit dan Makna Peristiwa Sejarah dengan Koleksi Museum

Penulis Jaka Perbawa,
(Kurator Koleksi Museum Perumusan Naskah Proklamasi)



Dalam Pasal 1 Ayat 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum, dijelaskan bahwa museum merupakan lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat. Dari pengertiannya saja kita bisa melihat ada dua fungsi museum. Pertama melindungi, mengembangkan, dan memanfaatkan koleksi sehingga masyarakat dapat melihat benda bersejarah. Kedua, mengkomunikasikan kepada masyarakat dengan cara menjelaskan koleksi yang ada di museum melalui pelayanan tim edukator atau penjelasan melalui media elektronik ataupun media sosial.

Giovanni Pinna menyatakan bahwa museum memiliki peranan penting dalam melestarikan *intangible dan tangible heritage.* Menurutnya setiap benda memiliki dua dimensi, yaitu aspek fisik seperti bentuk dan ukuran serta aspek pemaknaan yang diperoleh dari sejarah dan interpretasi yang



dapat menghubungkan masa lalu dan masa kini. Edi Sedyawati juga menyatakan bahwa museum menyimpan sejumlah khasanah tak benda (*intangible)*, baik yang menyertai benda koleksi maupun yang berdiri sendiri sebagai koleksi tak benda. (Sedyawati, 2009: 11-12).

Penjelasan bahwa museum bertugas mengumpulkan, merawat, meneliti, dan mengkomunikasikan *tangible* dan *intangible heritage* menyiratkan bahwa museum tidaklah semata hanya memamerkan dan mengkomunikasikan koleksi museum kebendaan namun juga memunculkan nilai-nilai koleksi yang bersifat *intangible* yang melekat dari sebuah obyek koleksi. *Intangible* ini merupakan nilai-nilai seperti proses pikir dalam penciptaan objek yang dilandasi nilai-nilai dan jiwa zaman yang berlaku di masa lampau namun masih relevan diterapkan dalam kehidupan pada masa sekarang.

Direktorat Perfilman, Musik, dan Media Baru sebagai salah satu unit teknis dari Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menyelenggarakan Program Kanal Budaya Indonesiana.TV sebagai salah satu program Merdeka Belajar. Direktur Perfilman, Musik, dan Media Baru menyatakan Kanal Budaya Indonesiana. TV berfungsi untuk memanifestasikan pustaka keragaman budaya sebagai sarana pembelajaran, wadah ekspresi dan interaksi budaya Indonesia melalui medium **audio dan visual**. Indonesiana.TV merupakan media resmi yang berfungsi sebagai wadah diplomasi budaya, pengetahuan identitas budaya serta ketahanan budaya yang mencerdaskan, mendamaikan dan mensejahterakan masyarakat. (Tim Produser Indonesiana.TV 2022)

Koordinator Umum Indonesiana.TV Heni Wiradimaja menyebutkan bahwa **film** merupakan alat penyampai pesan yang efektif. Pesan tersurat maupun tersirat. Yang tujuannya mendidik, menghibur, atau mungkin mempertanyakan nilai-nilai yang mapan. (Tim Produser Indonesiana.TV 2022).

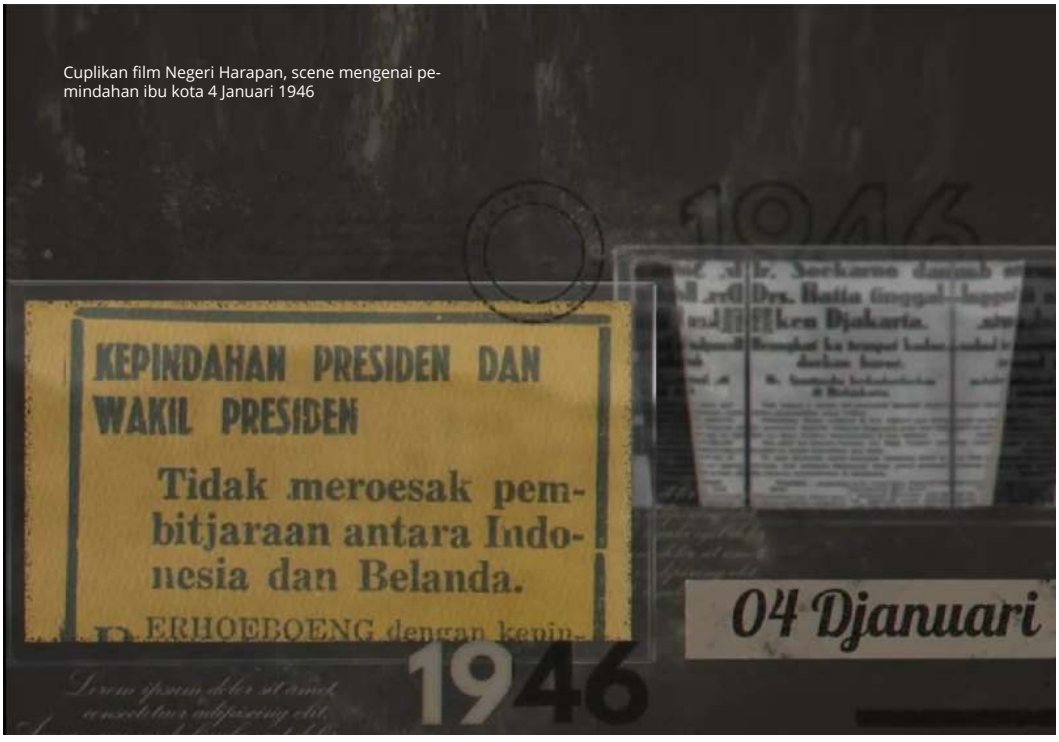
Penelitian untuk Pengembangan Kisah Koleksi dan Peristiwa

Guru besar arkeologi Universitas Indonesia Agus Aris Munandar menyampaikan penelitian koleksi di museum mutlak diperlukan karena koleksi museum tidak lagi memiliki konteks budayanya. Dan karena itu benda-benda tersebut harus diberi makna baru, dengan menghadirkan konteks baru

pula dalam tata pamer. Untuk itu informasi yang ada di balik benda koleksi museum harus digali untuk memberikan konteks baru. Informasi dalam konteks baru itulah yang disampaikan ke pengunjung (2020).

Dari pernyataan di atas maka perlulah kiranya sebuah museum harus melihat koleksi dari berbagai sisi untuk dapat dikembangkan kisahnya kendati suasana dan waktunya telah jauh dari peristiwa sejarahnya maupun saat koleksi tersebut dibuat. Adalah peran museum untuk menghidupkan kembali semangat peristiwa dan makna dari koleksi agar tetap hidup di masa kini dan masa yang akan datang. Zen Rahmat Sugito (2014) mengemukakan buah pikirnya bahwa "kehidupan berlangsung bukan dari waktu ke waktu, tapi dari suasana ke suasana." Memaknai hal tersebut, maka museum haruslah membedah suasana yang melingkupi sebuah peristiwa sejarah dengan tinggalan koleksinya. Bukan saja aspek waktu, tapi juga untuk mencari kemiripan suasana yang terjadi di masa silam dengan suasana saat ini.

Hal yang perlu ditekankan adalah sebuah peristiwa sejarah memang hanya terjadi satu kali saja, tidak akan pernah berulang, namun suasananya mungkin saja memiliki kemiripan. Jika museum hanya terfokus untuk menginformasikan sebuah peristiwa sejarah beserta koleksinya, sudah barang tentu akan terjadi *gap* dengan pengunjungnya. Masyarakat saat ini boleh jadi sama sekali tidak turut merasakan dan menjadi pelaku sejarah tersebut. Untuk menyiasati hal tersebut, museum perlu mencari pintu masuk untuk menceritakan peristiwa di masa silam dengan pendekatan suasana yang terjadi dan berlaku umum di masa kini.



Cuplikan film Negeri Harapan, scene mengenai pemindahan ibu kota 4 Januari 1946

Konsep Konten Kanal Budaya di Museum Perumusan Naskah Proklamasi

Dalam membuat konten yang akan ditayangkan di Kanal Budaya Indonesia.TV, Museum Perumusan Naskah Proklamasi melandasi ide cerita yang berasal dari peristiwa sejarah sekitar proklamasi; pengalaman pengunjung; dan koleksi museum.

Museum sebagai sarana pembelajaran sejarah berpegang kepada kegunaan sejarah seperti yang diungkapkan oleh Kuntowijoyo (1995: 25-30), yaitu salah satunya **sejarah sebagai pendidikan masa depan.** Ini dapat diartikan pengembangan konsep ide cerita haruslah sesuai dengan kondisi yang terjadi saat ini dan yang mungkin akan berguna kembali di masa depan namun tetap berdasar kepada peristiwa di masa lalu.

Peristiwa sejarah sekitar proklamasi

Pada tahun 2021, Museum Perumusan Naskah Proklamasi menggarap produksi film untuk Kanal Budaya dengan judul Negeri Harapan. Ide dasar dari film ini adalah bagaimana menyampaikan sebuah peristiwa sejarah perpindahan ibu kota dari Jakarta ke Yogyakarta yang terjadi pada 4 Januari 1946.





Cover Film Negeri Harapan

Latar sejarah peristiwa tersebut adalah sebagai berikut.

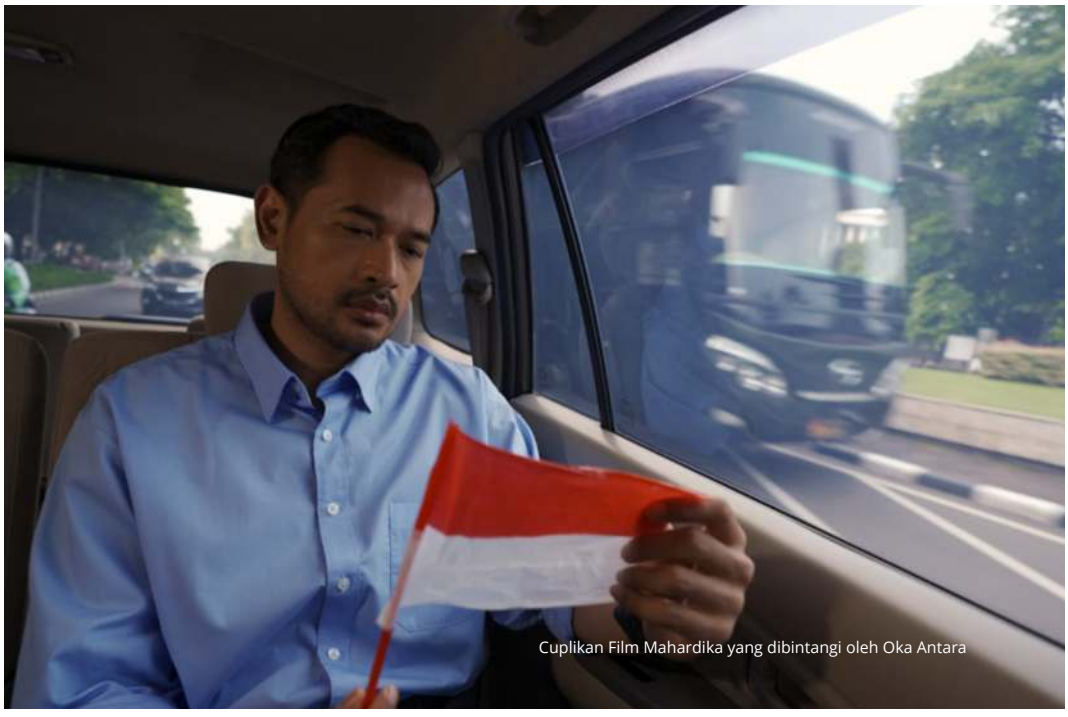
"Perjalanan Indonesia untuk menjadi bangsa yang berdaulat pasca proklamasi tidak semudah yang diharapkan. Indonesia menghadapi berbagai persoalan dalam menyusun pemerintahan yang baru. Jakarta sebagai ibu kota pemerintahan ternyata menjadi wilayah yang keamanannya semakin tidak terkendali. Setiap hari terjadi pembunuhan atau penembakan yang dilakukan oleh tentara NICA (Netherlands-Indies Civil Administration) atas penduduk yang tidak bersalah.

Awal kehidupan Republik Indonesia ditandai dengan suasana mencekam yang disebabkan oleh keganasan tentara NICA. Pada bulan Oktober, November dan Desember 1945 Jakarta mulai menjadi ajang kekerasan dan teror, menyebabkan keresahan penduduk sepanjang waktu. Tentara NICA selalu memancing insiden di mana-mana dan kapan saja. Saat melakukan patroli keliling kota tentara NICA terkadang melakukan kamuflase dengan menggunakan kendaraan patroli palang merah.
Konflik bersenjata, penggeledahan, dan

pemberlakuan jam malam membuat pemerintah Republik Indonesia melakukan protes kepada sekutu yang dianggap tidak menghormati kedaulatan Republik Indonesia serta telah mengingkari kesepakatan awal yang hanya ingin membebaskan para tawanan perang dan pemulangan dan pelucutan senjata tentara Jepang. Korban penembakan dan pembunuhan bukan saja menimpa rakyat dan pejuang saja, namun para pemimpin dan pejabat penyelenggara negara pun tak luput dari sasaran pasukan NICA. Seperti kejadian yang menimpa Mr. Moehammad Roem selaku Ketua Komite Nasional Indonesia Pusat yang terkena tembakan pada kakinya pada 21 November 1945. Insiden ini mengakibatkan dia harus dirawat di rumah sakit. Selain itu, ada pula upaya pembunuhan terhadap Menteri Penerangan Amir Syarifuddin di Pegangsaan Timur pada 28 Desember 1945. Teror juga menimpa Perdana Menteri Sutan Syahrir dari percobaan pembunuhan sebanyak dua kali, yang pertama pada 26 Desember 1945 dan kedua pada 2 Januari 1946.

Jakarta sebagai ibu kota tidak mungkin dapat menjalankan fungsinya dengan lancar, apalagi dengan melihat ancaman terhadap para pemimpin negara. Oleh karena itu, diadakan Sidang Kabinet pada 3 Januari 1946 yang memutuskan untuk mencari wilayah yang lebih aman agar roda pemerintahan dapat dijalankan dengan baik. Di kegelapan malam yang sunyi, diliputi suasana tegang pada 4 Januari 1946 itu berpindahlah Republik Indonesia dari pusat pemerintahannya ke Yogyakarta yang kemudian disambut oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX. Sejak saat itulah upaya untuk menegakkan kembali Negara Proklamasi diperjuangkan di ibu kota yang baru, Yogyakarta…"

Penyampaian peristiwa sejarah tersebut kepada masyarakat harus dikaitkan dengan kondisi saat ini, dengan membandingkan kesamaan pola gerakannya. Apa yang terjadi di masa kini dapat kita temukan kemiripannya dengan peristiwa di masa



Cuplikan Film Mahardika yang dibintangi oleh Oka Antara



Cuplikan Mahardika yang dibintangi oleh Oka Antara dan Fuad Idris

silam. Isu-isu mutakhir dan sedang hangat-hangatnya tentang pemindahan ibu kota negara ke Kalimantan Timur, dapat menjadi pintu masuk untuk menceritakan peristiwa sejarah pemindahan ibu kota pada saat 4 Januari 1946

Pengalaman pengunjung

Pada tahun 2022 ini, Museum Perumusan Naskah Proklamasi menggarap produksi film Mahardika yang terinspirasi dari kedatangan pengunjung ke museum pada tahun 2009. Gambaran kisah pengunjung tersebut adalah sebagai berikut.
"Pada tahun 2009 museum mendapatkan kunjungan keluarga dari Semarang. Sang ayah ingin anaknya berkunjung ke museum sebelum berkuliah di China. Di museum dia ingin anaknya mendapatkan bekal tentang sejarah lahirnya bangsa Indonesia agar dia tidak lupa dengan sejarah bangsanya sendiri."

Pengalaman dari pengunjung tersebut coba dimaknai oleh museum dengan mengangkatnya ke dalam bentuk film *Mahardika*. *Mahardika* mengisahkan sosok Mahardika yang dilanda kegalauan dalam memutuskan berpindah kewarganegaraan. Isu-isu tentang perpindahan kewarganegaraan di era ini menjadi fenomena yang unik, dimana batas-batas wilayah negara semakin kabur bahkan menembus ke batas-batas semangat kebangsaan masing-masing individu.

Pilihan-pilihan untuk melepas kewarganegaraan tidak lagi mempertimbangkan jiwa dan semangat cinta tanah air. Rasa nasionalisme berada di urutan ke sekian dalam pilihan-pilihan sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan berpindah kewarganegaraan. Konflik yang terjadi antara karakter ayah dan Mahardika mempertanyakan hal itu. Di manakah semangat cinta tanah air dan rasa kebangsaan tersebut? Sang ayah menggugat perjanjian tekad yang selama ini dipegang teguh oleh Mahardika untuk mencintai tanah airnya apa pun yang akan terjadi di masa depan.

Masa lalu dalam keseharian Mahardika dipenuhi oleh asupan-asupan pembentukan karakter seorang pribadi yang sangat



Cuplikan Mahardika yang dibintangi oleh Oka Antara dan Fuad Idris

diharapkan sebagai penjaga tanah air sejati kelak. Kisah-kisah inspiratif para pejuang terdahulu di mana sang kakek merupakan bagian di dalamnya telah membentuk Mahardika menjadi sosok yang berkarakter. Hal inilah yang menjadi pertanyaan dasar sang ayah yang menggugat hilangnya karakter Mahardika dewasa.

Koleksi museum

Pada tahun 2022 ini, Museum Perumusan Naskah Proklamasi menggarap produksi film *Hari Esok 'Kan Cerah* yang terinspirasi dari koleksi foto yang dimiliki oleh Museum Perumusan Naskah Proklamasi terkait salah satu staf Laksamana Muda Tadashi Maeda, yaitu Satsuki Mishima. Tahun 2022 juga bertepatan dengan momen peringatan 80 tahun pendudukan Jepang. Adapun ide cerita film ini adalah sebagai berikut.

"Sosok Hana seorang keturunan Jepang yang tidak mengetahui masa lalu leluhurnya, karena sang ayah yang blasteran Jepang merasa malu karena memiliki seorang kakek orang Jepang. Malu karena menyadari Jepang adalah penjajah. Hana hanya memiliki



selembar foto yang tersimpan bertahun-tahun di rumahnya.
Pada satu kesempatan Hana mengunjungi Museum Perumusan Naskah Proklamasi terjawablah semua masa lalunya karena menemukan foto yang sama dengan yang dimilikinya. Foto tersebut ternyata adalah sosok Laksamana Tadashi Maeda dengan para stafnya, salah satunya adalah Satsuki Mishima yang pada akhirnya menguak tabir tentang masa lalu keluarga Hana."

Hari Esok 'Kan Cerah menyajikan bagaimana koleksi museum dapat dibedah dan dikembangkan dengan beragam pendekatan untuk dihidupkan kembali dan memberi makna baru bagi kehidupan saat ini.



Laksamana Maeda beserta para srafnya berfoto di rumahnya yang kini menjadi Museum Perumusan Naskah Proklamasi. Satsuki Mishima (duduk paling kiri)

Di era digital, museum perlu mengembangkan jenis-jenis penyajian untuk diinformasikan kepada masyarakat. Saluran-saluran produk museum dapat merambah ke bentuk-bentuk visualisasi digital seperti film. Film-film bergenre fiksi yang dilandasi peristiwa sejarah dapat dikemas dengan menyesuaikan konteks zaman yang berbeda–meski sebenarnya ini adalah upaya menyampaikan peristiwa sejarah tersebut. Jika museum masih berfokus menyampaikan peristiwa sejarah secara naratif deskriptif, maka hal ini akan jadi sebuah penyampaian sejarah satu arah dan menggurui pengunjung. Kalau sebelumnya museum telah membuat visualisasi digital dalam bentuk film-film dokumenter, maka sekarang sudah saatnya museum membuat film-film fiksi sejarah yang tetap berlandaskan pada riset kesejarahan. Film-film bergenre fiksi sejarah ini dapat bertahan lama dan tidak akan kehilangan konteks penyampaian pesan dan makna sebuah peristiwa sejarah beserta koleksinya.

Narasi sejarah saat ini haruslah dikaitkan dengan keseharian masa kini dan masa depan agar orang-orang tidak lagi melupakan sejarah yang pernah terjadi. Di sinilah museum harus tetap berupaya menghidupkan spirit dan semangat sebuah peristiwa sejarah.

Daftar Bacaan

Kuntowijoyo. 1995. Pengantar Ilmu Sejarah. Yayasan Bentang Budaya:
Yogyakarta.

Munandar, Agus Aris, 2020. Penelitian Koleksi di Museum:Pedoman Kegiatan.Materi Kursus Ilmu Permuseuman di Museum Perumusan naskah proklamasi

Pinna, Giovanni. “Introduction to Historic House Museums” dalam Museum International (UNESCO, Paris) No.210Vol. 53 (2001).

Sedyawati Edi. “Museum dan Intangible Heritage”. *Museografia Majalah*
Permuseuman. Vol III, No. 3 Juli 2009: 11-13.

Sugito, Zen Rahmat. 2014. Jalan Lain ke Tulehu. Bentang Pustaka: Yogyakarta

Tim Produser Indonesiana.TV 2022. Panduan Produksi

Indonesiana.TV: Jakarta.

Kampanye Pelestarian Cagar Budaya dan Museum sebagai Upaya Penerapan Arkeologi Publik oleh Kelompok Pemerhati Budaya dan Museum Indonesia (KPBMI)

Penulis Zulfa Nurdina F (Mahasiswa S2 Arkeologi Universitas Indonesia)

Arkeologi publik dapat didefinisikan sebagai hubungan timbal balik antara arkeologi sebagai ilmu dengan masyarakat luas. Arkeologi publik juga bisa dikaitkan dengan interpretasi dan membangun komunikasi untuk menyampaikan "pesan" arkeologi kepada publik yang beraneka ragam. Keterlibatan publik juga sangat penting dalam proses interpretasi terhadap masa lalu melalui kritik dan evaluasi terhadap interpretasi yang disampaikan. Dalam arkeologi publik, inilah yang dimaksud dengan interaksi dua arah.

Ada hubungan alami antara arkeologi publik dan komunitas, karena kelompok lokal yang tertarik adalah himpunan bagian dari publik yang lebih besar. Kemunculan komunitas yang bergerak di bidang pelestarian warisan budaya saat ini juga semakin menjamur. Fenomena ini memberikan andil positif terhadap proses pengenalan dan implementasi arkeologi publik di masyarakat. Hal ini didukung dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini, terutama maraknya penggunaan media sosial yang dapat dilihat sebagai peluang penerapan praksis dalam arkeologi publik.

Tulisan ini akan membahas kampanye pelestarian cagar budaya dan museum sebagai upaya penerapan arkeologi publik oleh Kelompok Pemerhati Budaya dan Museum Indonesia (KPBMI). Dalam hal ini, KPBMI melakukan dua metode pendekatan. Pertama, secara konvensional dengan mengadakan pertemuan fisik, seperti "blusukan" ke bangunan cagar budaya, juga memberikan lokakarya seperti "Sinau Aksara", "Bedah Prasasti", "Penulisan tentang Cagar Budaya dan Museum," dan "Pembuatan Komik tentang Pelestarian Cagar Budaya dan Ajakan ke Museum."



Metode pendekatan yang kedua adalah dengan memanfaatkan media sosial yang sudah ada. KPBMI secara aktif melakukan beberapa kampanye pelestarian cagar budaya dan museum dengan membuat konten-konten *edutainment* dalam berbagai platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Youtube. Misalnya dengan rutin membuat infografis terkait cagar budaya di sosial media dan membuat video "blusukan" dengan menampilkan maskot utamanya yang bernama "Ganesha" untuk menarik perhatian publik. Di sini KPBMI memainkan peranan penting sebagai salah satu *stakeholder* pelestarian cagar budaya dan museum yang menjangkau generasi muda dalam era digital. KPBMI merupakan sebuah kelompok pecinta budaya dan museum yang di dalamnya terdapat individu-individu yang memiliki kesamaan tujuan dalam memperkenalkan, melestarikan, dan mempertahankan eksistensi cagar budaya yang ada di Indonesia. Sejalan dengan hal tersebut, tujuan KPBMI adalah menjadi mitra pemerintah untuk memajukan kebudayaan, permuseuman, dan kesejarahan melalui berbagai program kegiatan dengan melibatkan peran serta masyarakat. Komunitas merupakan salah satu media yang mempunyai andil untuk menggiring opini publik.

KPBMI sebagai Agen Arkeologi Publik

Menurut Moshenska (2017: 6) terdapat tujuh jenis arkeologi publik, antara lain: *archaeologists working with the public*, *archaeology by the public*, *public sector archaeology*, *archaeological education*, *open archaeology*, *popular archaeology,* dan *academic public archaeology*.

Dalam hal ini, KPBMI masuk dalam kategori *archaeology by the public*. Penerapan arkeologi publik oleh KPBMI adalah dengan



Gambar 1. Jenis Arkeologi Publik (Moshenska, 2017: 6)

Gambar 1. Jenis Arkeologi Publik (Moshenska, 2017: 6)

melibatkan partisipasi masyarakat dalam setiap kegiatan kampanye pelestarian cagar budaya dan museum. Didirikan pada 4 Maret 2017 di Depok, Jawa Barat, berdasarkan wawancara dengan Ketua KPBMI, Dhanu Wibowo, sampai saat ini anggota KPBMI mencapai 720 orang yang tersebar di seluruh Indonesia. Sejak didirikan, KPBMI telah melakukan banyak kegiatan terkait dengan kampanye upaya pelestarian cagar budaya dan museum.

Kampanye Pelestarian Cagar Budaya dan Museum Model Konvensional

Kegiatan "blusukan" oleh KPBMI ini mencoba menghadirkan rasa memiliki dari masyarakat dengan cagar budaya dan museum melalui cara mengaitkan dengan memori kolektifnya masing-masing. Memori kolektif bisa dijadikan sebagai landasan utama untuk mengikat masyarakat untuk terus hidup bersama secara rukun dan damai, karena itu masyarakat harus diingatkan kembali tentang memori kolektifnya. Warisan budaya, situs-situs budaya, monumen dan benda budaya bisa dijadikan sebagai media untuk membentuk memori kolektif, karena itu masyarakat harus melestarikan, menginterpretasikan, dan menyajikan memori tersebut (Davidson, 2005). Tidak hanya mengunjungi situs cagar budaya atau museum saja, dalam kegiatan ini KPBMI juga menggelar diskusi terkait situs dan mengajak para peserta untuk membersihkan bangunan cagar budaya.

Sumber: Dokumentasi KPBMI

"Blusukan" yang pernah dilakukan oleh KPBMI antara lain pada kawasan pesisir Sunda Kelapa, Mausoleum TPU Petamburan, Kampung Arab Pekojan, Pecinan Glodok, Salemba–Senen, Kampung Tugu, museum-museum Bogor, Pasar Lama Tangerang, museum-museum di DKI Jakarta, dan lain-lain. Kegiatan



Gambar 2. Kegiatan "Blusukan" di Mausoleum TPU Petamburan oleh KPBMI
Sumber: Dokumentasi KPBMI



Gambar 3. Konten Kegiatan "Blusukan" di Youtube KPBMI
Sumber: Youtube KPBMI





Gambar 4. Salah satu kegiatan "Sinau Aksara" dan "Bedah Prasasti" oleh KPBMI
Sumber: Dokumentasi KPBMI

"blusukan" juga didokumentasikan oleh KPBMI dalam bentuk video yang kemudian diunggah menjadi sebuah konten edukasi pada platform YouTube. Hal ini merupakan salah satu praktek arkeologi publik yang mencerminkan *open archaeology*, di mana produk arkeologi dapat diakses oleh masyarakat secara terbuka.

Kampanye pelestarian cagar budaya yang dilakukan oleh KPBMI juga dilakukan melalui kegiatan "Sinau Aksara" dan "Bedah Prasasti." Kegiatan sinau aksara bagi masyarakat awam memang unik dan masih langka. Dalam hal ini peserta kegiatan diajarkan menulis nama diri masing-masing menggunakan aksara Pallawa dan aksara Jawa kuno. Ketika masyarakat awam diberikan akses pengetahuan tentang hal tersebut, ternyata antusiasmenya begitu luar biasa.

Beberapa lokakarya yang diprakarsai oleh KPBMI juga sarat akan upaya kampanye pelestarian cagar budaya dan museum. Lokakarya bertema "Pembuatan Komik tentang Pelestarian Cagar Budaya dan Ajakan ke Museum" misalnya. Lokakarya ini awalnya bekerja sama dengan Museum Basoeki Abdullah, dengan jumlah peserta 57 orang.

Dari kegiatan lokakarya tersebut, KPBMI kemudian menerbitkan dua komik mengenai cagar budaya dan museum. Komik pertama bertajuk "Kunjungi, Lindungi, dan Lestarikan Cagar Budaya" dengan tokoh utamanya maskot KPBMI yaitu Ganesha. Komik ini bercerita tentang cagar budaya, larangan vandalisme, dan bagaimana melestarikan cagar budaya. Komik kedua bertajuk "Ayo ke Museum" yang bercerita mengenai kunjungan maskot Ganesha ke museum dengan hal-hal menarik di dalamnya.

Lokakarya "Penulisan tentang Cagar Budaya dan Museum" juga menjadi salah satu kegiatan andalan KPBMI dalam upaya kampanye pelestarian cagar budaya. Bekerja sama dengan Museum Kebangkitan Nasional, dalam kegiatan ini, diajarkan bagaimana membuat tulisan yang menarik dengan gaya populer dalam berbagai medium, baik cetak maupun digital terkait ajakan pelestarian cagar budaya dan museum.

Dalam hal kepenulisan populer, KPBMI juga menerbitkan novel sejarah berjudul Enru (1980-1741) karya salah seorang anggota KPBMI yang bernama Lia Zhang. Sebagian besar latar dalam novel ini berada di sekitar kota tua Jakarta sekarang, terutama di Museum Sejarah Jakarta yang dulu bernama Stadhuis atau Balai Kota.



Gambar 5. Salah satu kegiatan "Lokakarya Komik" oleh KPBMI
Sumber: Dokumentasi KPBMI

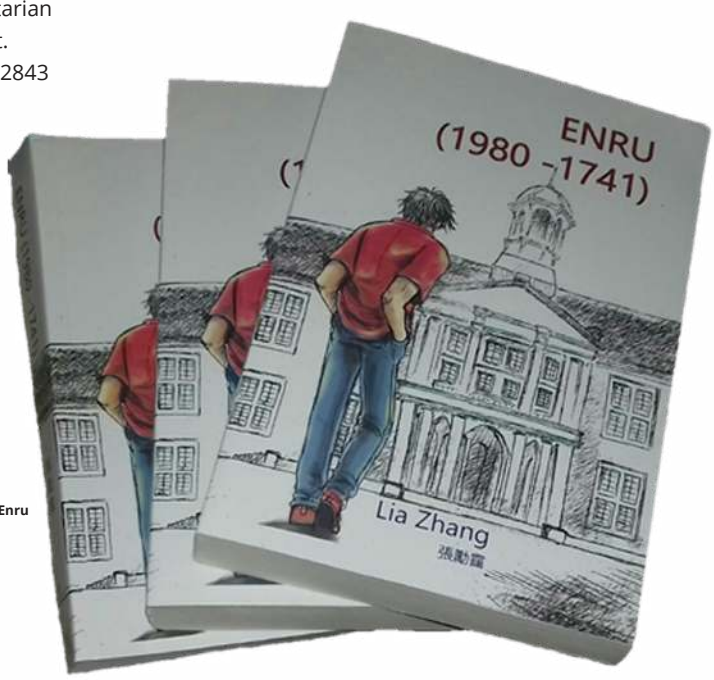


Gambar 6. Terbitan Komik Ajakan Pelestarian Cagar Budaya dan Museum oleh KPBMI
Sumber: Dokumentasi KPBMI

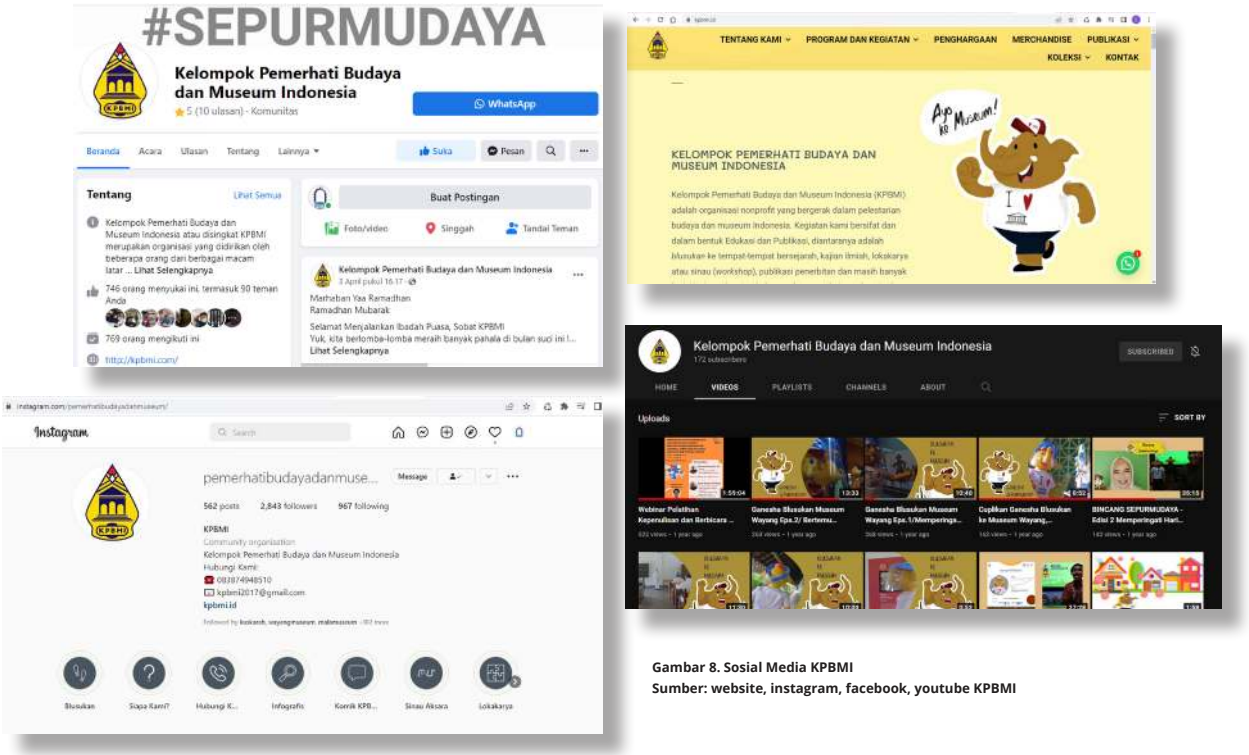
Kampanye Pelestarian Cagar Budaya Model Pemanfaatan Media Sosial

Masyarakat dewasa ini memang sangat akrab dengan media sosial. Keaktifan masyarakat di media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara langsung mendapatkan respon dari anggota masyarakat lain. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi ini dapat dilihat sebagai peluang penerapan praksis dalam arkeologi publik. Dalam hal ini, komunitas dapat memanfaatkan media-media itu untuk menyebarkan informasi terkait pelestarian cagar budaya di kalangan masyarakat. Akun media sosial KPBMI diikuti oleh 2843 followers di Instagram, 172 subscribers di Youtube, dan 746 pengikut Facebook, KPBMI secara rutin membuat konten-konten bermuatan edukasi dan entertainment (edutainment) terkait pelestarian cagar budaya dan ajakan ke museum dalam berbagai platform media sosial.

Saat melaksanakan kampanye pelestarian cagar budaya dan ajakan ke museum, KPBMI selalu membawa maskotnya yang bernama Ganesha. Menurut Dhanu Wibowo yang merupakan ketua sekaligus *founder* dari KPBMI, maskot ini terinspirasi dari Dewa Ganesha yang dalam mitologi Hindu melambangkan ilmu pengetahuan. Selain itu Ganesha juga berwujud seperti



Gambar 7. Novel Fiksi Sejarah Enru (1980-1741) Terbitan KPBMI
Sumber: Dokumentasi KPBMI



Gambar 8. Sosial Media KPBMI
Sumber: website, instagram, facebook, youtube KPBMI

anak-anak, sehingga diharapkan generasi muda bersemangat untuk menambah pengetahuan terkait sejarah, purbakala, museum, dan budaya.

Konten-konten sosial media KPBMI juga menurutsertakan Ganesha untuk menarik perhatian masyarakat. Dapat dilihat pada video YouTube dan Instagram "Ganesha Blusukan" yang memuat konten vlog dengan tokoh utamanya adalah maskot tersebut.

Konten lainnya dari KPBMI di sosial media adalah "Bincang Sepurmudaya", yang merupakan kegiatan bincang-bincang dengan gaya santai dengan pokok bahasan cagar budaya dan permuseuman. Dalam kegiatan ini tidak lupa menampilkan Ganesha sebagai maskot andalan KPBMI.



Gambar 9. Maskot Ganesha KPBMI
Sumber: Dokumentasi KPBMI

Dampak Kampanye Pelestarian Cagar Budaya dan Ajakan ke Museum oleh KPBMI bagi Masyarakat

KPBMI telah konsisten selama lima tahun menggaungkan kampanye pelestarian cagar budaya dan museum di masyarakat. Secara tidak langsung KPBMI ikut menerapkan arkeologi publik dengan membawa topik-topik terkait arkeologi lebih dekat dengan jangkauan masyarakat. Kegiatan yang dilakukan KPBMI dalam kampanye upaya pelestarian cagar budaya dan ajakan ke museum ini telah menjadi sorotan berbagai media. Liputan atau berita dari media menunjukkan bahwa KPBMI merupakan komunitas yang dapat diperhitungkan eksistensinya dalam memengaruhi publik.

Dari pemberitaan maupun liputan di atas, dapat diketahui bahwa setiap kegiatan yang dilakukan KPBMI mendapatkan respon positif dari masyarakat. Atas komitmen, dedikasi, dan upayanya dalam mendukung pelestarian cagar budaya, KPBMI terpilih sebagai salah satu komunitas yang mendapatkan penghargaan dari Perkumpulan Ikatan Ahli Arkeologi Indonesia (IAAI) pada peringatan Hari Purbakala ke-105.

Selanjutnya melalui media *polling* Instagram yang diposting pada Instagram KPBMI, peneliti mencoba mengevaluasi eksistensi KPBMI di masyarakat dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berikut ini:



Gambar 13. Hasil *Polling* Instagram
Sumber: Instagram KPBMI

Dari 80 partisipan yang mengisi polling tersebut didapatkan hasil sebagai berikut:

Pertanyaan	Jawaban Setuju	Jawaban Tidak Setuju
Pertanyaan (1)	98%	2%
Pertanyaan (2)	95%	5%
Pertanyaan (3)	85%	15%
Pertanyaan (4)	97%	3%
Pertanyaan (5)	96%	4%

Tabel 1. Hasil Polling Instagram terkait Dampak KPBMI bagi Masyarakat

Melalui hasil *polling* tersebut, dapat disimpulkan bahwa KPBMI mempunyai dampak yang signifikan terhadap bagaimana sikap masyarakat dalam memandang dan memaknai cagar budaya.

Dapat dikatakan bahwa KPBMI merupakan komunitas yang sudah menunjukkan eksistensinya selama lima tahun dalam bidang cagar budaya dan permuseuman. Hadir di masyarakat melalui dua model pendekatan, yaitu secara konvensional dan pemanfaatan media sosial, KPBMI giat melakukan terobosan-terobosan terbaru terkait upaya kampanye pelestarian cagar budaya. Dengan pendekatan konvensional, KPBMI mampu mengadakan kegiatan-kegiatan yang secara tidak langsung menumbuhkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya melestarikan cagar budaya. Sedangkan pada pendekatan melalui pemanfaatan media sosial, KPBMI mampu menjangkau target audiens lebih banyak dengan memberikan konten-konten *edutainment* terkait pelestarian cagar budaya dan kunjungan ke museum.

KPBMI merupakan agen arkeologi publik yang berusaha "membumikan" topik-topik arkeologi di dalam masyarakat melalui kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan, seperti "blusukan" cagar budaya dan museum, "sinau aksara", "bedah prasasti", dan lain-lain. Penerapan arkeologi publik yang melibatkan partisipasi masyarakat dampaknya akan terasa lebih besar. Terbukti dengan persepsi masyarakat melalui *polling* Instagram yang diadakan terkait eksistensi KPBMI, bahwa masyarakat menyambut baik kegiatan-kegiatan KPBMI dan menilai bahwa komunitas tersebut memiliki dampak yang besar bagi kesadaran serta kepedulian masyarakat terhadap cagar budaya dan museum di Indonesia.

Referensi:

Davidson, P. (2005). "Museums and the re-shaping of Memory", dalam G. Corsane (ed), Heritage, Museum, and Galleries: an introductory reader. London dan New York: Routledge.

Moshenska, G. (2017). Key Concepts in Public Archaeology. London: UCLPress.

Wawancara dengan *founder* KPBMI Dhanu Wibowo 25 Juni 2021

MODERNISASI MUSEUM MPU PURWA

Penulis Akhmad Idris



Membincang tentang museum agaknya tidak bisa jauh-jauh dengan kesan kuno, ketinggalan zaman, bahkan membosankan. Tak ada yang salah jika ada yang menilai museum dengan kesan-kesan yang telah disebutkan tadi, sebab museum memang sebuah gedung yang digunakan untuk menyimpan kebanyakan benda-benda kuno (peninggalan sejarah). Hal ini mengingatkan saya pada masa-masa SD dulu. Saya lebih bersemangat diajak ke tempat-tempat rekreasi seperti pantai dan kebun binatang daripada belajar di luar kelas dengan mengunjungi museum terdekat. Rasa-rasanya ingin segera kembali ke sekolah, lalu bermain segala jenis permainan di lapangan.



Gambar 1. Halaman Museum Mpu Purwa yang tampak asri



Namun tidak semua museum selaras dengan kesan kuno dan membosankan. Di Kota Malang terdapat sebuah museum yang mengusung konsep modern. Museum itu bernama Museum Mpu Purwa.

Mengusung Konsep Modernisasi

Modernisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia versi daring (2016) adalah proses pergeseran sikap dan mentalitas untuk menyesuaikan tuntutan hidup kekinian. Ini tak jauh berbeda dengan arti dari kata 'modern' itu sendiri, yakni terbaru atau mutakhir. Hal inilah yang sedang terjadi pada Museum Mpu Purwa. Museum ini mendadak tampil 'milenial' dengan meletakkan arca-arca di kotak-kotak berwarna-warni, dengan pencahayaan lampu yang tampak modern, serta dengan pemanfaatan teknologi digital yang bernama *QR Code*. Modernisasi ini sudah mulai bisa dinikmati setelah revitalisasi selesai pada 2018 dan Museum diresmikan

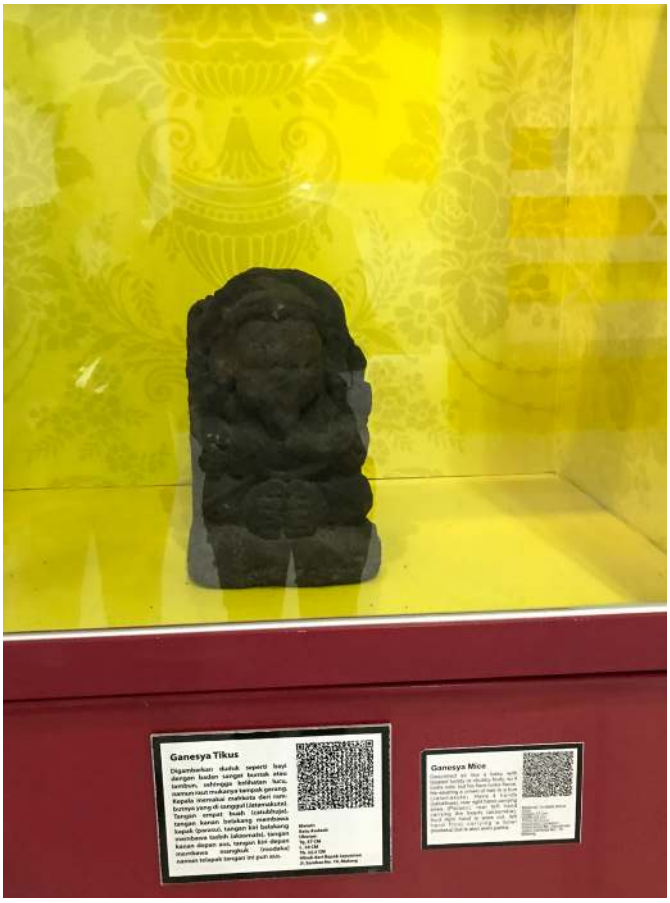


Gambar 2. Modernisasi Museum Mpu Purwa

Menteri Pendidikan dan Kebudayaan saat itu, Prof. Dr. Muhadjir Effendy, M.A.P

Museum Mpu Purwa mencoba menghadirkan konsep-konsep yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini, mulai dari penggunaan *QR Code* di setiap koleksi museum; penataan koleksi yang lebih kekinian (spot-spot menarik untuk berfoto); miniatur kisah Ken Angrok; infografis-infografis tentang Ken Angrok dan Ken Dedes yang disajikan dengan sederhana sekaligus memanjakan mata; hingga penerimaan kritik serta saran dari pengunjung yang dikemas di dalam brosur museum.

Dilansir dari situs Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Museum Mpu Purwa awalnya adalah gedung bekas SDN Mojolangu 2 Malang. Kemudian pada tahun 2001, Pemerintah Kota Malang mengumpulkan berbagai peninggalan



Gambar 3. Arca unik Ganesha Tikus

purbakala yang ada di Kota Malang untuk disimpan di bekas gedung sekolah tersebut yang selanjutnya dinamai Balai Penyelamatan Purbakala Mpu Purwa. Penamaan Mpu Purwa terinspirasi oleh sosok religious Jawa kuno yang dipercaya pernah hidup di Desa Panawijen pada abad XII Masehi. Kini desa tersebut menjadi Kelurahan Polowijen, Kota Malang. Selain karena semasa hidupnya dipercaya pernah tinggal di area Panawijen, Mpu Purwa sendiri merupakan cikal bakal kelahiran raja-raja besar di Nusantara: anak dari Mpu Purwa yaitu Ken Dedes merupakan leluhur raja-raja besar seperti Kertanegara dari Kerajaan Singasari dan Hayam Wuruk dari Kerajaan Majapahit.

Museum Mpu Purwa terletak di tengah kota, sehingga tidak terlalu sulit untuk dicari. Museum ini berdekatan dengan Rumah Sakit Brawijaya atau tepatnya di Jalan Soekarno Hatta Griya Santa B Nomor 210 Mojolangu, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Bangunan Museum terdiri dari dua lantai. Lantai pertama diisi dengan beberapa koleksi arca, sedangkan lantai dua lebih berfokus pada cerita Ken Dedes, Ken Angrok, dan Mpu Purwa yang ditampilkan lewat sebuah diorama besar dan ringkasan cerita dalam bentuk miniatur dalam akuarium. Koleksi andalan atau unggulan di lantai pertama adalah Arca Brahma Catur Muka yang ditemukan di sekitar Candi Singhasari. Satu arca unik lainnya adalah Arca Ganesha Tikus. Arca ini terbilang unik karena bentuknya yang mungil seperti bayi, namun memiliki raut muka yang terlihat garang. Arca ini memiliki tinggi 37 cm dan lebar 24 cm yang merupakan hibah dari Bapak Jayusman, Malang.

Kelebihan lain Museum Mpu Purwa adalah cara menyajikan pengetahuan sejarah yang menyenangkan dan kekinian. Sejarah tidak lagi disajikan dalam bentuk yang monoton dengan keterangan singkat dengan *font* berwarna hitam berlatar putih yang diletakkan sekenanya di bawah benda purbakala. Ilmu sejarah kini ditampilkan dengan tabel-tabel yang menarik agar tidak membosankan, juga diletakkan di area yang cukup luas sehingga menarik perhatian pengunjung. Hal ini dapat dilihat pada



Gambar 4. Linimasa Sejarah Nusantara

sebuah tabel besar di lantai dua yang diberi judul *Linimasa Sejarah Nusantara.*

Berhasil Memikat Publik

Di luar tampilan yang sangat kekinian, hal lain yang membuat Museum Mpu Purwa dapat dikatakan berhasil memikat perhatian publik adalah cara mengemas cerita Ken Angrok di lantai dua. Dengan tampilan diorama mini, saya seolah sedang membaca komik nyata tentang kisah Ken Angrok. Cerita yang dulu terasa membosankan, kini membuat saya ketagihan hingga saya abadikan ke dalam bentuk video lewat gawai saya. Hal seperti inilah yang kerap luput dalam dunia pendidikan, yakni membuat pelajaran terasa menyenangkan.

Setelah puas menikmati diorama mini, saya beralih ke sisi satunya untuk melihat sebuah diorama besar yang menampilkan sosok kakek tua yang saya duga Mpu Purwa yang sedang merapal doa untuk perempuan (yang saya duga Ken Dedes, putri dari Mpu Purwa). Dengan gaya berpakaian yang ditampilkan sesuai dengan *style* pada zamannya sekaligus profesinya, saya seolah bisa membayangkan apa yang dirapal, dikatakan, hingga yang dilakukan.



Gambar 5. Kisah Ken Angrok dalam bentuk diorama mini

Pendekatan yang dilakukan oleh pengelola Museum Mpu Purwa juga patut untuk diapresiasi. Dengan menggunakan brosur yang disertai lembar kritik-saran (yang bisa disobek), pengelola seolah secara tidak langsung ingin mengajak setiap pengunjung untuk merasa memiliki museum ini. Siapapun berhak menyampaikan saran untuk keberlangsungan Museum Mpu Purwa. Keberadaan *Movie Room* juga semakin menegaskan upaya pihak pengelola agar masyarakat mulai berani meyakini bahwa museum tak lagi menjadi tempat yang membosankan. Museum telah menjelma menjadi tempat yang menyenangkan seperti bioskop-bioskop di perkotaan. Pengunjung juga tak perlu risau dengan rasa pengap yang kerap ditemui saat mengunjungi museum, karena Museum Mpu Purwa telah dilengkapi dengan fasilitas AC□bukti bahwa museum sangat layak disejajarkan dengan mal atau bioskop dalam segi memberikan layanan kepada pengunjung.

Namun satu hal yang tidak bisa diberikan oleh tempat-tempat hiburan tersebut, yakni pengetahuan sejarah yang terasa nyata sebab adanya kontak langsung dengan benda-benda purbakala.

Sebuah Simpulan sekaligus Saran

Konsep modernisasi yang diusung Museum Mpu Purwa sudah selayaknya diikuti oleh museum-museum yang lain, agar museum





Gambar 6. Diorama Mpu Purwa dan Ken Dedes

juga menjadi tujuan yang digandrungi oleh generasi milenial. Bukan hal yang mustahil dalam beberapa waktu ke depan, para generasi milenial akan berbangga mengunggah foto-foto yang berlatar museum atau di samping benda-benda purbakala. Saya percaya, cepat atau lambat hal itu akan segera mewabah. Semoga.

Daftar Referensi

Alivizatou, Marilena. (2008). "Contextualising Intangible Cultural Heritage Studies and Museology". dalam *International Journal of Intangible Heritage*.

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Diambil 5 Oktober 2022 dari https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/modernisasi

Dit. PCBM. (2018). *Museum Mpu Purwa Telah Resmi Setelah 4 Tahun Direvitalisasi*. Diakses di https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/dpk/museum-mpu-purwa-telah-resmi/ *diakses pada tanggal 6 Juni 2022*

Menyingkap Eksistensi

MUSEUM TERTUA DI INDONESIA, RADYA PUSTAKA

Penulis Aprillia Christianawati

Jalan-jalan ke Kota Surakarta
Jangan lupa swafoto ria
Apakah nama museum tertua?
Radya Pustaka namanya



Halaman Museum Radya Pustaka Surakarta
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)


DYA PUSTAKA
KARTA

Sebuah museum berdiri tegak di tengah kota kecil di Provinsi Jawa Tengah. Museum tertua yang menyimpan berbagai koleksi benda mewah. Tersingkap melalui sejuta cerita bersejarah. Menyajikan berbagai ruangan layaknya sebuah rumah. Kata orang, museum ini bernama "Museum Radya Pustaka".

Museum Tertua yang Masih Ada dan Nyata

Museum Radya Pustaka terletak di Jalan Slamet Riyadi No. 275, Sriwedari, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. Ya, Museum yang awalnya bernama Paheman Radya Pustaka terletak di tengah kota, yang disebut orang sebagai Kota Solo (RadyaPustaka.id, 2021). Tak banyak orang yang tahu jika tidak mencari informasi. Tak terkecuali penulis yang begitu ingin tahu, mengapa sebuah museum tua bisa bertahan di tengah gempuran teknologi dan industrialisasi.

Terletak di pinggir jalan utama, dihiasi oleh kerapian tata kota. Kereta dan bus lokal ikut melengkapi keberadaan museum ini. Berbeda dengan pengendara pribadi yang mungkin hanya menengok sekilas sambil berlalu. Tenggelam oleh ramainya Jalan Slamet Riyadi, Museum nyatanya tetap eksis hingga masa kini.

"Seperti masuk ke istana" merupakan impresi pertama penulis ketika masuk ke area Museum. Latar yang luas menyatu dengan patung di tengah halaman. Pintu utama rumah gedongan terpampang nyata di depan mata menimbulkan decak kagum akan keindahan bangunan dari luar area.

Menyingkap Isi Museum Radya Pustaka

Tanpa dikenai retribusi, mengunjungi museum yang dibangun pada 28 Oktober 1890 ini sangat menyenangkan hati.



Cukup menulis identitas pada buku tamu, pengunjung dipersilakan menikmati museum. Berbagai buklet dalam bentuk ukuran dan tampilan disediakan secara gratis untuk mengenal museum lebih mendalam.

Komposisi ruangan Museum Radya Pustaka memanjang ke belakang dan terbagi ke sisi kanan dan kiri. Museum punya dua belas ruang, antara lain Teras Ruang Depan, Koridor, Ruang Tosan Aji, Ruang Keramik, Ruang Perunggu, Ruang Manuskrip, Ruang Tengah, Canthik Rajamala, Ruang Belakang, Pawukon, Perpustakaan, dan Ruang Arca. Pengunjung akan dibuat terkesima dengan keberadaan Teras Ruang Depan yang menyita perhatian. Bagaimana tidak? Bangunan bergaya khas Belanda menyuguhkan pintu kayu jati yang besar dan tinggi, disertai dengan jendela-jendela berkayu dan dilapisi terali. Seperti cagar budaya bergaya khas Eropa lainnya, pilar-pilar besar tak akan sulit ditemukan.



Suasana Koridor Museum
Sumber: Surakarta Tourism Office (2019)

Koridor bangunan memotret aktivitas pada zaman dahulu dalam bentuk beberapa bingkai foto. Tidak hanya itu, koleksi senjata, patung, dan meja bundar juga disajikan di sepanjang Koridor. Termasuk sebuah patung di tengah-tengah Koridor: Johannes Albertus Wilkens, seorang ahli bahasa yang menyusun kamus bahasa Jawa-Belanda (Suprapto, 2020).

Dua ruang di sisi kiri dan kanan Koridor terdiri dari Ruang Tosan Aji, Ruang Keramik, Ruang Perunggu, dan Ruang Manuskrip. Setiap ruang menyajikan koleksi dengan berbagai ciri. Ruang Tosan Aji menyajikan berbagai macam keris, tombak, pedang, dan sebagainya. Pedang peninggalan Amangkurat II dan Pusaka Pancasila dengan lapisan emas juga tersimpan rapi di sini. Namun sayang, meriam tempur terpanjang pada zaman Pakubuwono X tidak berada di ruangan ini,

Tosan Aji dimaknai sebagai senjata pusaka tradisional yang membangkitkan keberanian serta keyakinan bagi pemiliknya. Pemberian nama Ruangan Tosan Aji menyesuaikan dengan koleksi yang dimiliki. Begitu pula dengan Ruang Keramik dan segala koleksinya yang terbuat dari keramik. Letaknya berada tepat di seberang Ruang Tosan Aji. Piring Sewon, Piring China, lampu kristal, serta Gerabah Jawa dan Thailand "berlomba" menarik perhatian di setiap dindingnya.

Ruangan lain yang ada di sepanjang Koridor adalah Ruang Perunggu. Tepat di depan pintu masuk ruangan, replika Arca Siwa



Replika Canthik Rajamala
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)



Ruang Tengah Museum Radya Pustaka
Sumber: Surakarta Tourism Office (2019)

seakan menyambut pengunjung. Benda-benda sejarah dari perunggu yang erat kaitannya dengan Agama Buddha dan Hindu dipamerkan di sini. Arca Bodhisatwa, Lonceng Kecil, serta Genta Pendeta diperkirakan berasal dari abad ketujuh hingga kedelapan masehi. Sementara itu, satu ruangan khusus yang bernama Ruangan Manuskrip di sisi kiri Koridor digunakan untuk diskusi ataupun mengakses buku-buku kuno.

Rasa kagum melanda ketika memasuki Ruang Tengah. Satu set Gamelan Ageng Radya Pustaka terpampang jelas bahkan ketika berada di Koridor. Gamelan milik K.R.A Sosrodiningrat IV ini dipamerkan bersama dengan koleksi benda lainnya, seperti wayang, dipan (tempat tidur), alat makan, mesin jam panggung, kinangan, tempat sesaji, pakaian bupati, mesin tik huruf Jawa, *irah-irahan*, hingga replika Perahu Rajamala. Secara keseluruhan, ruangan ini memiliki koleksi terbanyak yang terdiri dari karya seni dan berbagai peralatan kebutuhan para bangsawan dan raja. Ketika menelisik lebih dalam, ruangan ini memiliki dua sisi yang terdiri dari ruangan-ruangan kecil. Pengunjung tidak diperbolehkan untuk memasuki ruangan ini.

Dua ruangan kecil di sisi kanan dan kiri Ruang Tengah meliputi Canthik Rajamala dan Ruang Memorial Kantor K.G. Panembahan Hadiwidjaja. Canthik Rajamala merupakan perahu (canthik/*cucuk*) yang berasal dari kayu dan berbentuk raksasa berambut. Sering juga disebut sebagai kiai karena tergolong sebagai benda pusaka. Benda yang dimiliki Keraton Surakarta ini dikenal memiliki kekuatan mistis dan memberikan perlindungan dari bahaya.





Ruang Belakang akan terlihat ketika berjalan lurus dari Koridor atau Ruang Tengah. Terlihat luas dan tidak penuh, namun tidak membuat pengunjung merasa jenuh. Berbagai koleksi dipajang secara rapi, seperti miniatur, busana adat Jawa, serta Pawukon. Sebuah meja besar dengan beberapa kursi juga disediakan bagi pengunjung, misalkan untuk studi.

Beberapa koleksi yang dipajang di Ruang Belakang terdiri dari miniatur Makam Imogiri, Joli Jempono/Tandu, Kremun, Miniatur Masjid Agung Demak, dan Miniatur Panggung Sangga Buwana. Juga ada replika arca, koleksi mata uang, dan Horoskop Jawa/ Pawukon. Ruang ini terhubung dengan Perpustakaan dan Ruang Arca Batu.

Perpustakaan yang terletak di bagian paling belakang menyajikan berbagai koleksi buku. Turis mancanegara tidak perlu khawatir karena koleksi kebudayaan, seni, dan sejarah tersedia dalam bahasa asing. Sementara itu, Ruang Arca memiliki koleksi arca batu mulai dari abad ketujuh. Koleksi arca batu diketahui sudah ada sejak pemerintahan kerajaan Hindu-Budha dan beberapa keterangannya juga tersedia dalam berbagai bahasa.

Digitalisasi Museum Radya Pustaka

Sebagian orang mungkin akan merasa skeptis terhadap teknologi yang dikembangkan untuk museum dengan titel "tertua" di Indonesia. Tak terkecuali bagi para pemuda yang terbiasa dengan modernisasi dan teknologi. Pengelola museum menyediakan akses bagi yang ingin menikmati museum melalui genggaman gawai. Melalui situs https://radyapustaka.id/en/, beberapa tawaran untuk mengunjungi museum disediakan. Tawaran-tawaran tersebut terdiri dari *3D Exhibition*, *Virtual Tour 360*, dan *e-catalog*.

Tawaran-tawaran untuk berwisata melalui dunia digital tentu menggiurkan banyak orang. Tidak hanya generasi muda, melainkan juga pengunjung yang tidak dapat datang ke Museum Radya Pustaka. Contohnya pada Pameran Tiga Dimensi, pengunjung bisa menikmati hasil pameran berupa batik, senjata, dan pengalaman berwisata di dunia digital. Meski pembuatan *3D Exhibition* memakan biaya, namun peselancar dunia maya tidak dikenakan biaya.



Radya Pustaka Virtual Tour 360
Sumber: Akvirtual.id (2021)

Virtual Tour 360 merupakan tawaran menggiurkan lainnya untuk pengunjung. Mereka bisa masuk ke museum dan berjalan-jalan secara virtual. Di dalamnya terdapat galeri foto, informasi, lokasi, dan denah yang menyediakan edukasi sekaligus atraksi.

Berbagai koleksi Museum Radya Pustaka disajikan dalam sebuah tawaran bernama *e-catalog*. *E-catalog* berisi kumpulan deskripsi singkat koleksi museum dalam bentuk sebuah buku. Isi yang singkat dan tampilan yang menarik menjadi sebuah daya tarik tersendiri. Terlihat jelas bahwa Pemerintah Kota Surakarta menunjukkan sikap adaptif terhadap modernisasi dan perkembangan teknologi.

Untuk memudahkan pengunjung asing atau turis, beberapa deskripsi koleksi Museum disajikan dalam dua bahasa, yakni Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia. Tapi sayang, beberapa di antaranya belum dilengkapi bahasa Inggrisnya.

Beberapa *QR Barcode* tersedia di beberapa titik lokasi untuk dipindai. Setiap *QR Barcode* merepresentasikan koleksi benda sesuai posisi. Pengunjung akan diarahkan ke *Google Drive* untuk mengetahui deskripsi benda dalam bentuk gambar dan gambar bersuara. Inovasi tersebut cukup membantu para penyandang tunanetra.

Beberapa buklet yang tersedia dalam berbagai bentuk, ukuran, dan tampilan dilengkapi dengan *QR Barcode.* Lebih lagi, buklet yang tersedia juga memberikan informasi wisata di Kota Solo secara lengkap dan menarik, disertai dengan informasi denah dan peta. Sebuah usaha untuk mendukung pariwisata di Kota Surakarta untuk maju bersama.

Bentuk digitalisasi museum terakhir adalah keberadaan sponsor dalam memberikan layanan layar LED (*Light Emitting Diode*) yang terpampang pada beberapa titik lokasi tertentu. Tidak hanya itu, koleksi manuskrip juga dapat diakses pada *e-RAKA DIMAS*. Laman khusus museum dalam *https://radyapustaka.id/en/museum-radya-pustaka/* juga dapat diakses beserta deskripsi, koleksi, dan berbagai video. Kemudahan untuk mengakses secara daring memberikan



Pengelupasan di salah satu titik museum
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)



Penataan Arca di Sisi Museum
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

kenyamanan dan efektivitas bagi para pengunjung. Jika gencar dan konsisten untuk dipromosikan, maka tidak heran Museum Radya Pustaka mampu menjadi destinasi favorit di tingkat kota hingga internasional.

Berbenah untuk Amanah

Keberadaan koleksi benda di Museum Radya Pustaka sangat baik meski sudah berumur ratusan tahun. Sekalipun demikian, keberadaan museum sendiri agak memprihatinkan. Bangunan yang dahulu dikenal sebagai Loji Kadipolo milik Yohanes Buselaar mengalami pengelupasan dinding dan kebocoran di beberapa titik.

Museum perlu menyasar Generasi Milenial hingga Generasi Z dengan promosi aktif termasuk pemasaran digital agar bisa bersaing dengan tempat lain yang lebih atraktif bagi semua kalangan. Tak lupa, Museum perlu terus membenahi fisik bangunan, penataan arca pada ruangan yang jauh lebih layak, penyediaan pramuwisata, serta meningkatkan estetika penyajian.

"Walau Usang Jangan Sampai Hilang" merupakan slogan yang tepat untuk mempertahankan Museum Radya Pustaka. Menyandang sebuah titel sebagai museum pertama di Indonesia, menjadi pembeda dengan museum lainnya. Bertahan di tengah destinasi wisata lainnya yang tak kalah indah, juga terlihat megah. Karena itu pengelola terus berbenah, memenuhi ekspektasi kata "Amanah."

Daftar Pustaka:

Akvirtual.id. (2021). *Radya Pustaka Virtual 360*. Radyapustaka. Id. https://akvirtual.id/view/radyapustaka/pameran-2021-ruang-1

RadyaPustaka.id. (2021). *Welcome to Museum Radya Pustaka*. Museum Radya Pustaka. https://radyapustaka.id/en/museum-radya-pustaka/

Suprapto. (2020). *Museum Radya Pustaka Surakarta*. Berita Internasional Voice of Indonesia. https://voinews.id/indonesian/index.php/berita-internasional/item/19401-museum-radya-pustaka-surakarta

Ramah Publik Untuk Wisatawan Difabel Melalui Inovasi Digital.

Penulis Herdin Muhtarom
(Mahasiswa Pendidikan Sejarah, Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka)



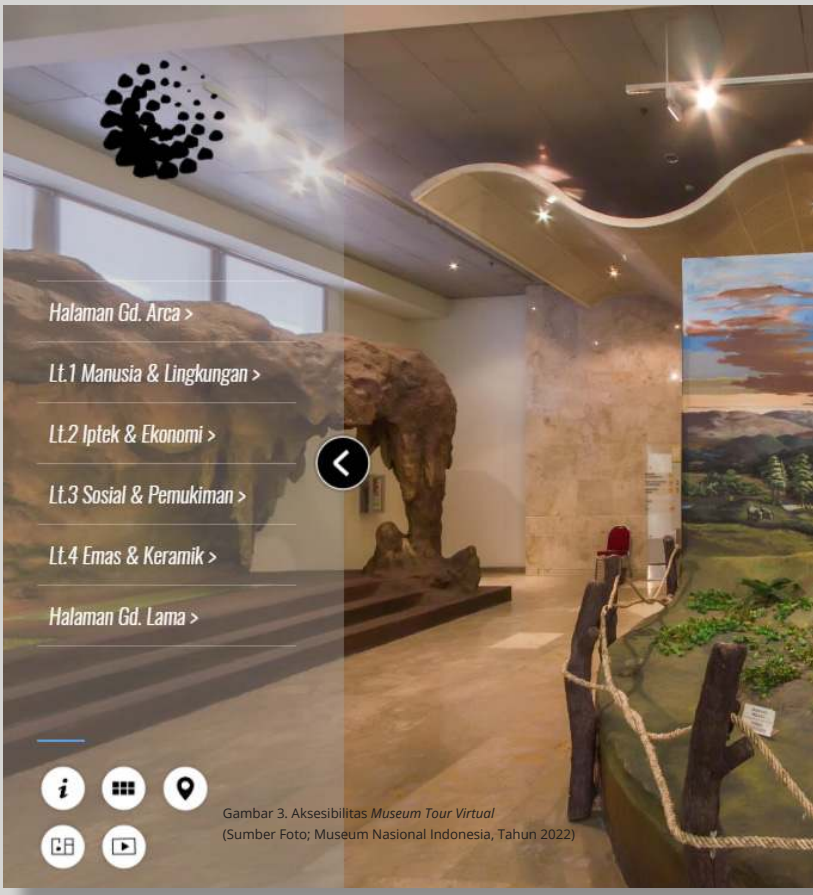




Gambar 1 . Aksesibilitas *Museum Tour Virtual* Terhadap Koleksi Museum
(Sumber Foto; Museum Nasional Indonesia, Tahun 2022)

Berbicara tentang museum, seluruh lapisan masyarakat Indonesia tentunya tahu dengan museum yang memiliki ciri khas dan fungsi untuk melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasinya kepada masyarakat. Namun, perkembangan zaman banyak masyarakat yang kurang tertarik untuk berkunjung ke museum. Museum adalah tempat wisata yang mengajarkan kita akan sejarah dari berbagai macam bidang tetapi sebagian masyarakat kurang tertarik untuk mengunjungi museum (Andika & Hidayat, 2021). Problematika tersebut yang perlu di atasi melalui berbagai cara untuk mengembalikan fungsi museum sebagai alat komunikasi untuk masyarakat.

Perkembangan zaman yang membawa ke sebuah peradaban digital memberikan peluang terhadap proses meningkatkan aksesibilitas terhadap kehidupan masyarakat. Banyak masyarakat Indonesia yang sudah memahami terkait peradaban digital yang memberikan dampak terhadap kemudahaan dalam memberikan sebuah informasi mengenai berbagai hal. Pemerintah mengembangkan berbagai inovasi terutama dalam membangun museum yang ramah terhadap publik dengan memanfaatkan digital. Pengembangan inovasi digital terhadap museum untuk mengatasi problematika yang terjadi karena masyarakat Indonesia kurang berminat untuk berkunjung



Gambar 3. Aksesibilitas *Museum Tour Virtual*
(Sumber Foto; Museum Nasional Indonesia, Tahun 2022)

ke museum. Dengan meninjau permasalahan tersebut, Pemerintah maupun institusi terkait melakukan inovasi terhadap museum, sehingga dapat membentuk museum kekinian yang memiliki inovasi digital dan dapat memberikan kemudahaan publik untuk mendapatkan informasi mengenai museum melalui pemanfaatan inovasi digital.

Namun, tentunya dalam memberikan sebuah inovasi terhadap pelayanan publik terutama dalam meningkatkan partisipasi dan kemudahan aksesibilitas dalam pelayanan museum perlu di perhatikan terutama dalam kesetaraan aksesibilitas yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan difabel. Aksesibilitas perlu ditingkatkan secara bertahap yang diharapkan dapat menarik minat difabel untuk berkunjung ke museum (Kusumaningrum, 2018). Dengan mengembangkan inovasi aksesibilitas dalam pelayanan publik terutama untuk wisatawan difabel melalui pemanfaatan inovasi digital akan memberikan peningkatan kunjungan wisatawan karena aksesibilitas yang digunakan sangat memudahkan wisatawan untuk memahami informasi yang di dapatkan melalui kunjungan museum melalui inovasi digital. Dengan memberikan sebuah inovasi digital yang ramah digunakan seluruh lapisan masyarakat akan terciptanya peningkatan kunjungan wisatawan terhadap museum. Serta untuk kemajuan pendidikan terutama terhadap peserta didik dapat membentuk karakter pelajar pancasila melalui pembelajaran sejarah dengan memanfaatkan museum ramah publik tersebut. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud)

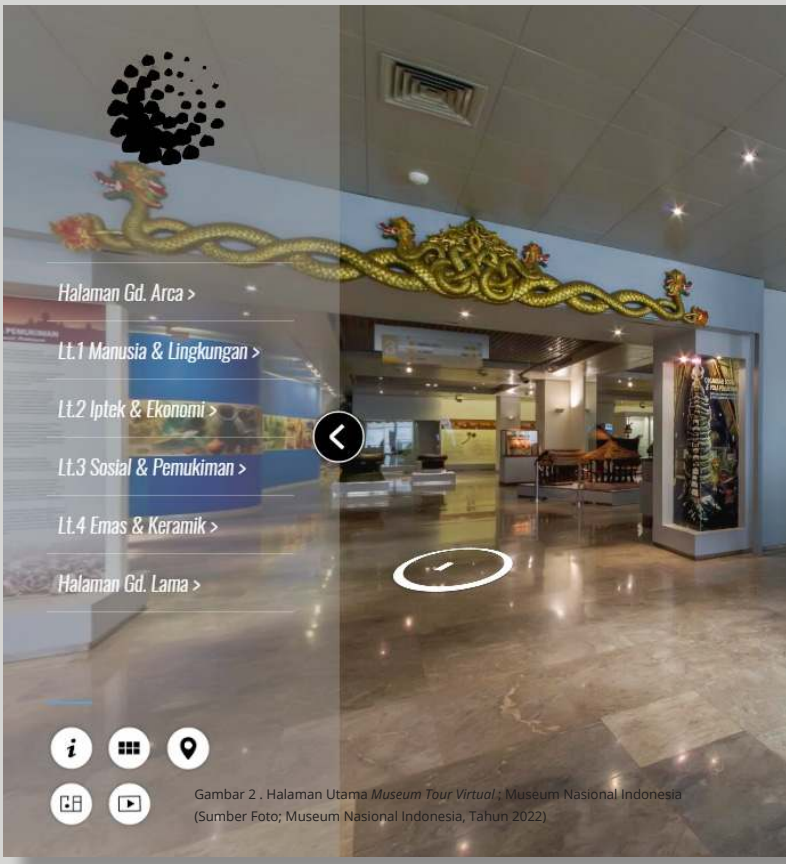


Nadiem Anwar Makarim mengatakan bahwa penguatan pendidikan karakter peserta didik dapat diwujudkan melalui berbagai kebijakan Kemendikbud yang berpusat pada upaya mewujudkan Pelajar Pancasila (Ismail et al., 2021). Pemanfaatan museum dalam membentuk karakter pelajar pancasila terutama untuk wisatawan yang masih berstatuskan pelajar dapat menjadi kontribusi konkret. Dengan memberikan aksesibilitas pelayanan publik yang memiliki inovasi digital dan memberikan kemudahaan serta menciptakan museum ramah publik untuk wisatawan difabel.

Dengan menerapkan sebuah inovasi digital dalam pengembangan museum perlu diperhatikan terkait kebijakan yang akan di implementasikan terutama berkaitan dengan pelayanan aksesibilitas yang diterapkan di dalam museum. Dengan menerapkan pengembangan inovasi di dalam museum terutama dalam inovasi digital serta inovasi aksesibilitas layanan publik dapat terciptanya museum ramah publik.

Aksesibilitas Museum Ramah Publik

Dalam mengembangkan sebuah inovasi digital perlu memahami mengenai aksesibilitas yang akan diterapkan sehingga inovasi yang dikembangkan dapat digunakan dengan mudah oleh elemen masyarakat secara umum tanpa terkecuali. Pengembangan aksesibilitas melalui pemanfaatan digital menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan terutama di era



Gambar 2 . Halaman Utama *Museum Tour Virtual* ; Museum Nasional Indonesia
(Sumber Foto; Museum Nasional Indonesia, Tahun 2022)

peradaban digital saat ini. Pemaknaan aksesibilitas di sini ialah keterjangkauan pelayanan publik bagi penyandang disabilitas, yang mencakup bahasa pelayanan, sikap dan kualitas penerimaan (Syafi, 2014). Pengembangan aksesibilitas perlu diperhatikan sehingga seluruh elemen masyarakat dapat memanfaatkan mengenai fungsinya dan dapat memberikan kemudahaan pelayanannya. Salah satu yang perlu dikembangkan dalam sebuah inovasi digital yang berbasiskan aksesibilitas dalam proses pengembangannya yaitu dalam museum di Indonesia. Museum di Indonesia perlu adanya proses inovasi digital dengan mengedepankan terhadap asas aksesibilitas sehingga seluruh wisatawan yang akan berkunjung ke museum dapat memanfaatkan segala fasilitas yang tersedia serta dapat memahami sebuah informasi yang di dapatkan dalam museum sehingga tidak adanya lagi diskriminasi yang dirasakan oleh wisatawan yang disebabkan karena kurangnya akses aksesibilitas yang memadai.

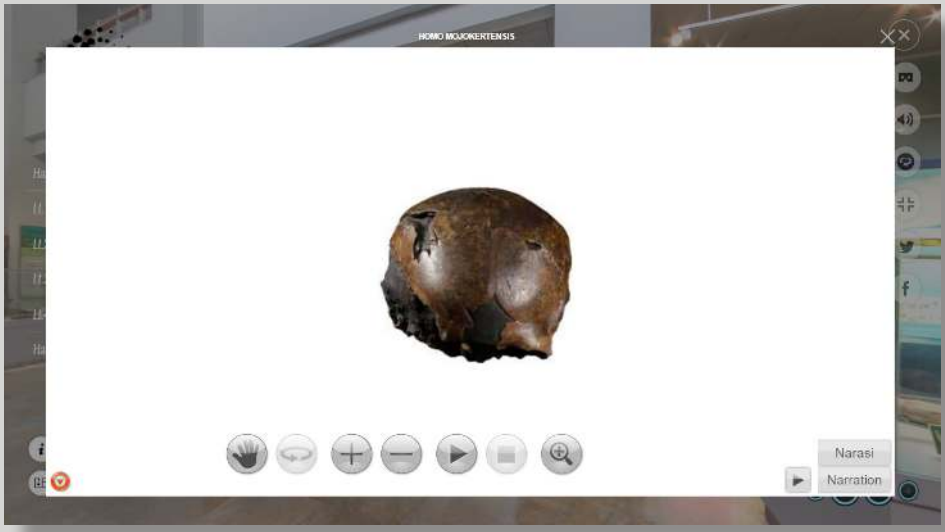
Dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pelayanan publik yang di implementasikan dalam museum, sehingga dapat mewujudkan museum kekinian yang berbasiskan terhadap aksesibilitas dalam fasilitas museum. Dengan memanfaatkan hal tersebut, museum di Indonesia dapat memiliki gelar yaitu museum ramah publik yang bisa menjadi suatu anugerah untuk Museum di Indonesia karena memanfaatkan teknologi sebagai sarana edukatif



dan untuk memberikan kemudahaan aksesibillitas terhadap wisatawan difabel yang akan berkunjung ke museum. Dengan menerapkan hal tersebut, Indonesia akan menjadi Negara yang terintegritas dalam memberikan inovasi digital terhadap museum dengan mengembangkan Museum Ramah Publik yang berbasiskan asas aksesibilitas terhadap pelayanan publik.

Museum Ramah Publik Sebagai Citra Museum Kekinian Di Era Digital

Indonesia sudah memanfaatkan Inovasi digital terhadap museum berbasiskan aksesibilitas terhadap pelayanan publik di Museum. Salah satunya terdapat di Museum Nasional Indonesia yang sudah menerapkan sistem aksesibilitas dengan memanfaatkan digital sebagai media untuk memberikan pelayanan terhadap publik. Museum Nasional Indonesia menciptakan Museum Ramah Publik dengan inovasi yang dibuat dengan program Museum *Tour Virtual.* Museum memberikan layanan *Virtual tour Museum*. Salah satu contohnya yaitu Museum Nasional Indonesia yang memberikan layanan melihat lokasi museum dengan view 360o dan bisa dilakukan dimanapun dengan catatan koneksi internet yang bagus. Dalam layanan tesebut kita akan melihat benda-benda peninggalan sejarah yang dilengkapi dengan penjelasan (Wibowo Hadi et al., 2020).



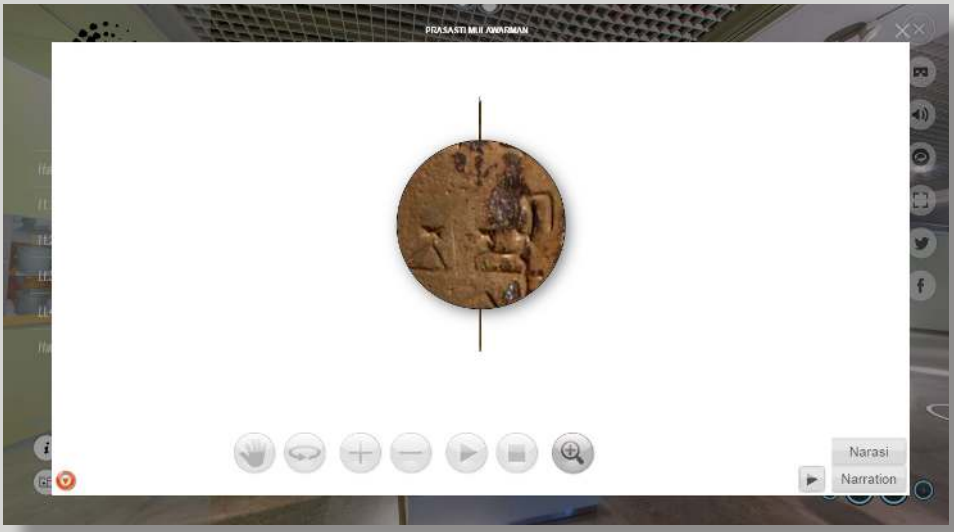
Gambar 4 . Aksesibilitas *Museum Tour Virtual* Terhadap Koleksi Museum
(Sumber Foto; Museum Nasional Indonesia, Tahun 2022)

Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan dengan memanfaatkan digital sebagai sarana inovatif untuk memberikan kemudahaan dalam pelayanan publik yang dilakukan oleh Museum Nasional Indonesia bisa menjadi salah satu citra museum kekinian yang terdapat di era digital. Hal menarik yang diterapkan dalam aksesibilitas dalam museum nasional Indonesia yaitu dengan memberikan kemudahaan dalam memberikan pelayanan terhadap seluruh wisatawan. Karena Museum Nasional Indonesia menerapkan aksesibilitas yang berbasiskan audio maupun visual sehingga hal tersebut dapat memberikan kemudahaan dalam memberikan informasi yang akan di sampaikan. Hal tersebut juga memberikan inovatif dalam memanfaatkan digital sebagai media penunjang.

Salah satu aksesibilitas yang terdapat di dalam museum *Tour Virtual* yang dimiliki oleh Museum Nasional Indonesia terutama memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan informasi terhadap publik dengan jangkauan digital sehingga hal tersebut akan memberikan dampak terhadap peningkatan kunjungan museum, dikarenakan museum telah melakukan sebuah inovasi dalam memperkenalkan koleksinya dengan pemanfaatan digital. Hal menarik yang terdapat di *museum tour virtual* ini juga terdapat fasilitas aksesibilitas yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan difabel yaitu berupa aksesbilitas audio dan visual sehingga hal tersebut dapat digunakan untuk wisatawan difabel yang kesulitan dalam melihat dan mendengar sebuah informasi yang disampaikan oleh *Tour Guide.*

Namun dengan menfaatkan inovasi digital dalam pelayanan publik di dalam museum. Hal tersebut memberikan sebuah solusi dalam perkembangan zaman sehingga pemanfaatan teknologi dapat memberikan dampak positif terhadap seluruh elemen wisatawan yang akan berkunjung ke museum.

Banyak sekali aksesibilitas yang dapat



Gambar 5 . Aksesibilitas *Museum Tour Virtual* Terhadap Koleksi Museum
(Sumber Foto; Museum Nasional Indonesia, Tahun 2022)

dimanfaatkan oleh para wisatawan tanpa terkecuali. Hal ini menunjukan bahwa dengan memanfaatkan inovasi digital dapat memberikan kemudahan dalam memberikan sebuah informasi terhadap pelayanan publik. Pelayanan publik harus dapat memberikan aksesibilitas yang sama sehingga tidak adanya diskriminasi yang dirasakan oleh masyarakat.

Dengan demikian, dengan memanfaatkan inovasi digital dapat memberikan sebuah inovasi terhadap museum kekinian dengan mengembangkan museum ramah publik yang dapat memberikan pelayanan publik secara maksimal dengan memberikan sebuah aksesibilitas yang dapat memberikan kemudahan terutama untuk para wisatawan difabel. Melalui hal tersebut, seluruh elemen masyarakat dapat memanfaatkan museum sebagai sumber pengetahuan untuk memberikan sarana edukatif dan rekreatif. Dan akan terciptanya museum ramah publik yang memanfaatkan inovasi digital sebagai sarana aksesibilitas dalam pelayanan publik di museum Indonesia.

Daftar Pustaka

Andika, Z. R., & Hidayat, D. (2021). Perancangan Aplikasi Untuk Museum Nasional Sejarah Alam Indonesia (Munasain). *E-Proceeding of Art & Design*, *8*(2), 69–81. https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/14433

Ismail, S., Suhana, S., & Zakiah, Q. Y. (2021). Analisis Kebijakan Penguatan Pendidikan Karakter dalam Mewujudkan Pelajar Pancasila di Sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan …*, *2*(1), 76–84.

Kusumaningrum, H. (2018). Kajian Kebutuhan Wisatawan Difabel Dalam Berwisata (Studi Kasus Museum Benteng Vredeburg). *Jurnal Kepariwisataan*, *12*(3), 33–44.

Syafi, M. (2014). BAGI PENYANDANG DISABILITAS. *Inklusi*, *1*(2), 269–290.

Wibowo Hadi, T. U. S., Maryuni, Y., Nurhasanah, A., & Willdianti, D. (2020). PEMANFAATAN VIRTUAL TOUR MUSEUM (VTM) DALAM PEMBELAJARAN SEJARAH DI MASA PANDEMI COVID-19o Title. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP*, *3*(1), 402–408.

Kemendikbudristek Luncurkan Tiga Museum Baru di Hari Museum Indonesia

Penulis Biro Kerja Sama dan Hubungan Masyarakat
Sekretariat Jenderal



Museum Situs Semedo

Bertepatan dengan Hari Museum Indonesia yang diperingati setiap 12 Oktober, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) melalui Direktorat Jenderal Kebudayaan meluncurkan tiga museum yang baru didirikan yaitu Museum Batik Indonesia di Jakarta, Museum Semedo di Tegal, dan Museum Song Terus di Pacitan. Peluncuran ketiga museum tersebut diselenggarakan secara bersamaan melalui teleconference dari tiga lokasi yang menandakan resmi dibuka untuk masyarakat umum.

"Selamat Hari Museum Indonesia, terutama kepada para pengelola museum yang berkontribusi sangat luar biasa", sambut Direktur Jenderal Kebudayaan, Hilmar Farid saat peluncuran ketiga museum dari Museum Batik Indonesia, di Jakarta. Dirjen Hilmar menyampaikan bahwa museum merupakan ruang publik yang terbuka bagi siapa saja yang ingin mengembangkan ilmu pengetahuan dan kebudayaan. Ia mengajak seluruh pihak, baik pemerintah, sekolah, komunitas, terlebih kepada generasi muda untuk bersama-sama berkegiatan di



Museum Batik



Museum Song Terus

museum. “Museum sejatinya adalah sumber ilmu pengetahuan, dan kita berharap anak-anak yang ada dan berdekatan di wilayah tersebut bisa menjadikan museum sebagai sumber belajar dan sumber inspirasi. Dan hendaknya ini semua menjadi penguat kita sebagai bangsa yang punya peradaban”, ungkap Hilmar.

Sejalan dengan tema Hari Museum Indonesia Tahun 2022 yaitu ‘Museum sebagai Sumber Inspirasi Bangsa”, pemerintah mengajak kembali seluruh masyarakat untuk semakin menghargai dan mengoptimalkan peran dalam pelestarian dan pemajuan kebudayaan. “Museum dapat menjadi sumber inspirasi, rumah peradaban, tempat tumbuh dan berkembangnya kemampuan berfikir serta kreatifitas masyarakat, pendorong tumbuhnya rasa bangga dan cinta tanah air, serta menjadi objek wisata yang mengedepankan unsur pendidikan



Penyerahan Plakat di Museum Batik Indonesia

dan pelestarian warisan budaya. Tentu yang tidak kalah pentingnya adalah menjadi pusat informasi dan dokumentasi warisan budaya bangsa," ucap Hilmar.

Pada kesempatan yang sama, Anggota Komisi X DPR RI, Abdul Fikri Faqih mengingatkan, bahwa masyarakat sekitar museum harus paham pentingnya museum. "Setidaknya ada tiga hal yang harus kita perhatikan, yaitu amenitas, aksesibiltas, dan atraksi, sehingga orang akan ramai mengunjungi museum-museum ini," ungkap Fikri. Sementara itu, Bupati Tegal, Umi Azizah menyambut baik dan mengapresiasi kebijakan Kemendikbudristek yang telah menghadirkan Museum Situs Semedo sebagai pusat informasi kepurbakalaan dan penelitian arkeologi sekaligus pelestarian kawasan cagar budaya Semedo. "Atas nama masyarakat dan Pemerintah Kabupaten Tegal, saya mengucapkan selamat atas dibukanya Museum Semedo ini dan terima kasih kepada jajaran Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dengan harapan kerja sama yang telah terbangun baik selama ini akan terus berkembang dan minat serta kecintaan masyarakat pada arkeologi juga terus meningkat", ucapnya. Umi Azizah juga menyampaikan bahwa selain menjadi destinasi wisata edukasi unggulan Kabupaten Tegal, keberadaan Museum Semedo ini menjadi peluang bagi warga Semedo dan sekitarnya untuk mendorong peningkatan perekonomian setempat melalui aktivitas seni budayanya sebagai sektor pendukung eksistensi situs Semedo. Bupati Pacitan,



Penyerahan Plakat di Museum Semedo



Penyerahan Plakat Ke Bapak Turmudi
Kepala DISPARBUDPORA (1)

Indrata Nur Bayuaji berharap masyarakat dapat memanfaatkan keberadaan Museum Song Terus, di Kabupaten Pacitan. “Kami berharap Bapak dan Ibu semua dapat mengunjungi Museum Song Terus dan museum lainnya, dan dapat merasakan pengalaman langsung Museum ini”, ungkap Indra.

Tiga Museum Baru di Indonesia

Museum Batik Indonesia, Museum Semedo, dan Museum Song Terus merupakan tiga dari sebelas museum yang dibangun sejak 2010 hingga 2022. Pembangunan ketiga museum ini merupakan bentuk upaya pelindungan, pemanfaatan, dan pelestarian kebudayaan oleh pemerintah melalui Kemendikbudristek. Selanjutnya ketiga museum ini akan berada dibawah pengelolaan Badan Layanan Umum (BLU) Museum dan Cagar Budaya, Ditjen Kebudayaan, Kemendikbudristek.

Museum Batik Indonesia, terletak di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Jakarta Timur, didirikan sebagai tindak lanjut



Kunjungan ke Museum Batik Indonesia

dari pencatatan Batik Indonesia ke dalam UNESCO Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity pada tanggal 2 Oktober 2009. Museum ini didirikan sebagai tempat pewarisan pengetahuan sekaligus budaya batik yang merupakan salah satu identitas bangsa Indonesia.

Museum Batik Indonesia menyajikan informasi mengenai sejarah batik di Indonesia, beragam koleksi kain batik dari berbagai wilayah di Indonesia, informasi teknik pembuatan batik, pemanfaatan batik baik secara tradisional maupun perkembangannya, hingga tokoh-tokoh yang berperan dalam dunia batik.

Selanjutnya, Museum Semedo terletak di lereng jajaran Pegunungan Serayu tepatnya di ujung Desa Semedo, Kecamatan Kedungbanteng, Kabupaten Tegal. Penemuan sisa manusia purba, fosil flora fauna, dan berbagai artefak batu serta artefak tulang pada Kawasan Cagar Budaya Semedo mendorong Kemendikbudristek membangun sarana pelestarian cagar budaya, sarana edukasi, dan rekreasi bagi masyarakat dalam bentuk sebuah museum.

Bangunan Museum Semedo dilengkapi dengan landmark berupa monumen gading, patung gajah purba jenis Stegodon, dan penggambaran evolusi manusia purba sebagai ikon dari Kawasan Cagar Budaya Semedo. Museum Semedo didirikan untuk melestarikan tinggalan kehidupan manusia purba, mempublikasikan hasil penelitian, serta memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai nilai penting Semedo sebagai salah satu situs arkeologi dan situs manusia purba terkemuka. Museum Semedo menyajikan koleksi temuan spesimen Semedo 1, artefak tinggalan manusia purba jenis Homo Erectus, serta berbagai jenis fosil fauna purba sebagai bukti kehidupan pada Kala Pleistosen di Semedo.

Sementara itu, Museum Song Terus terletak di Dusun Weru, Desa Wareng, Kec. Punung, Kab. Pacitan, Jawa Timur. Penemuan fosil manusia prasejarah, fosil flora fauna, dan berbagai alat batu pada Kawasan Situs prasejarah Gunung Sewu yang sebagian besar ditemukan dalam gua-gua hunian prasejarah menjadi alasan utama pentingnya didirikan museum di kawasan ini.



Kunjungan ke Tata Pamer Museum Semedo



Tata Pamer Song Terus

Kehadiran Museum Song Terus diharapkan dapat menjadi tempat untuk melestarikan tinggalan budaya prasejarah dari Kawasan Gunung Sewu dan juga sebagai wadah penelitian dan publikasi hasil penelitian Kawasan Gunung Sewu kepada masyarakat. Museum Song Terus menyajikan berbagai koleksi tinggalan budaya prasejarah yang ada di Kawasan Gunung Sewu sejak masa Pleistosen Tengah hingga Holosen atau lebih kurang 350.000 hingga 5.000 tahun yang lalu, beserta bukti-bukti lingkungan alam pada masa tersebut.



STAY TUNE ON
KATA BUDAYA, KATA SIAPA? PODCAST

Direktorat Pelindungan Kebudayaan

Podcast Kata Budaya, Kata Siapa?
merupakan media penyebarluasan informasi Direktorat Pelindungan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kemdikbudristek RI yang akan membahas berbagai informasi mengenai Cagar Budaya dan Objek Pemajuan Kebudayaan melalui Kanal Youtube Pelindungan Kebudayaan.



DITERBITKAN OLEH
Direktorat Pelindungan Kebudayaan
Direktorat Jenderal Kebudayaan
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
Komplek Kemendikbudristek, Gedung E Lantai 11
Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telp/Fax (021) 5725048, 5725531

@LindungiBudaya
Pelindungan Kebudayaan