



**Modul Bimbingan Teknis  
Bidang Permuseum  
Tingkat Dasar**

**BUKU 4**

**MUSEUM DAN PENDIDIKAN**

2  
)

**Koordinator Kegiatan:** R. Tjahjopurnomo

**Tim Penulis:**

Ketua : Luthfi Asiarto

Anggota:

1. Ali Akbar
2. Dian Sulistyowati

**Penyelaras Akhir:** Agus Aris Munandar

Diterbitkan oleh:

Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman

Direktorat Jenderal Kebudayaan

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Jakarta,

cetakan pertama, 2012

ISBN 978-979-8250-45-3

**PERPUSTAKAAN**  
DIREKTORAT PENINGGALAN PURBAKALA  
DIREKTORAT JENDERAL SEJARAH DAN PURBAKALA  
DEPARTEMEN KEBUDAYAAN DAN PARTISIPASI

069.52  
IND  
m

**PERPUSTAKAAN**  
DIREKTORAT PENINGGALAN PURBAKALA  
Nomor Induk : 12257  
Tanggal : 22 JUL 2013

**BUKU 4**  
**MUSEUM**  
**DAN PENDIDIKAN**



Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman  
Direktorat Jenderal Kebudayaan  
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

## KATA PENGANTAR

Pengertian museum mulai dirumuskan pada 1980 di Kanada. Dalam perkembangannya, pengertian museum mengalami beberapa kali perubahan atau penyesuaian. Namun ada dua kata yang tidak dapat dielakkan, karena selalu dikaitkan dengan pengertian museum. Kedua kata itu adalah masyarakat dan pendidikan. Museum dibuka untuk dikunjungi oleh masyarakat. Pengunjung yang datang ke museum diharapkan dapat memperoleh pengetahuan melalui proses pendidikan. Museum dan Pendidikan jelas memiliki keterkaitan erat sebagaimana tergambar dari modul ini.

Modul ini disusun agar para peserta bimbingan teknis bidang permuseuman tingkat dasar memahami istilah museum dan pendidikan. Museum merupakan salah satu lembaga pendidikan informal. Sejak dulu museum digunakan sebagai tempat berkumpul para cendekiawan, tempat penelitian, kuliah, dan perpustakaan. Bahkan menurut definisi terakhir, museum berfungsi di bidang pendidikan, penelitian, dan hiburan, Jadi museum diharapkan akan menjadi tempat pendidikan sekaligus penelitian yang menyenangkan masyarakat penggunanya. Apalagi museum sejak lama dicanangkan menjadi lembaga yang bersifat kultural edukatif.

Dewasa ini museum mulai mengembangkan konsep *edutainment*, istilah yang mengacu kepada *education* (pendidikan) dan *entertainment* (hiburan). Pendidikan dan hiburan dalam hal ini muncul sebagai hubungan simbiotik yang unik di dalam museum. Berbagai konsep, metode, dan teori tentang pendidikan, pengunjung, dan museum diuraikan dalam modul ini. Begitu pula macam-macam kegiatan edukasi. Salah satu cara untuk mendukung museum dan dunia pendidikan adalah melalui publikasi. Ada berbagai jenis publikasi yang dapat dikembangkan, baik publikasi tercetak maupun publikasi noncetak. Semuanya juga diuraikan dalam modul ini.

Tim penulis berharap Modul 4 tentang Museum dan Pendidikan ini dapat menjadi referensi awal bagi peserta bimbingan teknis permuseuman untuk semua tingkat. Memang modul ini belum sempurna, masih ada kekurangan di sana sini. Untuk itu masukan dari para pembaca modul, sangat kami harapkan. Akhirnya, selamat menikmati modul ini.

Jakarta, September 2012  
Tim Penulis

## SAMBUTAN

Permasalahan sumber daya manusia akan senantiasa aktual apabila kita berbicara mengenai dunia permuseuman dewasa ini. Terlebih pada era informasi ini, di mana museum dituntut untuk selalu mengedepankan pelayanannya kepada masyarakat melalui berbagai aktifitas pendidikannya. Dengan kata lain penyelenggaraan dan pengelolaan museum itu harus dilakukan dengan kesungguhan hati, karena pendirian sebuah museum harus dimaknai untuk menjunjung tinggi nilai-nilai sejarah, budaya, dan ilmu pengetahuan.

Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman selaku Pembina di bidang permuseuman menyadari sepenuhnya permasalahan tersebut dan berbagai solusi telah dilakukan, antara lain dengan menyelenggarakan kegiatan Peningkatan Kemampuan dan Keterampilan Tenaga Museum dan terbitan-terbitan bidang permuseuman. Buku Modul Bimbingan Teknis Bidang Permuseuman Tingkat Dasar yang terdiri atas empat buku modul ini, diharapkan dapat dijadikan referensi oleh peserta Bimbingan Teknis Bidang Permuseuman Tingkat Dasar dan juga bagi fasilitatornya.

Atas diterbitkannya Buku Modul Bimbingan Teknis Bidang Permuseuman Tingkat Dasar ini, tak lupa kami mengucapkan rasa terima kasih kepada Tim Penulis, khususnya kepada Agus Aris Munandar, yang telah bersedia menjadi Penyelaras Akhir buku modul ini. Semoga ada manfaatnya bagi pengembangan permuseuman Indonesia.

Jakarta, September 2012



Surya Helmi  
Direktur Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman

## DAFTAR ISI

|                |  |
|----------------|--|
| Kata Pengantar |  |
| Sambutan       |  |
| Daftar Bagan   |  |
| Daftar Foto    |  |
| Daftar Gambar  |  |

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>                          | 8  |
| 1.1 Deskripsi Singkat                              | 9  |
| 1.2 Manfaat Bahan Ajar                             | 9  |
| 1.3 Tujuan Pembelajaran                            | 9  |
| 1.4 Materi Pokok dan Submateri Pokok               | 9  |
| 1.5 Petunjuk Bahan Ajar                            | 10 |
| <b>BAB II. PENGERTIAN DAN BATASAN</b>              | 11 |
| 2.1 Pengertian dan Fungsi Museum                   | 11 |
| 2.2 Pendidikan di Museum                           | 15 |
| 2.3 Teori Pendidikan di Museum                     | 18 |
| 2.4 Empat Pilar Pendidikan di Abad ke-21 di Museum | 21 |
| 2.5 Pendidik di Museum                             | 28 |
| Rangkuman                                          | 31 |
| Latihan                                            | 31 |
| Bahan Pendalaman                                   | 31 |
| <b>BAB III. PENGUNJUNG MUSEUM</b>                  | 32 |
| 3.1 Pengunjung Berdasarkan Kondisi Geografi        | 43 |
| 3.2 Pengunjung Berdasarkan Kondisi Demografi       | 45 |
| 3.3 Pengunjung Berdasarkan Kondisi Psikografi      | 50 |
| 3.4 Pengunjung Berdasarkan Perilaku                | 51 |
| Rangkuman                                          | 53 |
| Latihan                                            | 53 |
| Bahan Pendalaman                                   | 53 |

|                                                   |           |
|---------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB IV. MACAM-MACAM KEGIATAN EDUKASI .....</b> | <b>54</b> |
| 4.1 Bimbingan Keliling Museum.....                | 55        |
| 4.2 Ceramah dan Diskusi.....                      | 57        |
| 4.3 Kegiatan Pemutaran Film atau VCD .....        | 58        |
| 4.4 Kegiatan Bimbingan Karya Tulis.....           | 59        |
| 4.5 Kegiatan Museum Keliling.....                 | 59        |
| Rangkuman .....                                   | 60        |
| Latihan .....                                     | 61        |
| Bahan Pendalaman .....                            | 61        |
| <b>BAB V. PUBLIKASI.....</b>                      | <b>62</b> |
| 5.1 Pengertian Publikasi di Museum .....          | 62        |
| 5.2 Jenis-jenis Publikasi di Museum.....          | 64        |
| Rangkuman .....                                   | 83        |
| Latihan .....                                     | 83        |
| Bahan Pendalaman .....                            | 84        |
| <b>BAB VI. PENUTUP .....</b>                      | <b>85</b> |
| <b>PUSTAKA ACUAN.....</b>                         | <b>86</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar. 2.1 Berlin naturkundemuseum;(b) Ritratto Museo Ferante Imperato .... | 12 |
| Gambar 2.2 Pergeseran fungsi museum .....                                    | 14 |
| Gambar 2.3 Fungsi komunikasi di museum .....                                 | 15 |
| Gambar 2.4 Teori Pengetahuan .....                                           | 19 |
| Gambar 2.5 Teori Belajar .....                                               | 20 |
| Gambar 2.6 Brosur pameran Field to Factory .....                             | 28 |
| Gambar 2.6b Logo dari African American Museum .....                          | 28 |
| Gambar 2.7 Struktur organisasi berdasarkan fungsi .....                      | 29 |
| Gambar 5.1 Contoh brosur dari Norwich Castle Museum and Art Gallery .....    | 65 |



|             |                                                                                              |    |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 5.2  | Brosur National Museum of Singapore .....                                                    | 66 |
| Gambar 5.3  | Contoh pamflet di Cartoon Museum (London, Inggris) .....                                     | 67 |
| Gambar 5.4  | Contoh leaflet yang diunduh dari euromuse.net .....                                          | 68 |
| Gambar 5.5  | Katalog Pameran <i>Archaeology</i> .....                                                     | 70 |
| Gambar 5.6  | Katalog Pameran Koleksi dan Lukisan “Gubernur Jenderal dan Tokoh VOC di Batavia” .....       | 70 |
| Gambar 5.7  | Contoh <i>booklet</i> yang dikeluarkan oleh <i>Musee Heritage Museum</i> .....               | 71 |
| Gambar 5.9  | Label Museum Ullen Sentalu dan Museum of Modern Art (MOMA) pada salah satu cenderamata ..... | 74 |
| Gambar 5.10 | Contoh Majalah Museum .....                                                                  | 78 |
| Gambar 5.11 | Contoh Buletin Museum .....                                                                  | 79 |
| Gambar 5.13 | Halaman muka <i>website</i> Museum Ullen Sentalu .....                                       | 82 |

## DAFTAR FOTO

|          |                                                                                         |    |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Foto 2.1 | Anak-anak berkebutuhan khusus mengunjungi Museum Nasional .....                         | 23 |
| Foto 2.2 | Pengunjung mewarnai batik dalam acara “Colouring Your Holiday” di Museum Nasional ..... | 24 |
| Foto 2.3 | Pengunjung anak-anak mencoba memainkan angklung di Museum Nasional .....                | 25 |
| Foto 2.4 | Kegiatan partisipasi aktif di museum .....                                              | 26 |
| Foto 2.5 | Peran tenaga pendidik di museum .....                                                   | 30 |
| Foto 3.1 | Pekerja kantor mengisi waktu libur di museum .....                                      | 33 |
| Foto 3.2 | Tipe pengunjung individu .....                                                          | 35 |
| Foto 3.3 | Tipe pengunjung dewasa .....                                                            | 36 |
| Foto 3.4 | Tipe pengunjung keluarga .....                                                          | 37 |
| Foto 3.5 | Bus rombongan pengunjung ke museum di Yogyakarta .....                                  | 44 |

|           |                                                    |    |
|-----------|----------------------------------------------------|----|
| Foto 3.6  | Pengunjung museum usia 5 tahun ke bawah .....      | 46 |
| Foto 3.7  | Pengunjung museum usia 5-11 tahun .....            | 47 |
| Foto 3.8  | Pengunjung usia 12–19 tahun .....                  | 49 |
| Foto 3.9  | Pengunjung dari negara lain .....                  | 50 |
| Foto 3.10 | Komunitas fotografi di Museum Satria Mandala ..... | 51 |
| Foto 3.11 | Perilaku pengunjung museum yang berubah-ubah ..... | 52 |
| Foto 4.1  | Kegiatan bimbingan keliling .....                  | 56 |
| Foto 4.2  | Kegiatan Ceramah/Diskusi dengan acara khusus ..... | 57 |
| Foto 4.3  | Kegiatan pemutaran film/VCD .....                  | 58 |
| Foto 4.4  | Kegiatan Museum Keliling .....                     | 60 |

## DAFTAR BAGAN

|           |                                                                                          |    |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Bagan 2.1 | Pergeseran fungsi museum .....                                                           | 12 |
| Bagan 2.2 | Pemanfaatan Koleksi Museum.....                                                          | 17 |
| Bagan 2   | Struktur organisasi berdasarkan fungsi .....                                             | 29 |
| Bagan 41  | Kerja Sama Museum dengan Dunia Pendidikan dalam Merancang Program Kegiatan Edukasi ..... | 55 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

Dalam sebuah pertemuan internasional di Kanada, 1980, para ahli museum mencoba merumuskan pengertian museum. Berdasarkan kesepakatan, akhirnya dirumuskan pengertian museum yang ternyata dalam perkembangannya mengalami beberapa perubahan atau penyesuaian. Sementara itu, sebagian ahli juga mencoba merumuskan pengertian museum menurut sudut pandang tertentu. Demikian pula halnya dengan negara yang mencoba membuat definisi museum sesuai dengan dinamika di negara masing-masing. Tidaklah mengherankan kiranya jika terdapat beberapa pengertian museum.

Kendati terdapat beberapa pengertian museum, namun sedikitnya ada dua kata yang umumnya selalu dikaitkan dengan pengertian museum, yakni masyarakat dan pendidikan. Museum dibuka untuk dikunjungi orang dan pengunjung yang datang diharapkan dapat memperoleh pengetahuan melalui proses pendidikan yang dilakukan di museum. *International Council of Museum (ICOM)*, misalnya, menyebutkan dalam *website* resminya ([www.icom.org](http://www.icom.org)):

*A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.*

Pengertian museum oleh ICOM di atas menyebutkan bahwa museum adalah lembaga *non-profit* (nirlaba) yang bersifat permanen yang melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang bertugas untuk mengumpulkan, melestarikan, meneliti, mengomunikasikan, dan memamerkan warisan sejarah kemanusiaan yang berwujud benda dan tak-benda beserta lingkungannya, untuk tujuan pendidikan, penelitian, dan hiburan.

Museum tentu harus siap dengan kehadiran pengunjung dan siap pula melakukan proses pembelajaran. Perlu ditegaskan bahwa salah satu bentuk pelayanan museum (*museum service*) adalah memberikan pembelajaran kepada pengunjung. Oleh karena itu, diperlukan suatu pengetahuan mengenai museum dan pendidikan yang disusun secara sistematis dalam bentuk modul agar memudahkan penyampaian dan pemahamannya. Modul ini merupakan bahan ajar yang disusun sebagai berikut:

### **1.1 Deskripsi Singkat**

Tugas dan fungsi museum dalam menyampaikan misi pendidikan

### **1.2 Manfaat Bahan Ajar**

Sebagai pegangan bagi peserta didik

### **1.3 Tujuan Pembelajaran**

- 1) Mengetahui dan memahami pengetahuan umum tentang peranan museum dalam pendidikan
- 2) Menerapkan pengetahuan umum tentang peranan museum dalam pendidikan

### **1.4 Materi Pokok dan Submateri Pokok**

#### **Bab 1 Pendahuluan**

- 1.1 Deskripsi Singkat
- 1.2 Manfaat Bahan Ajar
- 1.3 Tujuan Pembelajaran
- 1.4 Materi Pokok dan Submateri Pokok
- 1.5 Petunjuk Bahan Ajar

## **Bab 2 Pengertian dan Batasan**

- 2.1 Pengertian dan Fungsi Museum
- 2.2 Pendidikan di Museum
- 2.3 Teori Pendidikan di Museum
- 2.4 Empat Pilar Pendidikan di Abad ke-21
- 2.5 Pendidik di Museum

## **Bab 3. Pengunjung Museum**

- 3.1 Pengunjung Berdasarkan Kondisi Geografi
- 3.2 Pengunjung Berdasarkan Kondisi Demografi
- 3.3 Pengunjung Berdasarkan Kondisi Psikografi
- 3.4 Pengunjung Berdasarkan Perilaku

## **Bab 4. Macam-macam Kegiatan Edukasi**

- 4.1 Bimbingan Keliling Museum
- 4.2 Ceramah dan Diskusi
- 4.3 Kegiatan Pemutaran Film atau VCD
- 4.4 Kegiatan Bimbingan Karya Tulis
- 4.5 Kegiatan Museum Keliling

## **Bab 5. Publikasi**

- 5.1 Pengertian Publikasi di Museum
- 5.2 Jenis-jenis Publikasi di Museum

## **Bab 6. Penutup**

### **1.5 Petunjuk Bahan Ajar**

Modul ini dirancang untuk menjadi pegangan bagi peserta didik selama mengikuti pendidikan dan pelatihan. Materi Pokok dan Submateri Pokok disampaikan oleh pengajar atau pengisi materi yang dilanjutkan dengan melakukan tes kepada peserta didik. Tes dibuat untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta didik. Modul dilengkapi dengan sumber bacaan agar peserta didik dapat terus mendalami materi secara mandiri sesuai mengikuti pendidikan dan pelatihan.

## **BAB II**

### **PENGETIAN DAN BATASAN**

#### **2.1 Pengertian dan Fungsi Museum**

Museum merupakan salah satu lembaga pendidikan informal, dimana masyarakat dapat memperoleh nilai, sikap, keterampilan dan pengalaman belajar sepanjang usia. Jika ditilik dari akar kata museum, yaitu *mouseion*, sebuah kata yang berasal dari bahasa Latin, museum memiliki arti sebuah kuil atau tempat yang diperuntukkan bagi sembilan dewi Muses, anak-anak Dewa Zeus yang memiliki tugas untuk menghibur. *Mouseion* pada waktu itu juga digunakan sebagai tempat berkumpul para cendekiawan, tempat penelitian, kuliah, perpustakaan, dan lainnya (Murray, 1904; Moore, 1994; McLean, 1997).

Pada abad ke-17 dan 18, di Eropa muncul istilah *cabinet of curiosity*, yang mengacu kepada benda-benda hasil penggalian arkeologis maupun dari hasil perjalanan ke tempat-tempat baru yang dianggap unik. Istilah ini pun dikenal



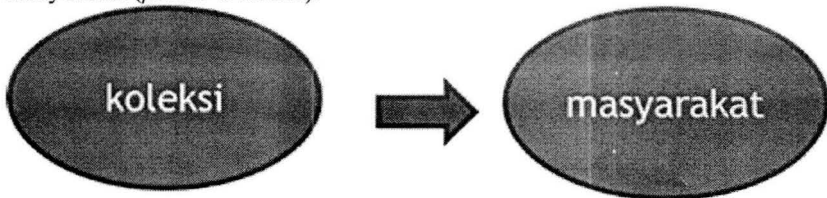
a



b

dengan nama lain, yaitu *wonder-rooms*, *wunderkammern* atau *kunstkammern*. Gambar 2.1. (a) Berlin naturkundemuseum; (b) *Ritratto Museo Ferante Imperato* (Sumber: <http://fineshellart.blogspot.com> dan [www.kellielaughman.com/2012/01/here-is-studio-project-that-followed\\_25.html?m=1](http://www.kellielaughman.com/2012/01/here-is-studio-project-that-followed_25.html?m=1))

Pertengahan abad ke-19, terjadi perubahan pada museum karena didorong oleh kebutuhan akan pengelolaan museum secara lebih serius. Hal ini pula yang kemudian melahirkan museologi (Magetsari, 2008). Pergeseran pusat perhatian museum baru terjadi pada 1960-an, ketika museum mulai menyadari bahwa mereka memiliki peranan di tengah-tengah masyarakat. Pusat perhatian museum pun mulai berubah, yang semula pada koleksi (*collection oriented*) beralih kepada masyarakat (*public oriented*).



Bagan 2.1 Pergeseran Fungsi Museum

Perkembangan selanjutnya, berbagai asosiasi museum yang dibentuk di berbagai negara memiliki definisi tersendiri mengenai museum, antara lain *The Museum Association* (Inggris) yang memberi definisi museum melalui penekanan pada tujuan utama museum, yaitu:

*“Museum adalah sebuah institusi yang bertugas untuk mengumpulkan dokumen, melestarikan dan menginterpretasikan bukti-bukti material dan informasi yang terkait untuk kepentingan masyarakat”* (Museum Association, 1984).

Kemudian *ICOM Code of Professional* memiliki definisi baku tentang museum, yaitu:

*“Museum adalah sebuah lembaga nirlaba yang bersifat permanen yang melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang bertugas untuk mengumpulkan, melestarikan, meneliti, mengomunikasikan, dan memamerkan warisan sejarah kemanusiaan yang berwujud benda dan tak benda beserta lingkungannya, untuk tujuan pendidikan, penelitian, dan hiburan”* (*ICOM Statutes, adopted by the 22nd General Assembly (Vienna, Austria, 24 August 2007)*).

ICOM kemudian merumuskan beberapa fungsi museum, antara lain:

1. Mengumpulkan dan pengamanan warisan alam dan budaya
2. Dokumentasi dan penelitian ilmiah
3. Konservasi dan preservasi
4. Pengenalan kebudayaan antardaerah dan antarbangsa
5. Penyebaran dan pemerataan ilmu untuk umum
6. Pengenalan dan penghayatan kesenian
7. Visualisasi warisan alam dan budaya
8. Cermin pertumbuhan peradaban umat manusia
9. Pembangkit rasa bertaqwa dan bersyukur kepada Tuhan YME

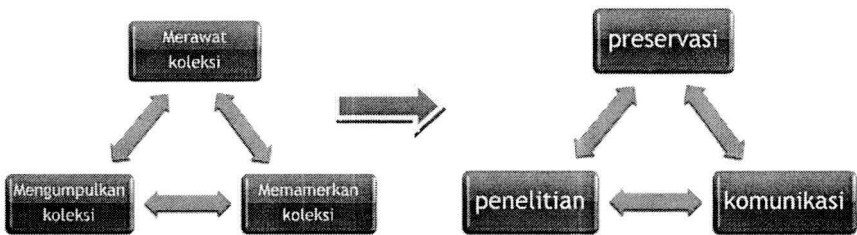
Sementara itu di Indonesia, definisi museum yang digunakan mengacu pada definisi museum menurut ICOM, yaitu:

*“Museum merupakan lembaga tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan, dan pemanfaatan benda-benda bukti material hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelastarian kekayaan budaya bangsa”* (Peraturan Pemerintah No.19 tahun 1995).



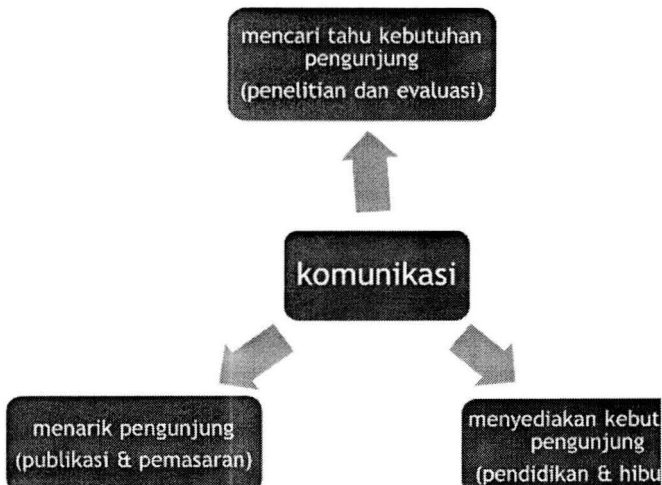
Pemanfaatan yang dimaksud dalam definisi tersebut adalah tiga fungsi museum yang disebutkan di dalam definisi menurut ICOM, yakni fungsi pelayanan untuk tujuan pendidikan (*education*), penelitian (*research*), dan kesenangan (*enjoyment*). Tiga kata kunci tersebut sebenarnya dapat menjelaskan fungsi museum dewasa ini. Museum ada untuk membuat masyarakat yang menjadi pengunjung museum mendapatkan pendidikan yang bersifat menyenangkan, yang tentunya tidak mereka dapatkan ketika mereka mengunjungi tempat hiburan lain, seperti mal, bioskop, dan taman hiburan. Oleh sebab itu, museum-museum dewasa ini mulai mengembangkan konsep *edutainment*, dimana pengunjung bisa mendapatkan *education* (pendidikan) sekaligus *entertainment* (hiburan). Pendidikan dan hiburan dalam hal ini muncul sebagai hubungan simbiotik yang unik di dalam museum.

Fungsi awal museum yang semula menekankan pada koleksi, yaitu untuk mengumpulkan, merawat, dan memamerkan koleksi, kini berkembang menjadi tempat preservasi, penelitian, dan komunikasi, yang tujuannya untuk menyampaikan misi edukasi sekaligus rekreasi kepada masyarakat (Weil, 1990; Hooper-Greenhill, 1994:140).



Gambar 2.2 Pergeseran fungsi museum

Sementara itu, berbagai informasi dan pengalaman yang ingin disampaikan oleh museum kepada masyarakat atau pengunjung museum dilakukan lewat fungsi komunikasi museum. Menurut Hooper-Greenhil (1996:140), komunikasi di museum meliputi semua aktivitas untuk menarik pengunjung (publikasi dan pemasaran), mencari tahu kebutuhan mereka (penelitian dan evaluasi), dan menyediakan kebutuhan intelektual pengunjung (pendidikan dan hiburan).



Gambar 2.3 Fungsi komunikasi di museum

## 2.2 Pendidikan di Museum

Pendidikan merupakan salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh setiap individu, baik anak-anak, dewasa, maupun orangtua. Tujuan seseorang mendapatkan pendidikan adalah untuk meningkatkan pengetahuan yang dimilikinya. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang SISDIKNAS menyebutkan bahwa:

*“Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara”.*

Untuk memperoleh pendidikan, seseorang dapat belajar melalui pendidikan formal, informal maupun nonformal. Tiga pendidikan tersebut memiliki definisi sebagai berikut:

a) Pendidikan formal

Adalah kegiatan yang sistematis, bertingkat/berjenjang, dimulai dari sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi dan yang setaraf dengannya; termasuk ke dalamnya adalah kegiatan studi yang berorientasi ademis dan umum, program spesialisasi, dan latihan profesional, yang dilaksanakan dalam waktu yang terus- menerus.

b) Pendidikan informal

Adalah proses yang berlangsung sepanjang usia sehingga setiap orang memperoleh nilai, sikap, keterampilan, dan pengetahuan yang bersumber dari pengalaman hidup sehari-hari, pengaruh lingkungan termasuk di dalamnya adalah pengaruh kehidupan keluarga, hubungan dengan tetangga, lingkungan pekerjaan dan permainan, pasar, perpustakaan, dan media massa.

c) Pendidikan nonformal

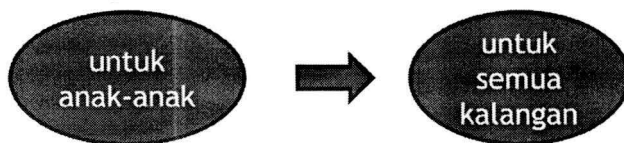
Adalah setiap kegiatan teroganisasi dan sistematis, di luar sistem persekolahan yang dilakukan secara mandiri atau merupakan bagian penting dari kegiatan yang lebih luas, yang sengaja dilakukan untuk melayani peserta didik tertentu di dalam mencapai tujuan belajarnya (<http://pls.unnes.ac.id/2011/pengertian-tiga-jenis-pendidikan/>).

Museum sebagai wadah pelestari nilai-nilai luhur warisan budaya, merupakan

salah satu media pendidikan informal, yang berfungsi sebagai tempat pendidikan kebudayaan bangsa sekaligus sebagai tempat wisata budaya yang dapat menimbulkan pemahaman dan rasa ikut memiliki unsur-unsur dan aspek budaya bangsa tersebut. Informasi yang disampaikan oleh museum adalah informasi ilmiah. Hal tersebut karena informasi yang disajikan melalui koleksi yang dipamerkan adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti. Dengan demikian, museum juga merupakan pusat studi warisan budaya dan pusat informasi edukatif.

Seiring dengan perubahan paradigma museum yang mengalihkan perhatiannya kepada masyarakat, peran edukasi atau pendidikan di museum pun mengalami perubahan dan perkembangan. Pada awalnya, pendidikan di museum terbatas hanya pada untuk kelompok-kelompok tertentu, seperti anak sekolah. Namun peran pendidikan di museum sekarang menjadi lebih luas sehingga mencakup pameran, berbagai kegiatan, dan *workshop* (Hoper-Greenhill, 1994:3). Ini artinya, museum berkembang tidak hanya untuk pelajar, tetapi juga bagi semua kalangan. Hal yang serupa juga dinyatakan oleh Ambrose dan Paine, bahwa saat ini museum memiliki peranan yang penting dalam memberikan layanan edukasi bagi semua penggunanya, baik itu anak-anak atau orang dewasa (Ambrose dan Paine, 1993:37).

Bagan 2.2 Pemanfaatan Koleksi Museum



Beer mengutip Ames menyatakan bahwa edukasi merupakan salah satu tujuan utama museum, selain mengumpulkan koleksi, konservasi, dan penelitian (Beer, 1994:2). Selanjutnya ia menjelaskan bahwa kontribusi unik yang diberikan oleh museum dalam fungsi edukasi adalah:

1. menyediakan kesempatan bagi pengunjung untuk belajar langsung dari objek,
2. menstimulasi rasa keingintahuan dan ketertarikan mereka,
3. mengenalkan cara belajar dengan menggunakan indera dan persepsi lewat pengalaman *hands-on*,
4. mendukung belajar secara independen (Beer, 1994:2).

Museum adalah institusi pendidikan informal yang dapat memberikan nilai tambah pada pendidikan formal yang diperoleh di sekolah-sekolah. Bahkan, tidak menutup kemungkinan bahwa museum dapat memberikan suatu pengalaman dan pengetahuan lebih dibandingkan dengan pendidikan formal. Museum menawarkan cara belajar yang berbeda, yaitu lewat cara yang menyenangkan dan melibatkan diskusi.

Di samping itu pendidikan di museum tidak terbatas untuk satu kelompok umur tertentu. Museum dapat menjadi tempat yang ideal mulai dari anak-anak usia prasekolah hingga pensiunan. Setiap orang yang datang ke museum memiliki kesempatan secara terbuka untuk berkunjung dan berkomunikasi dengan orang (Boylan [ed.], 2004).

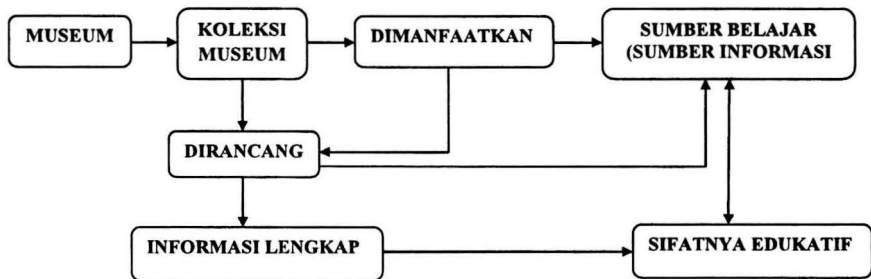
Koleksi museum yang akan dimanfaatkan sebagai sumber informasi (sumber belajar) terlebih dulu harus dirancang, sehingga informasi tersebut menjadi pelengkap dan bersifat edukatif. Hal tersebut akan nampak pada skema berikut:

### **2.3 Teori Pendidikan di Museum**

Apabila berbicara mengenai pendidikan di museum, maka tidak akan dapat dilepaskan dari teori pendidikan yang melatarbelakangi hal tersebut. Hein dalam

bukunya *Learning in the Museum* menjelaskan bahwa teori edukasi terdiri atas teori pengetahuan (*theories of knowledge*) dan teori belajar (*learning theories*) (Hein, 1998:16).

Inti dari teori pengetahuan yang dijabarkan oleh Hein adalah, adanya dua pandangan yang saling berlawanan dalam teori tersebut. Pandangan pertama berpendapat bahwa pengetahuan itu berada di luar atau terpisah dari diri si pelajar, pandangan ini disebut dengan realisme. Sementara itu, lawan dari realisme, yaitu idealisme menyatakan bahwa pengetahuan itu berada dalam pikiran dan dibangun oleh si pelajar (Hein, 1998:17–18; 1994:73–74; 1995:21; Hooper-Greenhill, 1994:68). Dua pendapat tersebut dapat digambarkan dalam sebuah kontinum seperti berikut:



Gambar 2.4 Teori Pengetahuan  
(Sumber: Hein, 1995:21)

Kemudian, teori belajar yang mendasari pemikiran mengenai bagaimana seseorang belajar juga terdiri atas dua pandangan yang berbeda. Pandangan yang pertama berasumsi bahwa belajar terdiri atas transmisi-penyerapan (*transmission*

*absorption*) dari berbagai informasi, fakta, dan pengalaman, hingga akhirnya menghasilkan pengetahuan (*behaviorisme*). Sementara itu, pandangan kedua—disebut pandangan konstruktivisme—menyatakan bahwa proses belajar terdiri atas seleksi dan organisasi data yang relevan dari pengalaman. Dalam hal ini, diyakini bahwa seseorang belajar dengan membentuk pengetahuannya (Hein, 1998: 21–23; 1994:74; Hooper-Greenhill, 1994:21). Seperti teori pengetahuan, teori belajar ini juga dapat ditampilkan dalam kontinum sebagai berikut:

*Belajar secara  
incremental  
ditambahkan sedikit  
demi sedikit  
(behaviorisme)*



*Belajar dengan  
membangun  
makna  
(konstruktivisme)*

Gambar 2.5. Teori Belajar  
(Sumber: Hein, 1995:25)

Menurut Hooper-Greenhil, dua pendekatan pada teori pengetahuan dan teori belajar ini dapat mendukung interpretasi peran dari pengajar. Jika kita berpikir bahwa pengetahuan berada di luar diri orang yang belajar, dan proses belajar tersebut menjadi bagian dari pengetahuan, maka tugas bagi pengajar adalah untuk mengirimkan pengetahuan itu kepada orang yang belajar. Orang yang belajar dianggap sebagai ‘botol kosong yang harus diisi’, pasif dan sebagai penerima pengetahuan yang diberikan oleh pengajar. Sementara jika kita berpikir bahwa pengetahuan dihasilkan oleh orang yang sudah memiliki pengetahuan tersebut, dan prosesnya sebagai aktivitas pikiran dengan kerangka sosial budaya, maka peran pengajar adalah sebagai fasilitator (Hooper-Greenhill, 1994:68).

Dalam pandangan konstruktivis, peran edukator di museum adalah untuk memfasilitasi cara belajar aktif lewat penanganan objek dan diskusi, yang

dihubungkan dengan pengalaman konkret. Dalam konteks edukasi di museum, dengan didasarkan pada paradigma konstruktivis, museum atau edukator dapat bertindak sebagai fasilitator. Walaupun demikian, pihak museum dapat menggunakan cara didaktik sebagai aspek lain dalam hubungannya dengan publiknya (Hooper-Greenhill, 1994:68).

Berdasarkan konsep dan teori edukasi di museum tersebut, maka dalam penentuan strategi edukasinya, museum dapat menggunakan strategi belajar aktif (*active learning*) yang dapat melibatkan seluruh indera dan pengalaman pengunjung lewat konsep *edutainment*. Dalam pelaksanaannya, dan dalam rangka memperluas akses masyarakat, museum dapat menerapkan strategi edukasi di dalam dan di luar museum, atau bahkan perpaduan keduanya. Dengan cara ini, diharapkan museum dapat membuat strategi edukasi dengan tepat, yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat.

#### **2.4 Empat Pilar Pendidikan Abad ke-21**

Menurut Ambrose dan Paine (2006:46), dalam beberapa tahun terakhir telah terjadi pergeseran penekanan di museum dari “pendidikan” yang seolah-olah mengajarkan sesuatu kepada anak-anak, bergeser menjadi “pembelajaran”, yang menyiratkan bahwa individu dari berbagai usia dapat menggunakan museum untuk kepentingan mereka. Di dalam proses belajar tersebut turut dilibatkan pengalaman dan emosi pengunjung, sehingga pembelajaran di museum adalah sesuatu yang dilakukan dalam berbagai macam cara.



Berkaitan dengan fungsi pendidikan di museum, UNESCO telah merumuskan empat pilar pendidikan di abad ke-21 yang dapat diterapkan dalam proses pembelajaran di museum (*The Four Pillars of Education in 21st Century*). Empat pilar tersebut adalah:

#### 1. Belajar untuk tahu (*learning to know*)

Belajar untuk tahu merupakan ranah pembelajaran kognitif, yang tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan pengetahuan (*knowledge*) dengan sebaik-baiknya. Hal yang terpenting dalam proses ini adalah alih pengetahuan (*transfer of knowledge*), sehingga orang yang belajar dapat memperoleh pengetahuan lebih banyak (Goodlad dan McIvor, 1998).

Apabila museum ingin terlibat dalam proses pembelajaran kognitif ini, maka museum harus informatif. Artinya, pameran yang disajikan harus mengandung informasi yang memadai dan disajikan dengan komunikatif, sehingga pengunjung yang awam sekalipun akan mudah memahami dan mencerna informasi pengetahuan yang disampaikan. Tampilan tidak perlu harus mewah, glamor, dan canggih. Sebaliknya, informasi pengetahuan mestinya disampaikan secara sederhana, singkat, tetapi tetap jelas dan berkesan (Goodlad dan McIvor, 1998, Tanudirdjo, 2007:18).

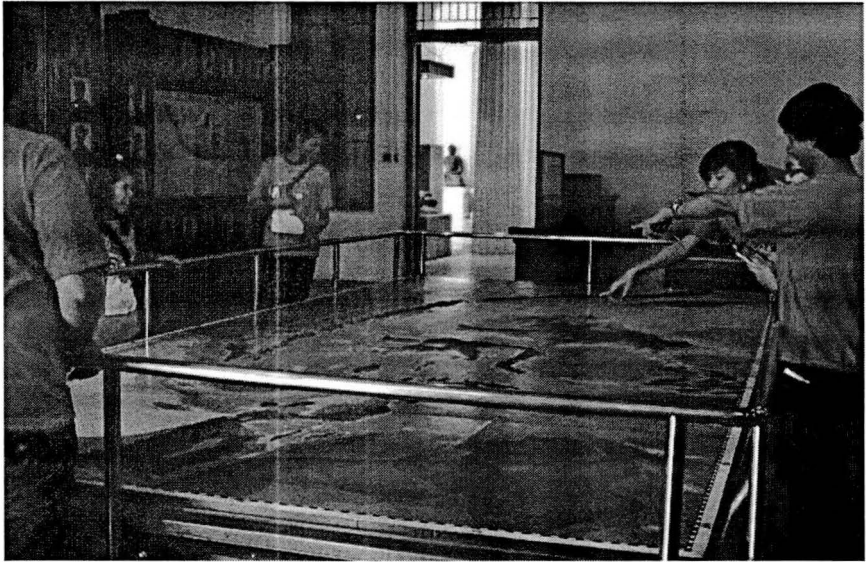


Foto 2.1 Anak-anak berkebutuhan khusus mengunjungi Museum Nasional (Sulistyowati, 2011)

## 2. Belajar untuk melakukan (*learning to do*)

Ranah ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan, yang tidak terbatas pada keterampilan fisik (psikomotorik), tetapi juga terampil dalam menerapkan konsep, prosedur maupun manajemen. Keterampilan ini biasanya dicapai dengan berlatih, mencoba atau melakukan eksperimen sehingga mendapatkan pengalaman agar dapat melakukan sesuatu dengan baik. Oleh karena itu, dibutuhkan sarana-sarana pembelajaran yang mendorong aktivitas untuk mencoba, menjelajahi sesuatu yang baru, bersentuhan langsung, dan mengalami sendiri. Dalam konteks museum, kata kuncinya adalah sajian yang interaktif (Tanudirdjo, 2007:21).



Foto 2.2 Pengunjung mewarnai batik dalam acara *Coloring Your Holiday* di Museum Nasional (Gultom, 2012)



Foto 2.3 Pengunjung anak-anak mencoba memainkan angklung di Museum Nasional (Gultom, 2010)

### 3. Belajar untuk menjadi (*learning to be*)

Tujuan dari pembelajaran ini lebih mengarah pada ranah pembentukan kepribadian, yang menjadikan seseorang sadar akan dirinya sekaligus membantu seseorang mewujudkan cita-citanya. Sebagai mitra pendidik, museum harus mampu berperan untuk membentuk kepribadian seseorang lewat potensi yang ada di museum. Misalnya Museum Karmawibhanga di Borobudur, dirancang tidak hanya sekadar memamerkan koleksi berupa relief yang ada di Candi Borobudur, tetapi harus dapat menyajikan makna atau ajaran moral yang terkandung dalam relief tersebut, yang masih tetap relevan di masa kini bagi semua pengunjung (Tanudirdjo, 2007:22-23).

Selain itu, museum dapat merancang berbagai kegiatan atau program-program yang ditujukan bagi masyarakat dengan berbagai golongan usia, dengan cara mengajak pengunjung museum untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan tersebut. Dengan demikian, pengunjung akan dapat merasakan suatu pengalaman belajar di museum dengan cara yang menyenangkan.



Foto 2.4 Kegiatan partisipasi aktif di museum  
(Sumber: northwoodschildrensmuseum.com dan ppiptek-tmii.blogspot.com)

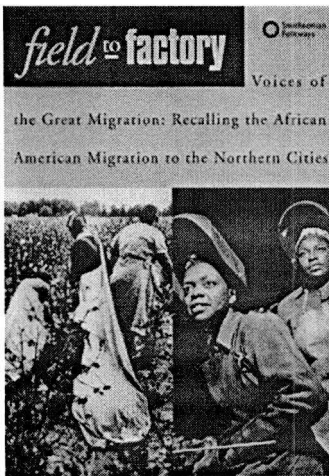
#### 4. Belajar untuk hidup bersama (*learning to live together*)

Ranah pendidikan ini mencoba untuk mengakomodir kebutuhan masyarakat dewasa ini agar dapat hidup bersama meski berbeda sudut pandangnya. Berbagai persoalan yang muncul di dunia melibatkan keterkaitan antara manusia yang satu dengan manusia lainnya, yang terkadang memiliki perbedaan dan latar belakang, misalnya antara satu ras dengan ras lain, laki-laki dengan perempuan, pribumi

(*indigenous*) dengan pendatang (*migrants*), negara maju dan negara tertinggal, dan lain sebagainya.

Museum dapat menjadi wadah untuk menyadarkan manusia, bahwa walaupun mereka tidak saling mengenal dan memiliki perbedaan sudut pandang, tetapi hidup mereka saling memiliki keterkaitan dan bagaimana kemudian mereka dapat menerima segala perbedaan yang ada dengan membentuk suatu kesefahaman. Museum berupaya untuk menciptakan suatu keseimbangan dan tidak berpihak pada salah satu kelompok tertentu, sehingga diharapkan dapat menghindari bias yang ada.

Contohnya adalah pameran *Field to Factory: Afro-American Migration 1915–1940* menyajikan cerita tentang migrasi besar (Great Migration), yang digagas oleh Smithsonian Institution pada 2006. Bercerita tentang pergerakan masal dari kaum *African Americans* bagian Selatan menuju Utara yang terjadi pada 1915 dan 1940. Pameran ini berusaha menyajikan kompleksitas dan efek yang terjadi dengan menyoroti dari sudut para imigran itu sendiri. Penyajian ini mampu menggambarkan ekspresi harapan dan keinginan para imigran itu serta keputusan untuk pindah bermukim, mendapatkan lapangan pekerjaan, dan kehidupan pedesaan menuju kota di utara yang sudah memasuki dunia industri (Arbi, 2011).



a



b

Gambar 2.6 a. Brosur pameran *Field to Factory*, b. logo dari African American Museum  
(Sumber: Arbi, 2011 dan <http://www.aammuseum.org/images/j0433243.jpg>)

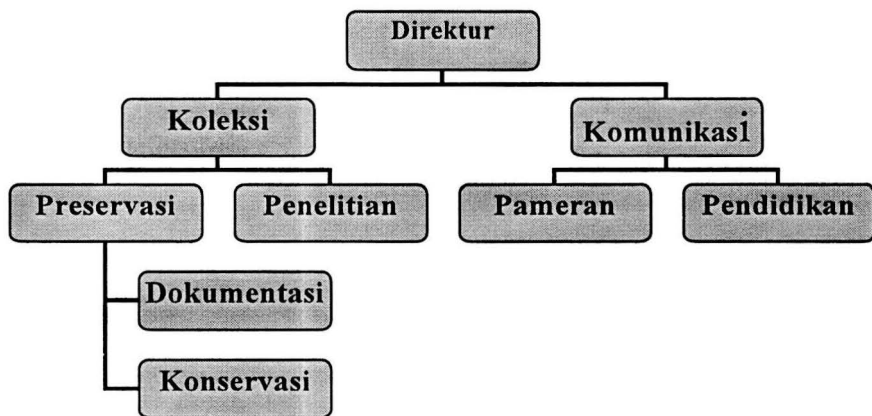
## 2.5 Pendidik di Museum

Goode (dalam Moore, 1994) menyebutkan bahwa sebuah museum dapat berjalan dengan baik apabila terdapat beberapa faktor sebagai berikut:

1. Adanya organisasi yang stabil dan sarana pendukung yang memadai;
2. Adanya perencanaan yang matang dan sejalan dengan kerangka kerja organisasi dan kebutuhan masyarakat;
3. Koleksi sebagai materi yang menjadi bahan pekerjaan;
4. Orang yang bekerja sesuai dengan keahliannya (kurator);
5. Bangunan yang layak sebagai tempat bekerja; dan
6. Peralatan yang memadai untuk menunjang pekerjaan.

Dengan demikian, hal tersebut akan mempengaruhi struktur organisasi di museum. Semula struktur organisasi ditekankan pada peran kurator yang menangani

berbagai koleksi sesuai dengan keahliannya. Namun kini, struktur organisasi museum ditekankan pada fungsi museum tersebut.



Bagan 2. Struktur organisasi berdasarkan fungsi

Munculnya peran edukator (pendidik) di museum menjadi suatu isyarat yang menandakan bahwa museum-museum di Indonesia telah siap untuk menjalankan peran sebagai tempat dimana seseorang dapat mendapatkan pembelajaran. Tenaga pendidik di museum bisa terdiri atas beberapa orang yang memiliki keahlian dalam bidang pendidikan, yang memiliki tugas antara lain:

- Merancang strategi pembelajaran yang dapat menghubungkan masyarakat dengan museum;
- Mengembangkan berbagai program seperti bincang-bincang, *workshop* yang terkait dengan pameran tertentu atau acara-acara khusus;
- Bertindak sebagai penghubung dengan sekolah-sekolah, perguruan tinggi, dan para guru untuk mempromosikan koleksi dan aktivitas di museum yang terkait dengan kurikulum nasional;
- Merancang dan mengembangkan berbagai sumber pendidikan bagi pengunjung, sekolah, keluarga dan kelompok lain yang memiliki ketertarikan;



- e. Membuat acara bincang-bincang, *workshop* dan berbagai kegiatan lain yang bekerja sama dengan pendongeng, pengrajin, dan seniman;
- f. Merancang program, pendanaan, dan tim sukarelawan;
- g. Menyusun, menganalisis, dan memberikan umpan balik terhadap kegiatan yang disediakan oleh museum;
- h. Bekerja sama dengan staf museum lain untuk mengembangkan dan memasarkan museum beserta berbagai program yang telah dirancang (<http://www.bellaonline.com/articles/art42944.asp>).

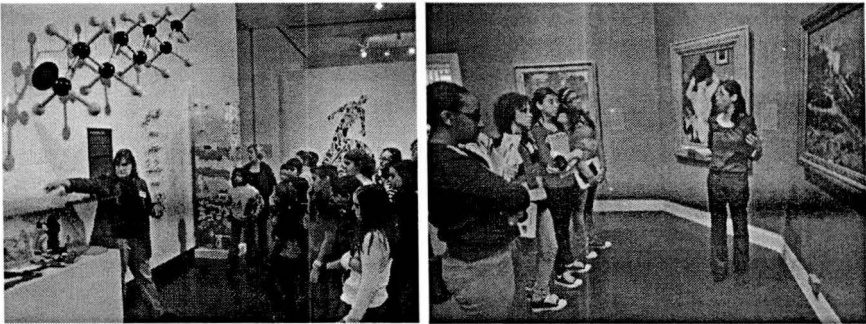


Foto 2.5 Peran tenaga pendidik di museum  
(Sumber: tang.skidmore.edu dan risd.digication.com)

Dalam merancang program-program edukasi, pengelola museum perlu melibatkan para ahli pendidikan, guru-guru, ahli psikologi anak, bahkan orangtua siswa. Dengan keterlibatan mereka diharapkan dapat diciptakan aktivitas edukasi di museum yang sesuai dengan jenjang pendidikan siswa dan sesuai dengan tingkat perkembangannya (Hutomo, 2010:3).

Museum sering kali memiliki kendala pada minimnya sumber daya manusia, terutama yang memiliki keahlian di bidang pendidikan untuk mengisi tempat di museum sebagai tenaga pendidik. Apabila museum belum memiliki tenaga pendidik dengan latar belakang yang sesuai, maka museum dapat melakukan kerja sama dengan pihak

lain, seperti dengan guru-guru sekolah, atau pengajar di perguruan tinggi. Museum juga dapat membuka kesempatan untuk tenaga sukarelawan dengan spesifikasi yang sesuai dengan tenaga pendidik di museum. Dengan demikian, diharapkan permasalahan tidak adanya sumber daya manusia di museum dapat diatasi.

### **Rangkuman**

Pergeseran orientasi museum kepada masyarakat, membuat museum memiliki peran yang besar di tengah-tengah masyarakat. Museum kini tidak hanya sekadar menjadi suatu tempat dimana pengunjung dapat memperoleh pengetahuan, tetapi museum juga harus dapat menjadi tempat belajar yang menyenangkan. Oleh karena itu, museum mengembangkan teori pengetahuan dan pembelajaran, serta mencoba menerapkan proses pembelajaran yang digagas oleh UNESCO (belajar untuk tahu, belajar untuk melakukan, belajar untuk menjadi, dan belajar untuk hidup bersama). Dengan menggenggam misi pendidikan tersebut, maka peran tenaga pendidik di museum pun sangat dibutuhkan, dan museum dapat menjalin kerja sama dengan para tenaga pendidik di luar museum untuk mengembangkan program edukasi di museum.

### **Latihan**

1. Uraikan contoh bagaimana koleksi museum dapat memberikan pendidikan dan pembelajaran mengenai keberagaman etnisitas di Indonesia!
2. Uraikan contoh sebuah program museum yang membutuhkan partisipasi aktif dari pengunjung museum!

### **Bahan Pendalaman**

Ambrose dan Paine, 2006. *Museum Basic*. Oxon: Routledge. Buku ini berisi tentang garis besar penyelenggaraan sebuah museum yang telah disesuaikan dengan permasalahan umum yang dihadapi oleh museum-museum di dunia. Salah satu bab dalam buku ini juga membahas mengenai pendidikan di museum.

## **BAB III**

# **PENGUNJUNG MUSEUM**

Berbagai ahli dan penelitian telah mencoba memberikan gambaran mengenai pengunjung museum. Upaya ini merupakan langkah awal yang sangat baik dalam melakukan pengelolaan museum agar tujuan museum dapat tercapai. Museum harus mempunyai target pengunjung yang jelas agar dapat memberikan pelayanan pendidikan yang sesuai secara maksimal. Pada buku *Pedoman Museum Indonesia* (Direktorat Museum, 2010:22-23), berdasarkan tujuannya, pengunjung dapat dibedakan atas:

- a. Pengunjung pelaku studi
- b. Pengunjung bertujuan tertentu
- c. Pengunjung pelaku rekreasi

Pengunjung pelaku studi, misalnya, siswa dari berbagai tingkatan termasuk mahasiswa. Siswa Sekolah Dasar merupakan contoh pelaku studi yang berkunjung ke museum. Pengunjung bertujuan tertentu, misalnya, yang ingin nostalgia atau menjaga kekerabatan dengan cara melakukan kegiatan bersama di museum. Kelompok arisan dan komunitas pecinta sepeda merupakan contoh pengunjung bertujuan tertentu. Pengunjung pelaku rekreasi datang ke museum untuk mengisi waktu libur atau lepas dari kegiatan rutin sehari-hari. Orang tua yang mengajak anaknya untuk liburan di museum merupakan contoh pengunjung pelaku rekreasi. Para pekerja kantor yang mengunjungi museum pada hari libur juga termasuk kategori pengunjung pelaku rekreasi.



Foto 3.1 Pekerja kantor mengisi waktu libur di museum  
(Akbar, 2004)

Pada buku *Pedoman Museum Indonesia* (Direktorat Museum, 2010: 22-23) disebutkan pula bahwa berdasarkan intensitas kunjungan, pengunjung dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

- a. Kelompok orang yang secara rutin berhubungan dengan museum, seperti kolektor, seniman, desainer, ilmuwan, mahasiswa, dan pelajar.
- b. Kelompok orang yang baru mengunjungi museum.

Kelompok pertama berkali-kali datang ke museum dan dapat dikatakan akan menjadi pembelajar mandiri. Pada kunjungan awal orang-orang yang terdapat di dalam kelompok ini membutuhkan pengetahuan yang diberikan oleh pengelola

museum. Pada kunjungan berikutnya, mereka berusaha lebih mendalami koleksi dan museum dengan upaya sendiri dilengkapi berbagai sumber pengetahuan lainnya. Kelompok pertama ini dapat memperoleh pengetahuan yang lebih banyak jika dibandingkan pengelola museum itu sendiri. Oleh karena itu, agar kelompok pertama ini tetap datang ke museum, pengelola museum harus memiliki pengetahuan baru atau pengetahuan tambahan mengenai koleksi dan museum untuk selanjutnya dapat disampaikan ke pengunjung. Pengelola museum dapat melakukan penelitian atau riset untuk semakin mengungkap berbagai hal mengenai koleksi dan museum.

Kelompok kedua adalah kelompok yang baru mengunjungi museum untuk pertama kalinya. Kelompok ini harus memperoleh pengetahuan yang ringan, cepat, namun membekas di ingatan. Kenangan tersebut akan membuat orang-orang yang tergabung di dalam kelompok ini ingin datang kembali ke museum. Kelompok kedua terdiri atas orang-orang yang umumnya ingin mengetahui secara umum mengenai museum. Pengelola museum berkewajiban memberi pengetahuan umum mengenai koleksi dan museum. Selain itu, pengelola museum hendaknya bertanya atau membuka peluang-peluang mengenai minat khusus misalnya terhadap aspek tertentu atau koleksi tertentu. Dengan tumbuhnya minat khusus tersebut, diharapkan pengunjung yang baru sekali datang ke museum ini akan datang lagi pada kesempatan berikutnya, untuk memperdalam pengetahuan terhadap aspek atau koleksi yang diminatinya.

Pengetahuan mengenai karakteristik atau kategori pengunjung akan memudahkan museum untuk memahami pengunjung, sehingga dapat memberikan pelayanan yang sesuai bagi pengunjung. Masih pada buku *Pedoman Museum Indonesia* (2010:60) disebutkan bahwa terdapat kategori tipe pengunjung:

a. Tipe individual, mereka adalah pengunjung yang memiliki alasan khusus, misalnya ingin melihat koleksi yang khusus atau ingin melakukan riset khusus

terhadap koleksi museum tertentu untuk memperoleh informasi yang detail.

b. Tipe kelompok dewasa, biasanya banyak menghabiskan waktu di museum untuk berdiskusi secara santai.

c. Tipe kelompok keluarga, biasanya memiliki kebutuhan yang besar baik dari segi usia maupun minat. Anak-anak mungkin kurang tertarik pada koleksi museum. Namun dengan kreativitas tinggi yang dimiliki pengelola (misalnya permainan, kuis, *display* serta brosur yang menarik), maka anak-anak pun dapat mengapresiasinya.



Foto 3.2 Tipe pengunjung individu

(Sumber foto: <http://www.metmuseum.org/about-the-museum/museum-departments/conservation-and-scientific-research/paintings-conservation>)

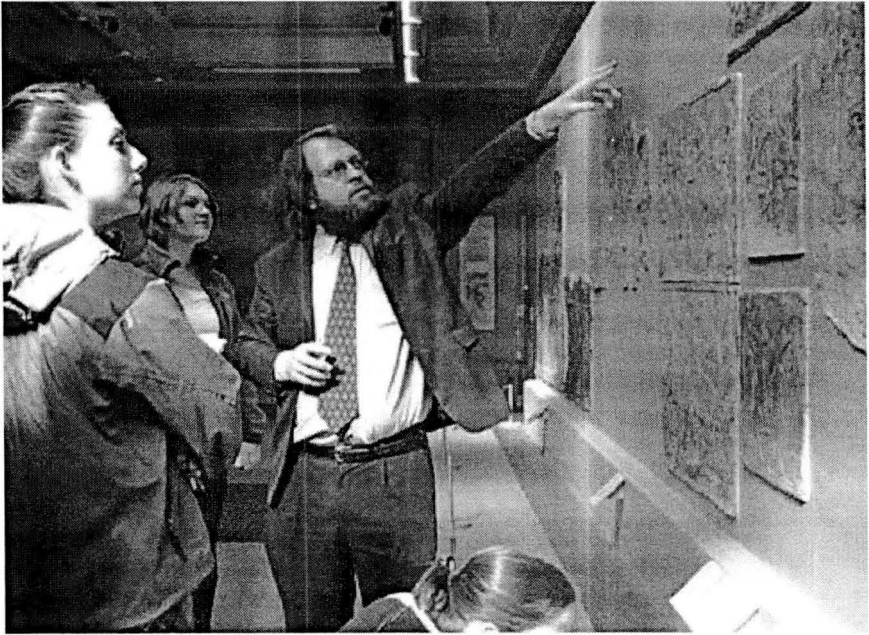


Foto 3.3 Tipe pengunjung dewasa  
(Sumber foto: [http://www.dartmouth.edu/~classics/greece2003/updates/week1\\_2/march24.html](http://www.dartmouth.edu/~classics/greece2003/updates/week1_2/march24.html))

Pengunjung museum dapat juga disebut sebagai pengguna atau pelanggan museum. Dalam cakupan yang lebih luas, pelanggan dapat dibagi menjadi:

a. Pelanggan internal (*internal customer*), misalnya antara layanan bagian koleksi kepada bagian edukasi, atau antara layanan bagian konservasi terhadap bagian koleksi.

b. Pelanggan antara (*intermediate customer*), misalnya bagaimana pengelola museum menciptakan kepuasan agen perjalanan wisata yang mengagendakan kunjungan wisatawan ke museum, atau bagaimana caranya agar pemandu wisata

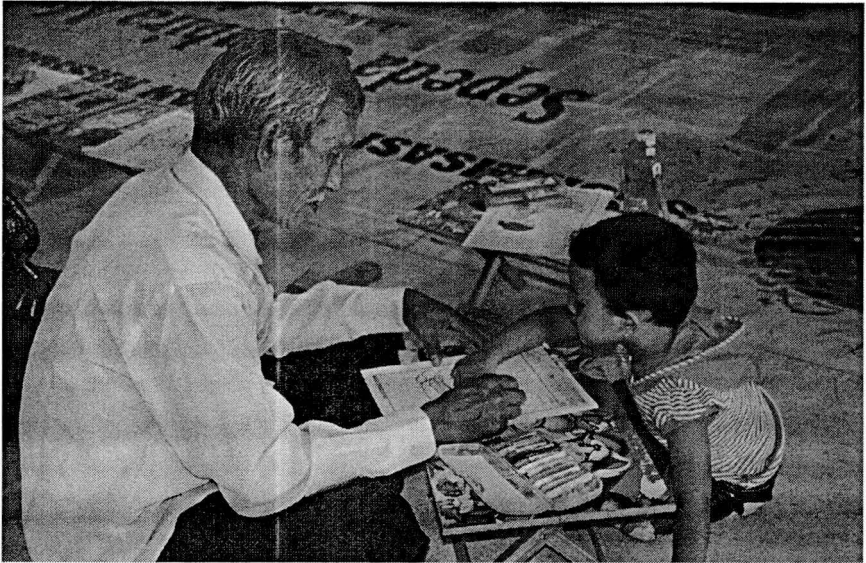


Foto 3.4. Tipe Pengunjung keluarga  
(Foto: Gultom, 2012)

merasa terbantu dengan berbagai narasi yang menyertai benda-benda koleksi.

c. Pelanggan eksternal (*external customer*) dalam hal ini pengunjung museum selaku pemakai akhir dari produk jasa informasi. Perlu kiranya didengar pendapatnya, persepsinya, dan harapannya, misalnya apa saja kebutuhan dan keinginan pengunjung yang dirasakan ketika ia berkunjung ke suatu museum. Juga perlu diketahui perihal pengalaman yang menarik atau kurang menarik ketika mereka berkunjung ke museum (Asdep Litbang Deputi Peningkatan Kapasitas dan Kerja Sama Luar Negeri, 2004:23).



Berdasarkan buku *Museum Branding*, jenis pengunjung museum dapat dibedakan menjadi:

### **Kelompok 1: *Explorers***

Mereka yang masuk kelompok *Explorers* adalah orang-orang yang ingin tahu dan berminat dalam subjek tertentu. Mereka senang menjelajah atau berkeliling, namun tak ada tujuan yang pasti. Bisa jadi mereka adalah orang-orang yang menyukai seni, ilmu pengetahuan, atau sejarah dan yakin bahwa di museum itu mereka akan mendapatkan sesuatu. Itulah yang mendorong minatnya. Kalaupun mereka membawa anggota keluarga dalam kelompoknya, namun sesungguhnya merekalah yang 'mengarahkan' agenda kunjungan sesuai dengan minat mereka. *Explorer* yang senang mengunjungi museum berpikir bahwa museum adalah sebuah tempat yang bagus untuk menjelajah dan memenuhi kebutuhan tertentu mereka.

### **Kelompok 2: *Experience Seeker***

Ini adalah orang-orang (juga dikenal sebagai turis) yang mengumpulkan pengalaman. Mereka mencari sesuatu agar bisa mengatakan 'telah ke sana dan melihat dengan mata kepala sendiri', namun bukan berarti mereka tidak menikmati atau menghargai pengalaman yang mereka dapatkan. Mereka lebih fokus dibanding dengan kelompok 1 (*Explorer*), karena *Experience Seeker* memiliki sebuah agenda dan alokasi waktu tertentu. Tujuan mereka adalah melihat semua hal yang direkomendasikan atau disoroti (*highlights*) dari museum tersebut. Jika mereka membawa keluarga dalam kelompoknya, maka merekalah yang mengarahkan agenda dengan tujuan melihat semua 'hal-hal penting' yang dimiliki museum tersebut. *Experience Seeker* yang senang mengunjungi museum berpikir bahwa museum adalah tempat atraksi-atraksi kultural yang penting.

### **Kelompok 3: *Facilitator***

Mereka yang masuk kelompok ini bisa orang tua yang memfasilitasi sebuah

kunjungan untuk anak-anaknya, atau orang dewasa yang membawa orang dewasa lainnya untuk berkunjung ke museum. Kunci dari kelompok ini adalah bahwa mereka di sana untuk kepentingan orang lain, yakni anak, teman atau kerabatnya. Mereka merasa bahwa museum baik untuk pendidikan (pengalaman) anak-anak mereka. Alasan lain, karena ada sahabat atau kerabat mereka yang sedang berkunjung dan kebetulan mereka menyukai museum seni.

#### **Kelompok 4: *Professional/Hobbyist***

Ini adalah orang-orang yang termasuk kategori ahli atau berpengetahuan sangat tinggi tentang topik-topik tertentu. Mereka kemungkinan adalah staf atau para profesional museum yang mengunjungi museum lain ketika sedang liburan. Mereka sangat fokus dalam kunjungan, karena mereka memanfaatkannya untuk memperluas pengetahuan tentang topik tertentu. Tujuan mereka sangat spesifik, misalnya mengamati jenis-jenis ikan tropis ketika mengunjungi Sea World di Ancol dalam rangka mempersiapkan *scuba diving* ke Ambon beberapa bulan mendatang, atau membeli tanaman-tanaman langka untuk menambah koleksi taman rumahnya. Mereka mungkin membawa keluarga dalam kunjungannya namun akan memutuskan bagian-bagian mana dari museum atau atraksi yang paling diminati untuk dilihat dalam rangka memperluas pengetahuan mereka sendiri.

#### **Kelompok 5: *Recharges***

Ini adalah orang-orang yang mengunjungi museum untuk lari, menjauh, atau berkontemplasi sejenak, dan seterusnya. Mereka tidak di sana karena pameran atau isi dari museumnya. Mereka ada di sana untuk tujuan-tujuan estetika atau untuk terlibat dengan masa lalu, sesuatu yang lebih besar dari diri mereka sendiri.

Timothy Ambrose dan Crispin Paine dalam buku *Museum Basics* (2006:25) membahas mengenai kuesioner untuk pengunjung. Berdasarkan pertanyaan pada

kuesioner tersebut dapat diketahui bahwa pengunjung dapat dipilah antara lain berdasarkan:

- a. Usia: sampai dengan 12, 12–18, 18–25, 26–35, 36–45, 46–55, 56–65, 66–75, di atas 75 tahun.
- b. Jenis kelamin: laki-laki, perempuan
- c. Tipe transportasi: berjalan kaki, sepeda, bus, kereta, mobil, dll
- d. Asal keberangkatan: rumah, tempat liburan
- e. Alasan berkunjung
- f. Frekuensi berkunjung

Graham Black dalam buku *The Engaging Museum: Developing Museums for Visitor Involvement* (2005:11) membuat segmentasi pengunjung sebagai berikut:

- a. Demografi: sebagai contoh adalah usia, jenis kelamin, pendidikan, kelas sosial/pekerjaan. Status keluarga sangat digunakan untuk melakukan segmentasi dan sebagai prediksi utama mengenai perilaku, misalnya masih tanggungan orang tua, belum berkeluarga, telah berkeluarga dengan berbagai tahapan, dan pasangan lanjut usia
- b. Geografi: lokal, turis nasional atau internasional
- c. Sosio-ekonomi: (A) manajer tingkat atas, administrator atau profesional, (B) manajer tingkat menengah, administrator atau profesional, (C1) pengawas, tata usaha atau manajerial, (C2) pekerja manual terlatih, (D) pekerja manual semi dan tidak terlatih, dan (E) pensiunan, tidak bekerja, pekerja kelas bawah.
- d. Struktur pendidikan: pendidikan primer/dasar (sampai usia 11 atau 12), pendidikan menengah/atas (usia 11 sampai 16 atau 18), perguruan tinggi/universitas.
- e. Minat khusus: spesialis subjek tertentu, pembelajar mandiri, komunitas misalnya komunitas sejarah lokal.
- f. Psikografi: gaya hidup, opini, perilaku.

Kotler dan Kotler dalam buku *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources* (2008:118-119) membahas panjang lebar mengenai pengunjung museum. Beberapa kategori pengunjung yang disampaikan Kotler mirip dengan yang disampaikan oleh Timothy Ambrose dan Crispin Paine dan juga Graham Black. Oleh karena itu, pada modul ini pembahasan Kotler dan Kotler akan dicoba diurai dan dipilah agar sesuai dengan kondisi Indonesia dan museum di Indonesia.

1. Kategori pengunjung berdasarkan kondisi geografi dapat dipilah sebagai berikut:
  - a. Wilayah: Jawa Bagian Barat, Jawa Tengah dan Yogyakarta, Sulawesi Bagian Selatan
  - b. Jumlah penduduk kota/daerah: di bawah 4.999, 5.000–19.999, 20.000–49.999, 50.000–99.999, 100.000–249.999, 250.000–499.999, 500.000–999.999, 1.000.000–3.999.999, lebih dari 4.000.000
  - c. Tingkat kemajuan wilayah: kota besar, kota perbatasan, desa
  - d. Iklim: panas, sejuk.
  
2. Kategori pengunjung berdasarkan kondisi demografi dapat dipilah sebagai berikut:
  - a. Usia: di bawah 5 tahun, 5-11, 12–19, 20–34, 35–49, 50–64, di atas 65 tahun
  - b. Lingkaran atau daur hidup: muda dan masih sendiri; muda, sudah menikah, belum punya anak; muda, sudah menikah, punya anak di bawah 6 tahun; muda, sudah menikah, punya anak di atas usia 6 tahun; tua, sudah menikah, dan punya anak; tua, sudah menikah, punya anak di atas usia 18 tahun; tua dan sendiri.
  - c. Jenis kelamin: laki-laki, perempuan

- d. Pendapatan: di bawah 500.000 per bulan, 500.000-1.000.000; 1.000.000-5.000.000; 5.000.000-10.000.000; 10.000.000-20.000.000; di atas 20.000.000 per bulan
  - e. Pekerjaan: profesional, teknisi, manajer, pegawai, administrator, pemilik, penjual, buruh, pekerja seni, profesor, petani, pelajar, ibu rumah tangga, tidak bekerja.
  - f. Tingkat pendidikan: sekolah dasar, sekolah menengah, sekolah lanjutan, sarjana, pascasarjana
  - g. Agama: Buddha, Hindu, Islam, Katolik, Konghucu, Protestan
  - h. Ras: Kaukasoid, Mongoloid, Negroid, ras campuran
  - i. Warga negara: Indonesia, Amerika, Inggris, Belanda, dan lainnya
  - j. Generasi: generasi kemerdekaan, generasi tahun 60-an, generasi generasi tahun 80-an, dan lain-lain.
  - k. Kelas sosial: kelas bawah, kelas atas, kelas pekerja, kelas menengah
3. Kategori pengunjung berdasarkan kondisi psikografi dapat dipilah sebagai berikut:
- a. Gaya hidup: suka arisan, petualang, kelompok mobil, konsumtif, dll
  - b. Kepribadian: memaksa, suka berteman, otoriter, ambisius, dan lainnya
- 3 Kategori pengunjung berdasarkan perilaku dapat dipilah sebagai berikut:
- a. Kesempatan: tetap, teratur, tertentu
  - b. Keuntungan: kualitas, ekonomis, kecepatan
  - c. Status pengunjung: bukan pengunjung, mantan pengunjung, calon pengunjung potensial, pengunjung baru, pengunjung tetap
  - d. Tingkat penggunaan: pengguna ringan, pengguna sedang, pengguna berat

- e. Loyalitas: tidak ada, sedang, kuat, mutlak
- f. Tingkat kesiapan: tidak sadar, sadar, berpengetahuan, tertarik, ingin yang lebih
- g. Sikap terhadap museum: antusias, positif, acuh tak acuh, negatif, bermusuhan

Berdasarkan uraian di atas, pengelola museum dapat menerapkan sebagian dari pendapat para ahli tersebut. Pada modul ini akan dijabarkan beberapa contoh mengenai penerapan yang mungkin sesuai dengan kondisi permuseuman di Indonesia.

### **3.1 Pengunjung berdasarkan Kondisi Geografi**

Museum berkedudukan di daerah tertentu dan pada dasarnya minimal diharapkan dapat dikunjungi oleh masyarakat yang berasal atau tinggal di daerah tersebut. Pengunjung yang secara geografi berasal dari daerah yang sama perlu mendapat pengetahuan lebih mendalam mengenai daerahnya. Sementara itu, pengunjung yang berasal dari luar daerah perlu mendapat pengetahuan umum mengenai daerah yang dikunjungi. Selain itu pengunjung kategori ini mempunyai kecenderungan untuk membandingkan dengan daerah asal pengunjung tersebut. Oleh karenanya, untuk dapat memberikan pelayanan pendidikan yang baik, pengelola museum harus mengetahui mengenai asal dari pengunjung yang datang.



Foto 3.5 Bus rombongan pengunjung ke museum di Yogyakarta  
(Akbar, 2004)

Calon pengunjung terkadang memiliki hambatan geografis, misalnya tempat tinggalnya jauh dari museum. Museum dapat membuat program mendatangi calon pengunjung, antara lain dalam bentuk program museum keliling. Upaya ini untuk menghilangkan hambatan geografis, termasuk juga mengatasi keterbatasan waktu yang dimiliki calon pengunjung.

### **3.2 Pengunjung Berdasarkan Kondisi Demografi**

Pengunjung berdasarkan Kondisi Demografi antara lain dapat dibagi menjadi kategori usia, misalnya di bawah 5 tahun, 5-11, 12-19, 20-34, 35-49, 50-64, di atas 65 tahun. Kategori usia tersebut terutama di bawah usia 19 tahun juga mencerminkan tingkat pendidikan, tingkat penyerapan dan penguasaan, dan target pendidikan.

Pengunjung dengan usia di bawah 5 tahun tentu akan sulit menerima transfer ilmu pengetahuan mengenai suatu koleksi secara utuh. Dengan tingkat pendidikan *Pre-school*, *Play group*, dan Taman Kanak-kanak, maka pengunjung kategori ini lebih diharapkan untuk mengenali objek atau koleksi, belum mengarah pada pengetahuan yang lebih dalam mengenai koleksi tersebut. Proses pendidikan diterapkan sembari bermain, bahkan porsi permainan harus lebih besar ketimbang pengarahan satu arah dan diskusi. Patut diingat bahwa pengunjung dengan kategori ini belum memiliki kepekaan untuk melestarikan koleksi dan cenderung ingin memegang koleksi. Oleh sebab itu, pendidikan yang sesuai dapat dilakukan dengan menggunakan duplikat atau replika sembari bermain.



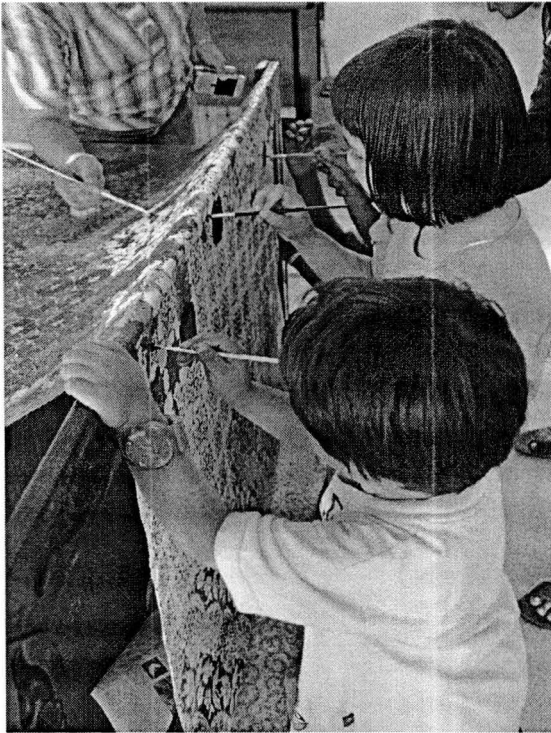


Foto 3.6 Pengunjung museum usia 5 tahun ke bawah  
(Gultom, 2012)

Pengunjung dengan usia 5-11 tahun di Indonesia termasuk dalam tingkat pendidikan formal berupa Sekolah Dasar. Pengunjung kategori ini mulai dapat mengenali objek atau koleksi dengan lebih baik. Proses pendidikan diterapkan dengan cara pengarahan satu arah diselingi tanya jawab. Patut diingat bahwa pengunjung dengan kategori ini memiliki rasa ingin tahu yang besar dan berpikir dengan cara pandang dunianya sendiri, yakni dunia anak-anak. Pengelola museum harus siap dengan beragam pertanyaan tak terduga yang juga harus dijawab dengan menggunakan bahasa anak-anak.

Pengunjung kategori ini hendaknya tidak terlalu dibebani beragam tugas dari sekolah, misalnya mencatat dan menghafal, melainkan cukup diberikan informasi melalui brosur dan produk penerbitan atau media edukasi lainnya. Beban yang berat akan berdampak pada macetnya imajinasi dan kreativitas anak. Selain itu, dikhawatirkan anak-anak akan merasa tegang, terpaksa, dan bosan selama berada di museum.



Foto 3.7 Pengunjung museum usia 5 – 11 tahun  
(Yulianto, 2012)

Pengunjung dengan usia 12-19 tahun di Indonesia termasuk dalam tingkat pendidikan sekolah menengah, yakni Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas. Pengunjung dengan kategori ini umumnya telah memiliki

pengetahuan awal mengenai koleksi yang akan dilihatnya di museum. Pengetahuan awal tersebut telah didapatnya dari materi pelajaran di sekolahnya. Oleh karena itu, pengunjung kategori ini hendaknya memperoleh pengetahuan tambahan, selain pengetahuan yang telah didapatnya dari bangku sekolah.

Proses pendidikan yang berlangsung di museum dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab yang cukup intensif agar pengunjung dapat semakin memahami objek dan aspek yang pernah dipelajari di sekolahnya tersebut. Pihak museum sebaiknya telah mengetahui terlebih dulu kurikulum sekolah yang terkait dengan objek atau pengetahuan yang ada di museum. Dengan demikian, pihak museum diharapkan dapat membuat sebuah program yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung tersebut. Begitu pula dengan pihak sekolah, alangkah lebih baik apabila dapat mencari tahu terlebih dulu pengetahuan apa yang terdapat di museum, sehingga mereka dapat memberikan bekal kepada para siswa sebelum berkunjung ke museum.



Foto 3.8 Pengunjung usia 12 – 19 tahun  
(Yulianto, 2011)

Pengunjung yang berasal dari berbagai negara yang berbeda tentu memerlukan penanganan yang berbeda pula. Oleh karena itu, pengelola museum perlu membuat pelayanan museum dalam berbagai bahasa. Pelayanan tersebut dapat berupa terbitan dalam berbagai bahasa. Pemandu di museum juga hendaknya menguasai beberapa bahasa agar mampu menjelaskan dengan baik mengenai koleksi dan museum. Layanan bahasa asing tertentu pada hari tertentu juga dapat diterapkan, misalnya pemanduan dalam bahasa Perancis dilakukan setiap hari Rabu.



Foto 3.9. Pengunjung dari negara lain  
(Akbar, 2004)

### 3.3 Pengunjung Berdasarkan Kondisi Psikografi

Pengunjung berdasarkan kondisi psikografi, misalnya komunitas pengendara motor besar. Komunitas-komunitas seperti ini umumnya menggunakan museum untuk keperluan bertemu, sehingga ruangan serba guna atau ruang terbuka (*outdoor*) yang dimiliki museum akan menjadi tempat pertemuan komunitas ini. Selain itu, komunitas seperti ini biasanya tertarik untuk mengetahui suatu aspek atau suatu koleksi yang terkait dengan kegiatan komunitas tersebut. Komunitas motor besar, misalnya, akan tertarik dengan koleksi motor tua yang terdapat di museum yang dikunjunginya. Pengelola museum hendaknya mempersiapkan diri untuk komunitas-komunitas yang tertarik pada satu aspek atau satu koleksi saja.



Foto 3.10 Komunitas fotografi di Museum Satria Mandala  
(Sumber foto: <http://www.fotografer.net/forum/forum.view.php?id=3194509078>)

### 3.4 Pengunjung Berdasarkan Perilaku

Pengunjung berdasarkan perilaku terhadap museum, misalnya antusias, positif, acuh tak acuh, negatif, dan bermusuhan. Pengelola museum umumnya tidak dapat memilih calon pengunjung yang datang. Perilaku pengunjung juga dapat berubah-ubah sesuai kondisi dan suasana hati pengunjung. Oleh karenanya, pengelola museum mesti siap dengan berbagai perilaku pengunjung.

Para ahli membuat kategori pengunjung berdasarkan atas pemahaman bahwa pengunjung pada dasarnya beragam. Oleh karena itu penanganan dan pelayanan yang dilakukan pengelola museum juga harus beragam. Hal ini dimaksudkan agar salah satu tujuan museum, yakni pendidikan, dapat tercapai dengan baik. Pengelola museum hendaknya mengetahui kategori dan harapan pengunjung agar dapat menggunakan bentuk pelayanan yang sesuai dengan kategori dan harapan pengunjung tersebut.

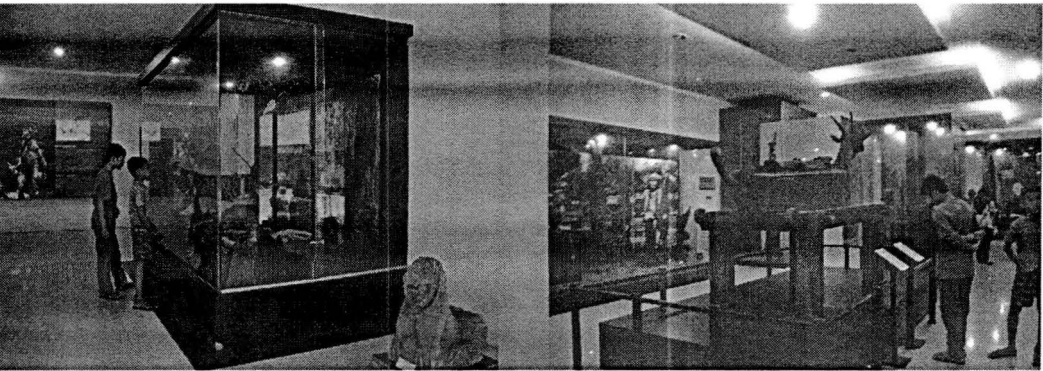


Foto 3.11 Perilaku pengunjung museum yang berubah-ubah  
(Sulistyowati, 2011)



## Rangkuman

Museum tentu saja tidak dapat dipisahkan dari pengunjungnya, bahkan museum dibuka untuk dikunjungi orang. Oleh karena itu, museum sebenarnya harus mengetahui beragam hal mengenai pengunjung. Museum harus mengetahui siapa calon pengunjungnya, di mana calon pengunjung tersebut bertempat tinggal atau beraktivitas, kapan kira-kira calon pengunjung itu akan datang, apa yang dibutuhkan pengunjung dari museum, apa yang ditawarkan oleh museum kepada pengunjung, pengalaman apa yang diperoleh pengunjung selama di museum, dan kesan yang akan diingat setelah keluar dari museum.

## Latihan

1. Mengapa museum harus mengetahui kategori pengunjung museum? Jelaskan dan berikan contoh!
2. Sebutkan komunitas atau kelompok gaya hidup yang sering berkunjung ke museum! Pengetahuan seperti apa yang mereka minati?

## Bahan Pendalaman

Neil G. Kotler, Philip Kotler, Wendy I. Kotler. 2008. *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. Second Edition. San Fransisco: Jossey-Bass. Chapter 5. Halaman 115-127.

Buku ini menyinggung kategori pengunjung museum berdasarkan berbagai kondisi, misalnya demografi dan psikografi. Pemilahan awal menjadi dasar untuk menetapkan target pengunjung yang diharapkan datang ke museum.



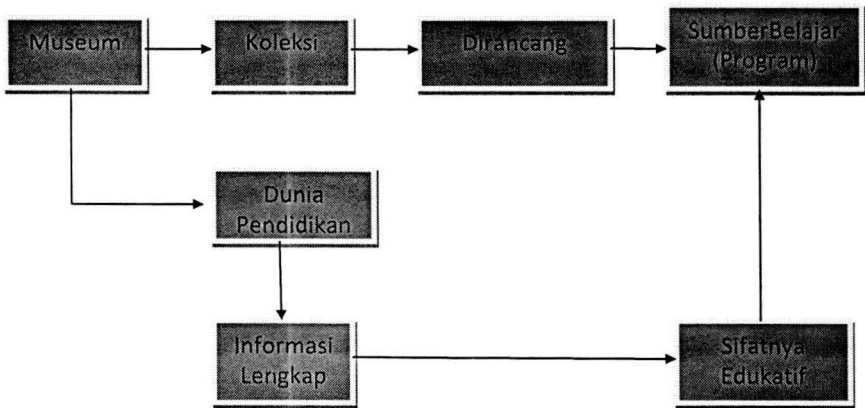
## **BAB IV**

### **MACAM-MACAM KEGIATAN EDUKASI**

Pada umumnya tujuan kegiatan edukasi di museum adalah memberi rangsangan (stimulan) kepada pengunjung, khususnya para pelajar untuk mengembangkan daya imajinasi dan kepekaan mereka. Pelaksanaan kegiatan edukasi di museum diharapkan dapat membantu pencapaian tujuan pendidikan.

Pada awalnya museum dalam memberi pelayanan kepada pengunjung masih bersifat konvensional, yaitu hanya memberi ceramah atau diskusi. Itu pun harus disesuaikan dengan kurikulum atau pelajaran sekolah. Kemudian museum memberi bimbingan dengan cara berkeliling melihat koleksi yang dipamerkan. Setelah itu terjadilah perubahan dengan dibuatnya macam-macam kegiatan yang bernuansa edukasi, sehingga mau tidak mau pihak museum harus bekerja keras untuk merencanakan dan membuat program-program edukasi. Sebenarnya museum sebagai salah satu tempat “sumber belajar” baru dimanfaatkan oleh pengunjung. Sebagai sumber belajar yang dirancang berdasarkan kebutuhan pengunjung, belum dilakukan oleh pihak museum.

**Bagan 4.1 Kerja Sama Museum dengan Dunia Pendidikan dalam Merancang Program Kegiatan Edukasi**



(Sumber: Asiarto, 1994)

Jadi kerja sama museum dengan dunia pendidikan diperlukan dalam rangka merencanakan dan membuat program-program yang bersifat edukatif. Program-program ini akan berupa paket-paket kegiatan yang dapat ditawarkan ke pengunjung museum. Mereka dapat memilih kegiatan apa yang mereka perlukan.

Dalam merancang program atau kegiatan museum, sudah waktunya melakukan kerja sama dengan dunia pendidikan (guru dan perancang pendidikan) untuk membuat macam-macam kegiatan edukasi. Macam-macam kegiatan edukasi itu dapat berupa:

#### **4.1. Bimbingan Keliling Museum.**

Agar kunjungan keliling museum dapat berhasil dengan baik, harus diusahakan suatu penyelenggaraan bimbingan keliling yang sempurna dalam persiapan. Misalnya guru mempersiapkan bahan ajar sebelum mereka mengajar. Di

antaranya yang terpenting adalah adanya hubungan kerja sama yang baik antara pihak museum dengan pimpinan rombongan (guru). Persiapan kunjungan yang direncanakan akan selalu dimulai dengan menentukan tujuan kunjungan. Hal ini diperlukan untuk menentukan persiapan lebih lanjut. Pengunjung museum harus mengerti dan memahami apa maksud kunjungannya, sehingga mereka akan menyiapkan diri untuk melakukan suatu tugas dalam kunjungan tersebut. Mereka melihat dan mendengar, serta memperhatikan pada kegiatan yang telah ditetapkan bersama. Petugas bimbingan (pemandu) museum harus menyiapkan keperluan-keperluan yang akan digunakan, baik berupa materi ataupun topiknnya. Kerja sama antara petugas museum dengan pengunjung sangat perlu, agar satu dengan lainnya dapat saling mengisi dalam menunaikan tugasnya. Pihak museum sebagai pemberi bimbingan keliling museum, sementara pimpinan rombongan (guru) sebagai pendamping siswa.



Foto 4.1 Kegiatan bimbingan keliling museum (Dok.Musnaspro)

## 4.2. Ceramah dan Diskusi.

Kegiatan ceramah dan diskusi museum harus memiliki sarana berupa tempat atau ruangan. Kegiatan ini biasanya dilakukan untuk membahas topik-topik khusus dan selalu berhubungan dengan koleksi museum, juga dapat memperkenalkan kekayaan budaya. Isi ceramah atau diskusi harus sesuai dengan taraf pendidikan dan pengetahuan pengunjung atau pesertanya. Yang dimaksud di sini adalah bila ceramah atau diskusi itu diperuntukkan siswa SLTP ataupun siswa SMA/SMK, maka materi ceramah atau diskusi itu harus disesuaikan dengan kurikulum mereka. Berhubung tujuan ceramah atau diskusi adalah untuk menambah wawasan dan pengayaan pengetahuan pengunjung, maka topik atau materi dibicarakan terlebih dulu antara pihak museum dengan calon pengunjung (siswa).

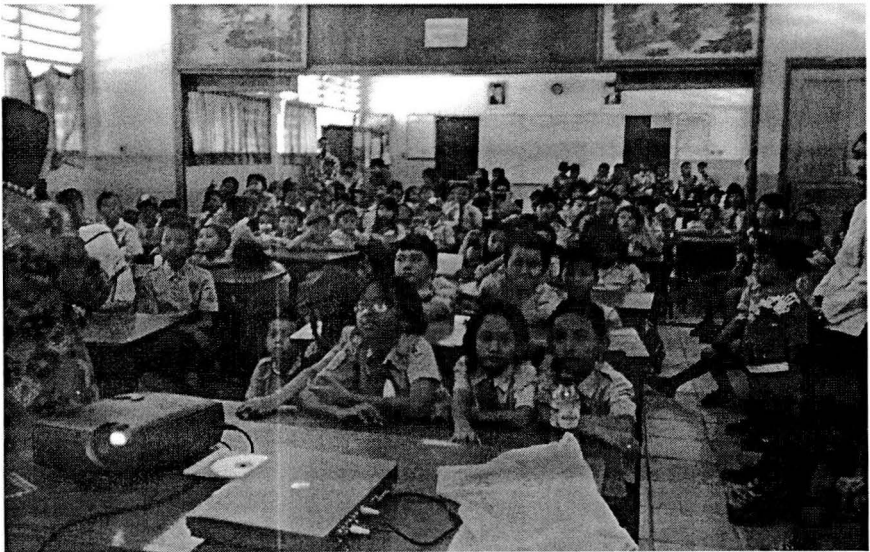


Foto 4.2 Kegiatan ceramah/diskusi dengan acara khusus (Dok. Musnaspro).

### 4.3. Kegiatan Pemutaran Film atau VCD.

Kegiatan pemutaran film atau VCD juga merupakan salah satu cara pemberian pelayanan edukasi kepada pengunjung museum, khususnya kepada para pelajar. Dengan cara penyajian kegiatan yang demikian ini, akan menjelaskan suatu hasil kebudayaan atau suatu peristiwa sejarah. Kegiatan semacam ini sangat besar manfaatnya. Kegiatan ini dilakukan agar pengunjung dapat melihat lebih jelas tentang proses pembuatan suatu koleksi atau fungsi dari benda itu sesungguhnya.

Kegiatan pemutaran film atau VCD memiliki segi yang menarik dan menyenangkan bagi pengunjung, khususnya bagi para pelajar. Dengan demikian pengetahuan yang didapat akan lebih mudah dicerna dan diingat, karena menarik dalam penyajiannya.

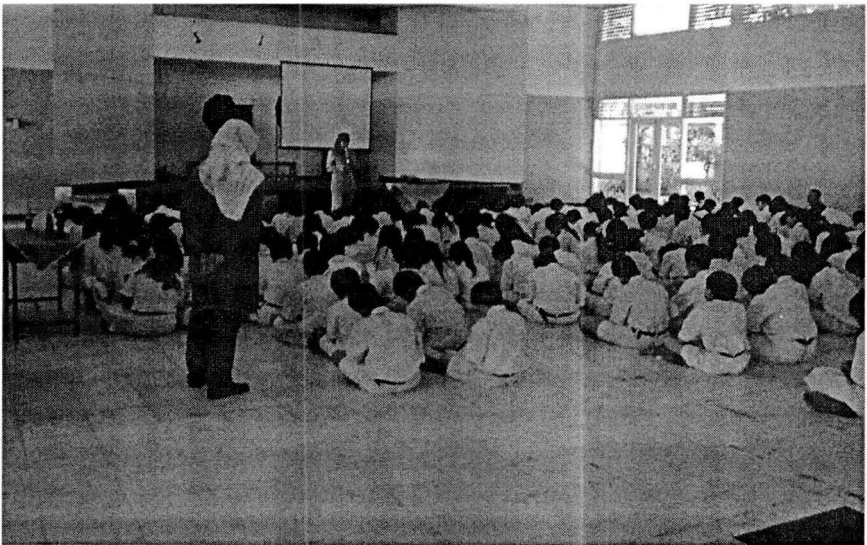


Foto 4.3 Kegiatan pemutaran film/VCD (Dok.Musnaspro)



#### 4.4. Kegiatan Bimbingan Karya Tulis.

Kegiatan bimbingan karya tulis adalah suatu kegiatan pemberian bimbingan atau melayani kepada para siswa SMA/SMK dalam menyusun karya tulis, sebagai tugas akhir dalam mengikuti Evaluasi Belajar Tahap Akhir di sekolah. Museum dalam hal ini dapat memberikan pelayanan dengan memberi bimbingan dan informasi sesuai dengan keperluan mereka datang ke museum. Secara tidak langsung museum dapat berperan sebagai sumber informasi kepada para siswa, dan para siswa dilatih untuk mencari dan menelaah informasi atau sumber bahan koleksi museum. Jadi museum harus dapat menyediakan bahan bacaan yang ada hubungannya dengan koleksi museum. Kegiatan bimbingan karya tulis ini sangat membantu pihak guru dalam proses belajar di sekolah, khususnya dalam menyusun karya tulis siswanya.

#### 4.5. Kegiatan Museum Keliling.

Penyelenggaraan kegiatan museum keliling dimaksudkan untuk memperluas pelayanan museum dalam memberikan informasi kepada masyarakat atau sekolah yang relatif jauh tempat tinggalnya dari museum. Kegiatan museum keliling bukan merupakan cara pemberian pelayanan edukasi yang baru, karena tujuan, isi dan prinsip-prinsip pokok programnya sama. Perbedaannya hanya terletak pada lokasi kegiatan tersebut dilaksanakan dan materi yang disajikan.

Macam-macam kegiatan edukasi ini masih banyak macamnya, seperti *Role Playing* (bermain peran), *Story-telling*, *Museum kit* (berupa paket program khusus), demonstrasi/ peragaan, *Self-instruction* (belajar sendiri dengan membaca instruksi yang harus dikerjakan), dan lain-lain kegiatan yang dapat dibuat oleh museum.



Foto 4.4. Kegiatan Museum Keliling (Dok.Musnaspro)

### **Rangkuman**

Berdasarkan uraian di atas dapat diambil suatu rangkuman materi pembelajaran bab 4, bahwa macam-macam kegiatan edukasi museum banyak bentuknya. Macam kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh museum adalah kegiatan keliling museum, kegiatan ceramah dan diskusi, kegiatan pemutaran film atau VCD, kegiatan bimbingan karya tulis, dan kegiatan museum keliling.

## **Latihan**

1. Sebutkan bentuk/macam kegiatan edukasi yang dapat dilakukan oleh museum, minimal lima macam dan jelaskan secara singkat!
2. Apa beda antara kegiatan keliling museum dengan kegiatan museum keliling? Jelaskan dengan singkat!

## **Bahan Pendalaman**

\*van Wengen, GD, *Pedoman Penalaran tentang Metode dan Teknik Penyajian dan Bimbingan Edukatif di Museum* (alih bahasa oleh Drs. Moh. Amir Sutaarga), Proyek Pengembangan Permuseuman Jakarta, Buku ini menjelaskan tentang cara dan bentuk kegiatan edukatif di museum.

\*Luthfi Asiaro, dkk; *Petunjuk Kegiatan Bimbingan Di Museum*, Dit. Museum, Jakarta, 1994. Buku ini memberi informasi tentang kegiatan bimbingan edukatif yang dapat dilakukan di museum secara sederhana, termasuk cara mempersiapkan, melaksanakan, dan evaluasi kegiatan.



# BAB V

## PUBLIKASI

### 5.1 Pengertian Publikasi di Museum

Publikasi merupakan suatu cara untuk menciptakan permintaan atau mempengaruhi permintaan dengan menonjolkan kesesuaian produk dengan permintaan. Tujuan pokok dari publikasi ialah memancing reaksi pasar dan menggerakkan calon konsumen agar mencari produk yang ditawarkan. Dalam kaitannya dengan publikasi di museum, sebuah publikasi harus merefleksikan maksud dan tujuan dari museum itu sendiri. Publikasi harus sesuai dengan koleksi museum beserta konteksnya (Ambrose dan Paine, 2006:119).

Menurut Kotler dan Kotler (2008:336), publikasi di museum adalah salah satu cara untuk menarik pengunjung. Namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh museum sebelum memutuskan jenis publikasi apa yang akan mereka buat. Hal-hal tersebut antara lain:

1. Jenis publikasi apa yang tepat untuk museum
2. Bagaimana museum dapat menjalankan dan mempromosikan publikasi tersebut di luar museum
3. Untuk apa museum membuat sebuah publikasi
4. Sampai sejauh mana publikasi berpengaruh terhadap pemasukan bagi museum.

Hal-hal tersebut tentunya sangat penting untuk menjadi bahan pertimbangan bagi museum sebelum memutuskan jenis publikasi apa yang tepat bagi museum. Ini karena mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi jenis

publikasi tertentu akan membutuhkan waktu, tenaga, dan juga biaya yang harus diperhitungkan oleh pihak museum. Oleh karena itu, walaupun jenisnya sangat beragam, pengelola museum harus dapat menentukan dengan tepat publikasi apa yang akan dibuat bagi museumnya.

Ambrose dan Paine juga menjelaskan bahwa publikasi dapat dibuat oleh museum itu sendiri, atau dibuat oleh museum kemudian diterbitkan oleh penerbit, atau dibuat dan diterbitkan oleh penerbit di luar museum. Bentuknya pun bisa sangat beragam, mulai dari katalog, buku panduan, artikel dalam jurnal akademik, buku untuk anak-anak, hingga dalam bentuk CD, video dan *website* (Ambrose dan Paine, 2006:120). Kerja sama dengan pihak lain ini tentunya dapat menjadi bahan pertimbangan bagi museum. Hal ini dapat meringankan beban museum, yakni dari segi pendanaan, waktu, dan tenaga yang mereka miliki. Terlebih lagi apabila disesuaikan dengan kondisi museum-museum di Indonesia, yang sebagian besar memiliki keterbatasan pada pendanaan.

Satu hal yang harus diperhatikan adalah publikasi di museum harus dibedakan dengan upaya promosi. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, jika publikasi adalah suatu upaya untuk menciptakan permintaan atau mempengaruhi permintaan masyarakat dengan cara menonjolkan kesesuaian antara produk dengan permintaan, maka promosi lebih untuk menyesuaikan produk dengan permintaan masyarakat. Contohnya adalah pembuatan brosur untuk mendukung kegiatan pameran temporer yang sedang digelar oleh museum, atau penyediaan lembar kerja siswa yang interaktif bagi pengunjung anak-anak. Publikasi di museum harus dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh museum kepada masyarakat. Lewat pesan tersebut, museum berupaya untuk menyampaikan misi edukasinya lewat cara yang lebih populer kepada masyarakat. Pesan yang dimaksud dapat disampaikan dalam berbagai macam bentuk, yaitu ilustrasi gambar, foto, atau tulisan, yang harus disesuaikan kembali dengan media publikasi yang akan digunakan oleh museum.

## 5.2 Jenis-jenis Publikasi di Museum

Publikasi di museum sangat beragam, tergantung dari kebutuhan dan kemampuan museum untuk menyediakan media publikasi tersebut. Berikut ini adalah beberapa bentuk publikasi yang dapat disediakan oleh museum-museum di Indonesia:

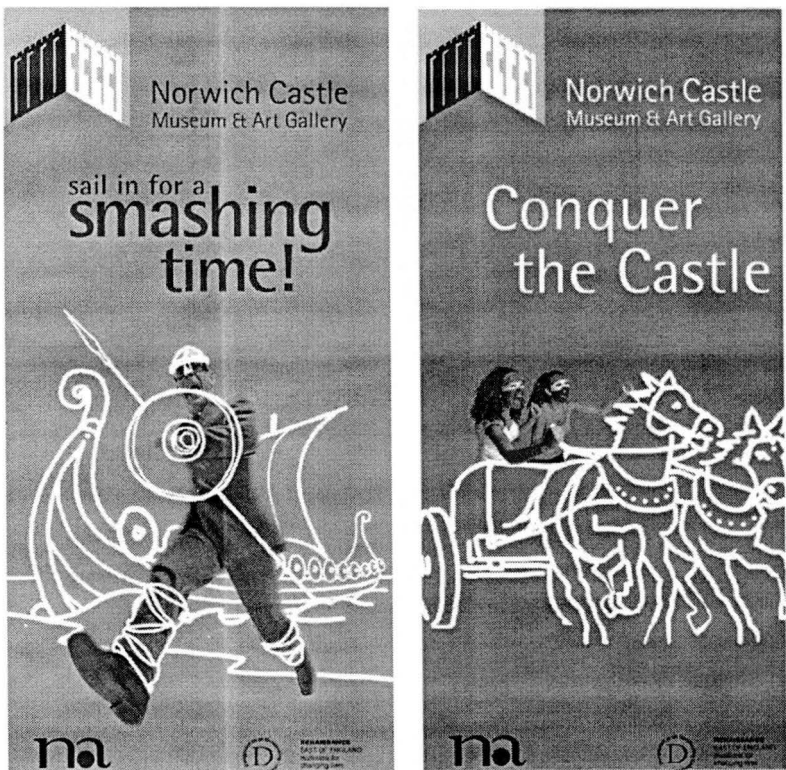
### a. Brosur

Menurut definisi UNESCO, brosur adalah terbitan tidak berkala yang tidak dijilid keras, lengkap (dalam satu kali terbitan), memiliki paling sedikit lima halaman tetapi tidak lebih dari 48 halaman, di luar perhitungan sampul (*The ALA Glossary of Library dan Information Science*. American Library Association, 1983).

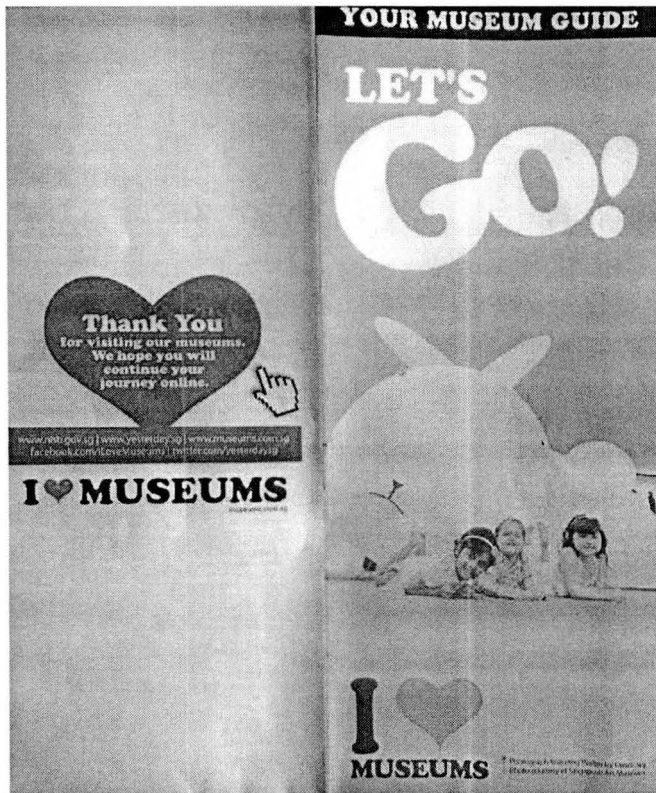
Brosur yang dibuat oleh museum adalah publikasi resmi yang dibuat oleh museum tersebut dalam bentuk cetakan, yang berisi informasi mengenai suatu produk, layanan, atau program museum. Brosur ditujukan kepada pasar sasaran (*target market*) atau khalayak sasaran (*target audiens*) tertentu. Brosur bersifat umum karena disajikan untuk khalayak ramai untuk menginterpretasikan produk atau suatu layanan yang ingin disebar. Cetakan brosur biasanya hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa dijilid. Informasi yang termuat di dalam brosur berisi keterangan singkat (namun diupayakan selengkap mungkin) mengenai profil museum, berbagai koleksi yang dimiliki, layanan yang disediakan atau program-program tertentu yang sedang digagas oleh museum. Belakangan ini, seiring dengan perkembangan teknologi informasi, selain dibuat dalam bentuk cetakan, brosur juga dibuat dalam bentuk digital, sehingga dapat diunduh oleh siapa pun yang membutuhkan.

Brosur sebenarnya tidak perlu dibuat dengan bahan yang mahal, karena yang terpenting adalah informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Sebaiknya pula, brosur tidak hanya diberikan kepada pengunjung yang datang ke museum tersebut, tapi disebar di tempat-

tempat umum. Terlebih bila orang belum mengetahui atau mengenal museum bersangkutan, misalnya di terminal bandara, toko buku, tempat-tempat wisata, agen wisata perjalanan, dan lembaga pendidikan.



Gambar 5.1 Contoh brosur dari Norwich Castle Museum and Art Gallery (Sumber: Kotler dan Kotler, 2008:377)



Gambar 5.2 Brosur National Museum of Singapore  
(Sumber: National Museum of Singapore, 2012)

#### b. Pamflet dan Leaflet

Pamflet (pamphlet) adalah semacam *booklet* (buku kecil) yang tak berjilid. Mungkin hanya terdiri satu lembar yang dicetak di kedua permukaannya. Tapi bisa juga dilipat di bagian tengahnya sehingga menjadi empat halaman. Bahkan dilipat tiga sampai empat kali hingga menjadi beberapa halaman. Jika dilipat menjadi empat, pamflet itu memiliki nama tersendiri yaitu *leaflet*. Penggunaan

pamflet atau *leaflet* umumnya dilakukan untuk penyebaran informasi. Pamflet pertama kali diperkenalkan pada 1387 sebagai “pamphilet” atau “panffet” yang mengikuti kepopuleran komik satir kala itu berjudul *Phamphilus, Seu de Amore*. *Phampilus* artinya dicintai semua orang (<http://ml.scribd.com/doc/57196210/Leaflet-Dan-Pamflet>).



Gambar 5.3 Contoh-contoh pamflet di Cartoon Museum (London, Inggris) pada waktu Pameran “Marriage a la Mode – Royals and Commoners In and Out of Love” (Sumber: <http://pamfletzine.wordpress.com/>)





Gambar 5.4 Contoh leaflet yang diunduh dari euromuse.net  
(Sumber: [http://www.euromuse.net/project/public\\_docs/lobbying/euromuse\\_museum\\_en/](http://www.euromuse.net/project/public_docs/lobbying/euromuse_museum_en/)  
Euromuse\_museum\_en.jpg)

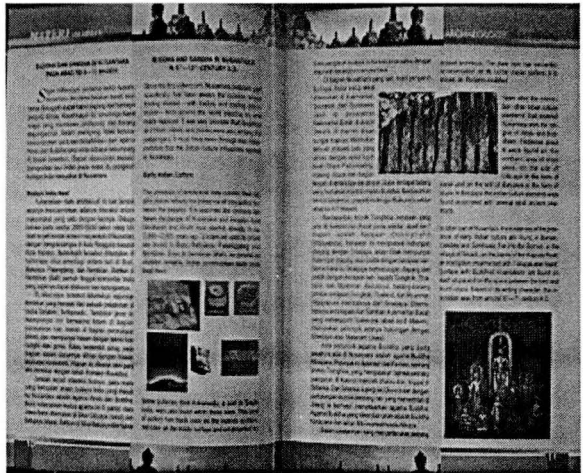
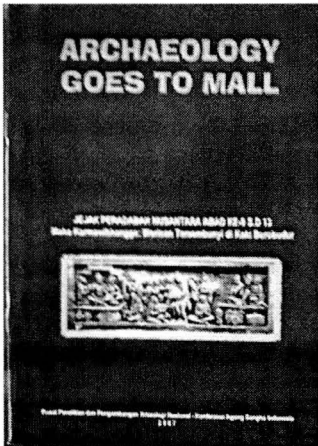
### c. Booklet dan Katalog

Informasi mengenai koleksi atau pameran temporer dapat disampaikan melalui media seperti *booklet* atau katalog. Teks dan ilustrasi yang terkandung di dalam *booklet* atau katalog dapat menggabungkan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh pengunjung ketika datang ke pameran. Oleh sebab itu, sangat penting bagi museum untuk dapat mengingat siapa pengunjung atau pengguna museum, sehingga publikasi yang dibuat dalam bentuk panduan atau katalog dapat disesuaikan dengan pengunjung museum. Misalnya panduan dan katalog untuk pengunjung anak-anak dan remaja harus dibuat menarik dan menghibur, sehingga isinya dapat berupa gambar-gambar dan dalam bentuk komik. Sebaliknya, pengunjung yang lebih dewasa akan lebih menangkap informasi yang disertai interpretasi, termasuk hasil penelitian yang dilakukan oleh kurator atau peneliti dari luar museum.

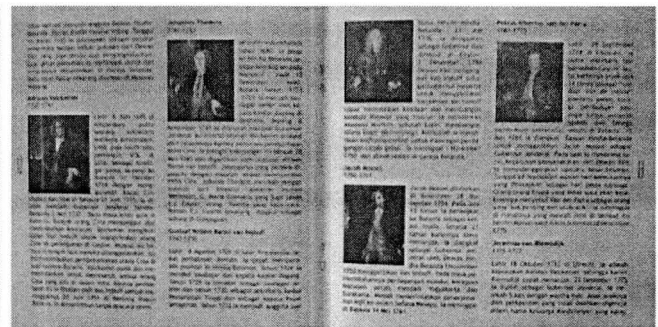
Informasi dan pengetahuan yang terkandung dalam katalog atau *booklet* tidak hanya bermanfaat atau hanya dapat digunakan pada saat suatu pameran berlangsung. Namun, informasi tersebut akan dapat digunakan oleh pengunjung seumur hidup mereka. Contohnya adalah katalog pameran *Archaeology Goes to Mall* yang digagas oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Arkeologi Nasional bekerja sama dengan Konferensi Agung Sangha Indonesia pada 2007. Pameran bertema “Jejak Peradaban Nusantara Abad ke-9 s.d 13: *Mahakarmawibhangga: Warisan Tersembunyi di Kaki Borobudur*” ini hanya berlangsung selama dua pekan, namun informasi dan pengetahuan yang terdapat dalam katalog pameran dapat digunakan oleh para pengunjung seumur hidup mereka.

Katalog pameran sering kali dijual, artinya tidak diberikan secara gratis untuk pengunjung museum. Hal ini karena untuk pembuatan sebuah katalog terkadang membutuhkan biaya yang besar, mengingat banyaknya jumlah halaman yang harus dicetak, disertai dengan gambar atau ilustrasi. Dengan demikian untuk mengganti biaya pembuatan katalog, sering kali katalog tersebut dijual. Oleh sebab itu, kemudian muncul *booklet* yang berukuran lebih kecil, diberi ilustrasi tentang museum atau koleksi museum yang bersangkutan. *Booklet* dijual dengan harga lebih murah, sehingga kemudian diminati oleh pengunjung sebagai cenderamata (Kotler dan Kotler, 2008:338).



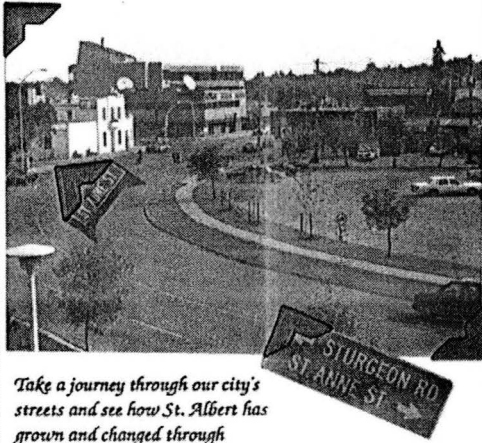


Gambar 5.5 Katalog Pameran *Archaeology Goes to Mall*, pada tahun 2007  
(Sumber: Puslitbangarkenas, 2007)



Gambar 5.6 Katalog Pameran Koleksi dan Lukisan “Gubernur Jenderal dan Tokoh VOC di Batavia”  
(Sumber: Museum Sejarah Jakarta, 2007)

## A HISTORY OF THE STREET NAMES IN ST. ALBERT



*Take a journey through our city's streets and see how St. Albert has grown and changed through the years.*

**mm**  
musée héritage museum  
5 St. Anne Street, St. Albert, Alberta  
Ph. 403-459-1528

Gambar 5.7 Contoh *booklet* yang dikeluarkan oleh *Musee Heritage Museum* (Sumber: <http://www.stalbert.ca/uploads/files/Scan%20Of%20Museum%20BookletCover%201.jpg>)

#### d. Cenderamata

Cenderamata juga dapat menjadi media publikasi bagi museum. Hal ini berkaitan dengan kebiasaan seseorang untuk memberikan kenang-kenangan kepada saudara atau temannya dari tempat yang mereka kunjungi. Dengan membuat cenderamata yang menarik tentunya akan memberi kesan yang baik bagi pengunjung dan juga bagi

mereka yang mendapatkan cenderamata tersebut. Pesan dan informasi edukasi yang ingin disampaikan oleh museum pun dapat disampaikan lewat cenderamata museum ini, misalnya lewat gambar atau tulisan yang tertera pada cenderamata museum. Contohnya adalah cenderamata yang dibuat oleh *Museum of Islamic Arts Malaysia*. Pada cenderamata yang berupa buku catatan berukuran kecil tersebut, di bagian muka terdapat gambar dinasti Mullah sebelum pemerintahan India di tahun 1595 Masehi. Keterangan gambar tersebut, tidak berada di bagian muka, melainkan pada bagian belakang.

Walaupun sederhana, namun tampak adanya upaya museum untuk menyampaikan pengetahuan kepada pengunjung yang datang dan membeli cenderamata di toko cenderamata museum. Informasi ini tentunya juga dapat menyebar ke orang lain, apabila cenderamata tersebut diberikan sebagai kenang-kenangan kepada teman atau kerabat.

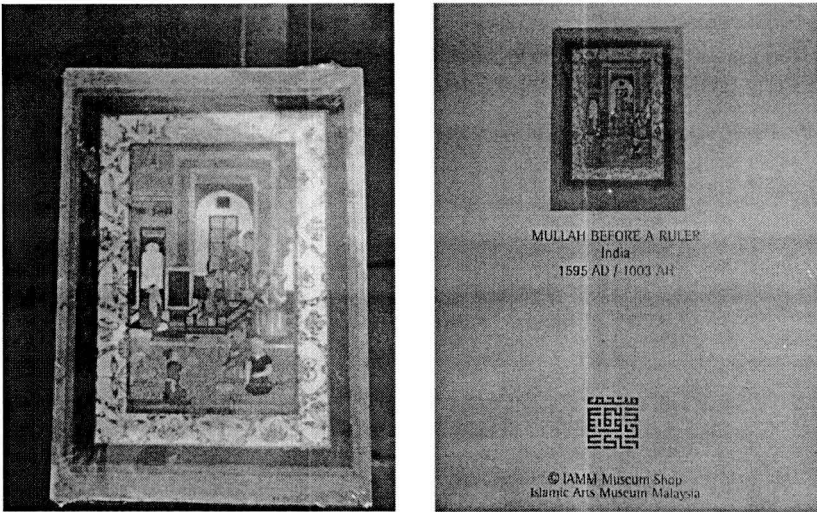


Foto 5.1 Cenderamata dengan informasi yang terkandung di dalamnya (Sumber: Museum of Islamic Arts Malaysia, 2012)

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh museum untuk mengembangkan produk cenderamata ini, antara lain:

1. Pertama, museum dapat menjadikan koleksi di museumnya sebagai produk cenderamata dengan cara mereproduksi menjadi bentuk-bentuk seperti gantungan

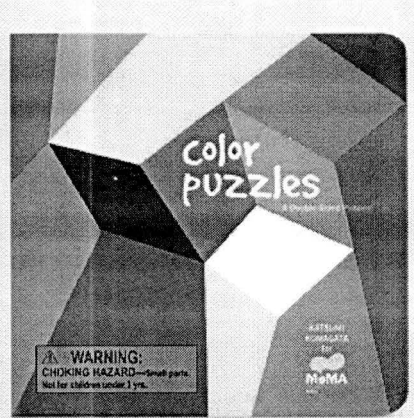
kunci, kartu pos, pembatas buku, kaos, mug, dan pensil. Keragaman dan kualitas menjadi hal yang penting, karena dengan menjadi salah satu produk museum, benda tersebut telah memiliki harga jual yang tinggi.



Foto 5.2 Pin cenderamata pameran “Keragaman Alat Musik” di Museum Nasional  
(Sumber: Museum Nasional, 2011)

2. Kedua, museum dapat membuat program *private labelling*, yaitu program yang memberikan izin kepada toko cenderamata museum untuk membuat berbagai

produk dengan menyertakan label berupa nama atau logo museum (Mottner dan Ford, 2003:3). Label museum ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan, karena produk yang diasosiasikan dengan sebuah benda adalah salah satu taktik dalam strategi pemasaran.



Gambar 5.9 Label Museum Ullen Sentalu dan Museum of Modern Art (MOMA) pada salah satu cenderamata (Sumber: Museum Ullen Sentalu, 2011 dan [https://www.momastore.org/museum/moma/CategoryDisplay\\_10451\\_10001\\_26698\\_26698\\_1\\_Y\\_Kids](https://www.momastore.org/museum/moma/CategoryDisplay_10451_10001_26698_26698_1_Y_Kids))

3. Museum juga dapat mengembangkan satu *brand* yang menjadi ciri dari museum tersebut untuk ‘ditempelkan’ pada produk museum. Menurut Kotler, *brand* didefinisikan sebagai sebuah nama, tanda, simbol, desain, atau kombinasi semuanya yang bertujuan untuk menjadi identitas barang-barang dan layanan dari seorang atau sekelompok penjual, yang membedakan

mereka dari kompetitornya (Kotler dan Kotler, 2008:138). Sebagai contoh, Museum Sejarah Jakarta selama ini menggunakan gambar kubah pada bangunan utamanya sebagai logo pada produk museumnya. Gambar ini dapat dijadikan *brand* oleh museum, sehingga semua benda yang memiliki gambar ini adalah benda-benda yang dikeluarkan atau dimiliki oleh Museum Sejarah Jakarta.

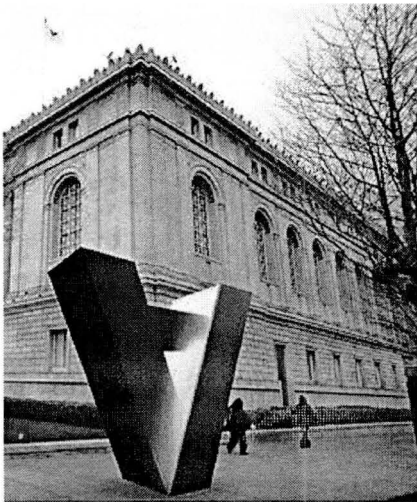
Contoh lain yang ada di luar negeri adalah *brand* Asian Art Museum di San Fransisco yang cukup unik, yaitu bentuk huruf “A” tiga dimensi yang terbalik. Maksud dari penciptaan *brand* ini adalah agar museum dapat membangun pengalaman yang berkaitan dengan seni, membuat berbagai program dan pameran yang menghubungkan antar kebudayaan, untuk menginspirasi seni dan pemikiran baru lewat debat, dialog, dan provokasi. Pencipta *brand* museum, Wolf Ollins, bermaksud agar lewat logo baru ini, Asian Art Museum dapat merefleksikan pandangan-pandangan baru dan mengundang seluruh seni dan budaya di Asia lewat cara-cara baru yang terkadang mengejutkan (<http://www.dexigner.com/news/23965#ixzz251eluhLI>).

Salah satu contoh museum yang berhasil mempublikasikan diri lewat cenderamata adalah *New York Museum of Modern Art (MOMA)* yang berada di New York dan Museum Louvre di Perancis. *Museum of Modern Art* terkenal dengan toko cenderamatanya, sehingga membuat orang khusus datang ke kota New York untuk membeli produk-produk MOMA yang direproduksi, seperti furnitur, benda-benda seni dari kaca, perhiasan, dan produk-produk berkualitas lainnya. Sementara pengunjung yang datang ke Museum Louvre diarahkan untuk melewati sederetan toko cenderamata sebelum mencapai museum (Kotler dan Kotler, 2008:315–316).

#### e. Penyebarluasan Informasi

Jika brosur, pamflet, *leaflet*, *booklet*, katalog, dan cenderamata sering kali harus

Foto 5.3 *Brand Asian Art Museum*  
(Sumber: <http://www.dexigner.com/news/23965>)



diperoleh oleh masyarakat jika mereka berkunjung ke museum, maka museum memiliki media publikasi lain yang dapat menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas, tanpa mereka harus mengunjungi museum. Media publikasi itu antara lain terbitan museum dan *website*.

### **e.1 Terbitan Berkala**

Museum memiliki beragam informasi dan pengetahuan yang ditujukan dan ingin disampaikan kepada masyarakat luas. Informasi dan pengetahuan tersebut dapat terkait dengan koleksi museum, pengelolaan museum atau bahkan berita-berita lain yang memiliki kaitan dengan museum. Topik atau bahasan yang ingin disampaikan pun beragam, mulai dari topik yang spesifik hingga umum, ditujukan untuk kalangan museum hingga masyarakat umum. Beberapa contoh dari terbitan berkala adalah jurnal, majalah, dan buletin.

Jurnal adalah terbitan berkala yang berbentuk pamflet berseri berisi bahan yang sangat diminati orang saat diterbitkan. Sementara itu, dikenal pula jurnal ilmiah,

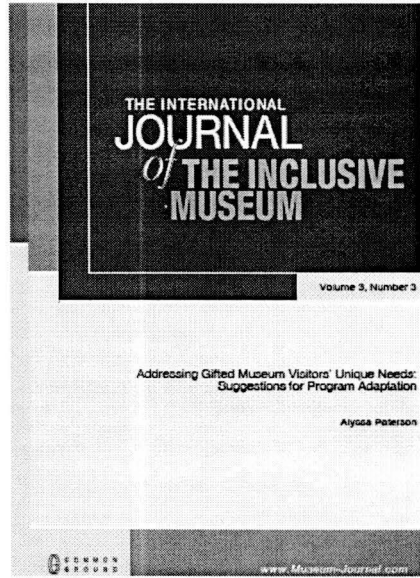
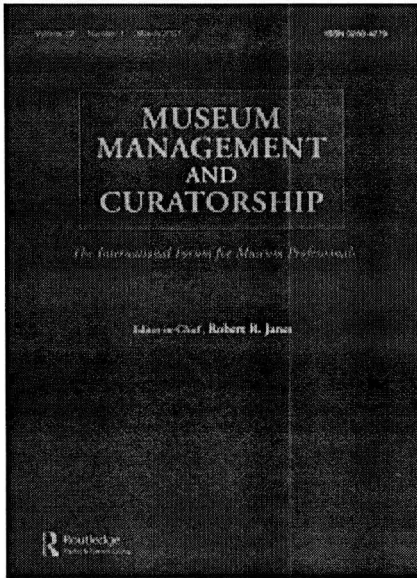
yaitu terbitan berkala yang berisi kajian-kajian ilmiah yang spesifik dan dalam bidang tertentu. Selain jurnal, ada pula majalah, yaitu terbitan berkala yang bukan harian, biasanya diidentifikasi dengan tanggal dan bukan nomor berseri. Kemudian buletin, yaitu terbitan berkala resmi yang dikeluarkan lembaga atau organisasi profesi ilmiah serta memuat berita, hasil dan laporan kegiatan dalam satu bidang (Rifai, 1995:57–95).

Walaupun memiliki perbedaan, namun ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi oleh terbitan berkala tersebut, yaitu:

1. Semua terbitan berkala harus mempunyai ukuran yang sama dan tetap setiap kali terbit,
2. Keseragaman tipografi harus dipertahankan dari artikel ke artikel dalam satu terbitan yang sama,
3. Apabila dalam satu terbitan berkala digabung dan jika tidak ada judul yang dapat digunakan harus dinyatakan sebagai terbitan berkala terbaru,
4. Apabila suatu terbitan berkala dipecah menjadi dua terbitan atau lebih judul asli terbitan tidak dipertahankan, penomoran terbitan berkala baru harus dimulai dari volume,
5. Semua perubahan pada nomor 3 dan 4 di atas, begitu juga dengan perubahan judul atau frekuensi harus disebutkan dengan jelas dalam beberapa terbitan sebelumnya, mendahului perubahan yang akan dibuat (LIPI, 1999:5–6).

Berbagai terbitan berkala ini sekarang tidak hanya dijumpai dalam bentuk cetakan, tetapi juga dalam bentuk *soft-file* yang dapat diunduh dari *website* museum. Hal ini karena pihak pengelola museum menyadari bahwa dengan semakin berkembangnya ilmu permuseuman, maka membutuhkan publikasi sebagai media penyebaran dan pertukaran informasi serta pengetahuan yang sifatnya mendunia.

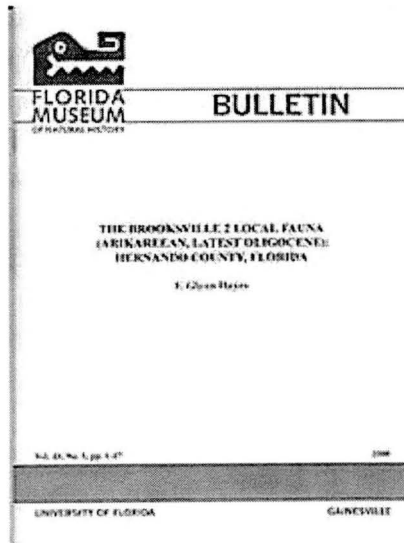
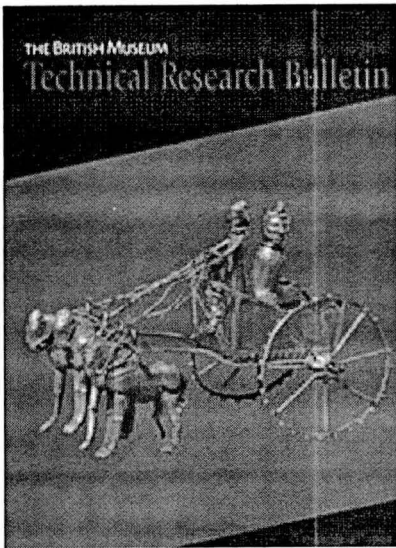




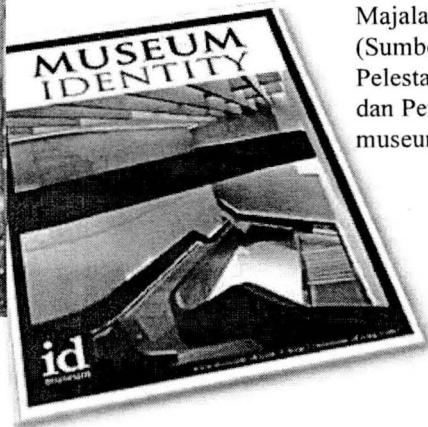
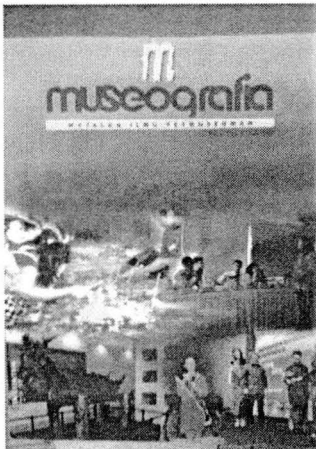
Gambar 5.10 Contoh Jurnal Museum

## e.2 Website

Seiring dengan perkembangan teknologi, museum pun memiliki pilihan untuk menyediakan informasi dan pengetahuan lewat berbagai cara, salah satunya lewat pengembangan *website* museum. *Website* ini juga menjadi sarana bagi museum untuk menjawab tantangan masyarakat yang semakin dinamis dan menghilangkan hambatan dalam hal aksesibilitas informasi. Ambrose dan Paine (2006:123) mengatakan bahwa kekuatan *website* adalah jangkauannya yang luas hingga dapat meraih daerah yang jauh dari museum, dan memungkinkan orang-orang yang tidak bisa datang ke museum untuk tetap terhubung melalui cara baru yang inovatif.



Gambar 5.11 Contoh Buletin Museum  
(Sumber: britishmuseum.org dan flmnh.ufl.edu)



Gambar 5.12 Contoh Majalah Museum  
(Sumber: Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman dan museum-id.com)

Lebih lanjut Ambrose dan Paine (2006:124) menyatakan bahwa tujuan dari museum virtual adalah untuk mengembangkan atau pengembangan kembali sebuah museum. Dengan demikian, tujuan dari *website* museum adalah:

1. Memastikan bahwa misi dan tujuan museum dijelaskan dengan tepat kepada pengunjung dan pengguna;
2. Memperkuat identitas museum;
3. Meningkatkan pemahaman tentang museum dengan menyediakan pengalaman kunjungan “pengganti”;
4. Membantu masyarakat yang berpotensi menjadi pengunjung museum untuk tetap mendapat informasi terbaru terkait dengan perkembangan museum;
5. Menyediakan forum bagi masyarakat untuk berdiskusi dan bertukar pikiran terkait dengan pengembangan, isi, dan masa depan museum;
6. Menyediakan alat pemasaran bagi museum serta membantu menciptakan pengunjung dan pengguna yang memiliki komitmen.

Tiap orang memiliki kepentingan yang berbeda-beda terhadap museum, begitu pula dengan layanan yang mereka harapkan diperoleh dari *website* museum. Ada yang membutuhkan informasi mengenai koleksi museum dalam rangka penelitian, mencari informasi mengenai pameran yang sedang berjalan di museum, mengakses jurnal museum, bahkan berbelanja secara *online* di toko cenderamata milik museum. Dengan demikian, dapat terlihat bahwa potensi pengembangan *website* bagi museum sangat besar, namun *website* ini juga memerlukan pengelolaan yang serius dan membutuhkan sumber daya manusia untuk pengelolaannya.

Untuk tahap awal, museum dapat menjalin kerja sama dengan komunitas-komunitas museum untuk membantu mereka mengembangkan *website* museum. Lebih lanjut, *website* ini dapat dikembangkan hingga menjadi museum virtual,

sehingga berbagai informasi yang disajikan oleh museum dapat diakses oleh masyarakat luas, dengan jangkauan tidak hanya dalam negeri, tetapi juga masyarakat di luar negeri selama 24 jam penuh. Isi *website* ini diharapkan tidak hanya sekadar memperlihatkan koleksi yang dimiliki oleh museum, tetapi juga berbagai program (termasuk tur untuk melihat pameran di museum secara virtual) yang disediakan dan berbagai fasilitas yang dimiliki museum.

Saat ini telah banyak museum di Indonesia yang mulai mengembangkan *website*, di antaranya:

1. Museum Nasional (<http://daftarweb.org/Referensi/Museum>)
  2. Museum Konfrensi Asia Afrika ([www.asianafican-museum.org](http://www.asianafican-museum.org))
  3. Museum Ronggowarsito ([www.museumronggowarsito.org](http://www.museumronggowarsito.org))
  4. Museum Rekor-Dunia Indonesia – MURI ([www.muri.org](http://www.muri.org))
  5. Museum Affandi ([www.affandi.org](http://www.affandi.org))
  6. Museum Listrik – TMII ([www.museumlistrik.org](http://www.museumlistrik.org))
  7. Rahmat Gallery ([www.rahmatgallery.com](http://www.rahmatgallery.com))
  8. Museum Mpu Tantular ([mputantular.tripod.com](http://mputantular.tripod.com))
  9. Museum Rudana ([www.museumrudana.com](http://www.museumrudana.com))
  10. Museum Bahari ([www.museumbahari.org](http://www.museumbahari.org))
  11. Museum Ullen Sentalu ([www.ullensentalu.com](http://www.ullensentalu.com))
  12. Museum Sumpah Pemuda ([www.museumsumpahpemuda.go.id](http://www.museumsumpahpemuda.go.id))
  13. Museum Pusaka Nias ([www.pusaka-nias.org](http://www.pusaka-nias.org))
  14. Agung Rai Museum of Art ([www.armamuseum.com](http://www.armamuseum.com))
  15. Museum Puri Lukisan ([www.mpl-ubud.com](http://www.mpl-ubud.com))
  16. Museum Gawitra ([www.museum-migas.go.id](http://www.museum-migas.go.id))
  17. Museum Angkatan Udara Indonesia ([www.imogiri.net](http://www.imogiri.net))
- (sumber: <http://daftarweb.org/Referensi/Museum>)



Gambar 5.13 Halaman muka *website* Museum Ullen Sentalu  
(Sumber: [www.ullensentalu.com](http://www.ullensentalu.com))

### e.3 *Vodcast*

*Vodcast* adalah video pendek yang dibuat dalam format digital. *Vodcast* dapat berisi materi tentang museum, koleksi yang dimiliki, maupun mengenai rangkuman tema sebuah pameran di museum. Ini kembali lagi pada tujuan dan sasaran yang hendak dicapai. *Vodcast* merupakan salah satu media publikasi yang juga dapat menjangkau masyarakat yang berada di luar museum dan masyarakat yang memiliki hambatan dalam mengakses informasi di museum (difabel). *Vodcast* dibuat dalam bentuk rekaman yang bisa disimpan dalam bentuk *soft-copy*, maka sangat mudah untuk disebarluaskan melalui jejaring sosial, atau lewat keping cakram yang kemudian dibagikan ke sekolah-sekolah.

Membuat sebuah *vodcast* tidak membutuhkan biaya besar, yang terpenting adalah kreativitas si pembuat. *Vodcast* dapat dibuat dengan terlebih dulu menentukan ide yang akan ditampilkan dalam sebuah *vodcast*. Ide ini harus sederhana karena *vodcast* hanya berdurasi sekitar 3–5 menit, sehingga informasi

yang akan dimasukkan harus dipilih dengan seksama. Setelah menentukan ide, kemudian ditentukan materi apa yang akan mengisi informasi di dalam *vodcast*. Materi tersebut berupa gambar dan foto, narasi, dan teks yang akan dimuat dalam *vodcast*.

Seperti telah dikatakan sebelumnya, *vodcast* ini dapat menjadi media penyampai informasi dan pengetahuan yang tepat bagi pengunjung museum atau masyarakat berkebutuhan khusus (difabel). Ini karena dalam setiap rekaman tersedia gambar, suara, dan teks. Durasi yang singkat pun memudahkan masyarakat untuk menangkap isi atau pesan yang disampaikan lewat *vodcast* tersebut.

### **Rangkuman**

Selain melalui pameran dan berbagai kegiatan edukatif lain, informasi dan pengetahuan yang ada di museum dapat disampaikan kepada masyarakat luas melalui publikasi. Publikasi di museum harus dapat merefleksikan maksud dan tujuan dari museum itu sendiri. Ada berbagai macam jenis publikasi, namun yang umum dijumpai di museum adalah brosur, pamflet dan *leaflet*, brosur dan katalog, cenderamata, terbitan berkala, *website*, dan *vodcast*. Berbagai jenis publikasi ini harus disesuaikan dengan tujuan museum dan kemampuan dari museum itu.

### **Latihan**

1. Apakah yang dimaksud dengan publikasi? Apa kaitan antara publikasi dengan museum?
2. Jelaskan persamaan dan perbedaan antara jurnal, majalah, dan buletin!
3. Jelaskan keuntungan pengembangan *website* bagi museum!

## **Bahan Pendalaman**

\*Ambrose, dan Paine. 2006. *Museum Basic*. Oxon: Routledge.

Buku ini berisi garis besar penyelenggaraan sebuah museum yang telah disesuaikan dengan permasalahan umum yang dihadapi oleh museum-museum di dunia. Pada unit 36, terdapat pembahasan tersendiri mengenai publikasi di museum dan unit 37 membahas mengenai *website* museum.

\*Susantio, Djulianto. 2010. "Blog GNCM: Komunikasi, Promosi, dan Interaksi Lewat Internet," dalam *Museografia* Vol. IV No. 6. Desember.

Artikel ini berisi tentang penggunaan teknologi informasi, yaitu internet, untuk memperkenalkan museum kepada masyarakat. Melalui internet ini, pihak pengelola museum maupun masyarakat dapat saling berinteraksi dan saling bertukar informasi.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Museum sebagai lembaga yang salah satunya bertugas untuk melayani masyarakat dalam bidang pendidikan, tentu harus memahami aspek-aspek mengenai pendidikan. Mengingat museum dirancang untuk dikunjungi oleh masyarakat umum, maka pendidikan untuk segala usia dan beragam kondisi pengunjung harus diketahui oleh pengelola museum.

Pada akhir modul ini diharapkan peserta bimbingan teknis telah menguasai materi pokok dan submateri pokok tentang Museum dan Pendidikan. Penguasaan materi tersebut menjadi syarat dan akan mempermudah peserta bimbingan teknis dalam mengikuti Pendidikan dan Pelatihan Tingkat Menengah. Dalam pendidikan tingkat menengah tentunya materi modul akan lebih luas dan mendalam, hal itu dapat dipahami dengan baik apabila para peserta bimbingan teknis membaca dan memahami dengan baik modul-modul yang disediakan di tingkat dasar.



## PUSTAKA ACUAN

- Ambrose, Timothy dan Crispin Paine. 2006. *Museum Basics*. Edisi II. London dan New York: Routledge.
- Asiarto, Luthfi dkk. 1994. *Buku Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Bimbingan Edukatif*. Depdikbud.
- Beer, Valorie. 1994. "The Problem and Promise of Museum Goals", dalam K. Moore (ed.), *Museum Management*. Routledge. Hlm. 31–40.
- Chandrawinata, Victor. 2007. "Cinta Indonesia Lewat Kunjungan Museum", dalam *Museografia* Vol.I No. 1. September.
- Edson, Gary dan David Dean. 1994. *The Handbook for Museums*. London: Routledge.
- Goodlad, Sinclair and Stephanie McIvor. 1998. *Museum Volunteers*. London: Routledge.
- Hein, George. E. 1998. *Learning in the Museum*. London: Routledge.
- Hudson, Kenneth. 1977. *Museum for the 1980's*. UNESCO.
- Hutomo, Prioyulianto. 2010. "Program Museum Untuk Publik," dalam *Pelatihan Tenaga Museum Bidang Program Museum Untuk Publik*. Surabaya, 12–21 Juli.
- ICOM Statutes, adopted by the 22nd General Assembly*. Vienna, Austria, 24 August 2007.
- LIPI. 1999. *Sistematika Penyajian Terbitan Berkala Sesuai Standar Nasional dan Internasional*.
- Kotler, Phillip dan Neil Kotler dan Wendy Kotler. 2008. *Museum Strategy and Marketing: designing missions, building audiences, generating revenue and*

*resources*. 2<sup>nd</sup> edition. San Fransisco: Jossey Bass.

Knubel, Cornelia Brüninghaus. 2004. "Museum Education in the Context of Museum Function," dalam *Running a Museum: A Practical Handbook*. ICOM.

McLean, Fiona. 1994. "Marketing in museum: a contextual analysis", dalam K. Moore (ed.), *Museum Management*. London: Routledge. Hlm. 216–231.

Moore, Kevin (ed.). 1994. *Museum management*. London dan New York: Routledge.

Peraturan Pemerintah No.19 tahun 1995.

Rifai, Mien A. 1995. Buku Pegangan Gaya Penulisan, Penyunting dan Penerbitan Karya Ilmiah Indonesia. Gadjah Mada University.

Schoten, F.F.J. *Pengantar Didaktik di Museum* (alihbahasa oleh drs. Moh. Amir Sutaarga). Reinwardt Cahier No. 4, Leiden.

Sutaarga, Amir. 1975. *Capita Selecta Museografi dan Museologi, Jilid I – III*. Direktorat Permuseuman.

Tanudirjo, Daud Aris. 2007. "Museum Sebagai Mitra Pendidik," dalam *Museografia* Vol. I No. 1 (September, 2007). Hlm. 15–32.

Wengen, G.D van. 1986. *Pedoman Penalaran Tentang Metode dan Teknik Penyajian dan Bimbingan Edukatif di Museum* (alihbahasa oleh Drs. Moh. Amir Sutaarga). Proyek Pengembangan Permuseuman. Jakarta.

*The ALA Glossary of Library dan Information Science*. American Library Association, 1983.

<http://fineshellart.blogspot.com>, diakses pada 27 Agustus 2012.

[www.kellielaughman.com/2012/01/here-is-studio-project-that-followed\\_25](http://www.kellielaughman.com/2012/01/here-is-studio-project-that-followed_25).

[html?m=1](#), diakses pada 27 Agustus 2012.

[northwoodschildrensmuseum.com](#), diakses pada 27 Agustus 2012.

[ppiptek-tmii.blogspot.com](#), diakses pada 27 Agustus 2012.

<http://www.aammuseum.org/images/j0433243.jpg>, diakses pada 27 Agustus 2012.

<http://www.bellaonline.com/articles/art42944.asp>, diakses pada 27 Agustus 2012.

[tang.skidmore.edu](#) dan [risd.digication.com](#), diakses pada 27 Agustus 2012.

<http://pamfletzine.wordpress.com/>, diakses pada 29 Agustus 2012.

[http://www.euromuse.net/project/public\\_docs/lobbying/euromuse\\_museum\\_en/Euromuse\\_museum\\_en.jpg](http://www.euromuse.net/project/public_docs/lobbying/euromuse_museum_en/Euromuse_museum_en.jpg), diakses pada 27 Agustus 2012.

<http://www.stalbert.ca/uploads/files/Scan%20Of%20Museum%20BookletCover%201.jpg>, diakses pada 29 Agustus 2012.

[https://www.momastore.org/museum/moma/CategoryDisplay\\_10451\\_10001\\_26698\\_26698\\_-1\\_Y\\_Kids](https://www.momastore.org/museum/moma/CategoryDisplay_10451_10001_26698_26698_-1_Y_Kids), diakses pada 29 Agustus 2012.

<http://www.designer.com/news/23965>, diakses pada 29 Agustus 2012.

<http://www.designer.com/news/23965#ixzz25IeluhLI>, diakses pada 29 Agustus 2012.

[britishmuseum.org](#) dan [flmnh.ufl.edu](#), diakses pada 30 Agustus 2012.

<http://daftarweb.org/Referensi/Museum>, diakses pada 30 Agustus 2012.

[www.ullensentalu.com](#), diakses pada 30 Agustus 2012.

<http://www.metmuseum.org/about-the-museum/museum-departments/conservation-and-scientific-research/paintings-conservation>, diakses pada 13 September 2012.

[http://www.dartmouth.edu/~classics/greece2003/updates/week1\\_2/march24.html](http://www.dartmouth.edu/~classics/greece2003/updates/week1_2/march24.html), diakses pada 13 September 2012.

<http://www.fotografer.net/forum/forum.view.php?id=3194509078>



Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman  
Direktorat Jenderal Kebudayaan  
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

