

# MODUL PENATA PAMERAN KOLEKSI MUSEUM

MODUL PENATA PAMERAN KOLEKSI MUSEUM



Komp Kemendikbud Ged E It 11  
Jl. Jend Sudirman Senayan Jakarta





## **MODUL PENATA PAMERAN MUSEUM**

**Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman**

**Direktorat Jenderal Kebudayaan**

**Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan**

**2018**

## **MODUL PENATA PAMERAN MUSEUM**

**(Edisi Pertama)**

**Pengarah:** Triana Wulandari

**Penanggung Jawab:** Yuni Astuti Ibrahim

**Editor:**

Yuni Astuti Ibrahim

Dani Djumastanto

Ivan Hadisaputra

### **Tim Penulis**

Yuni Astuti Ibrahim

Rochie Wawolangi Dajoh

Muhammad Natsir Ridwan M

Andini Perdana

Rohilfa Riza

Sari Juliastuti

Eva Laylatus S

Agung Wicaksono

Ciko Armi Riski

Bunga Octavia

### **Tata Letak**

Sub Direktorat Pembinaan Tenaga Cagar Budaya dan Permuseuman

### **Desain Sampul**

Adhiwira Nandiwardhana

**Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman  
Direktorat Jenderal Kebudayaan  
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan  
2018**

## PENGANTAR

### PENGANTAR

Sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 Tentang Museum, menyatakan bahwa penata pameran yaitu petugas teknis yang melakukan kegiatan perancangan dan penataan di museum. Tugas dan tanggung jawab penata pameran adalah mengoptimalkan peran museum sebagai komunikator benda koleksi yang ada di museum.

Pengelolaan Pameran Museum adalah serangkaian kegiatan yang menyangkut kegiatan pameran museum, dimulai dari persiapan, penyelenggaraan, dan pasca penyelenggaraan. Pada umumnya terdapat 3 (tiga) jenis pameran yang sering diselenggarakan museum. *Pertama*; pameran tetap yaitu bercirikan dengan waktu penyelenggaraan pameran yang relatif lama, tema pameran disesuaikan dengan visi dan misi museum. *Kedua*; pameran temporer bercirikan tema pameran ditentukan oleh hasil kajian pengunjung/kebutuhan pengunjung, jangka waktu pameran terhitung singkat. Pameran dilaksanakan diruang temporer atau ruang alternatif yang berada di lingkungan museum atau sekitarnya. *Ketiga*; pameran keliling adalah pameran yang dilaksanakan di luar area museum. Adapun tujuannya adalah menyampaikan informasi tentang koleksi kepada masyarakat yang berada jauh dari museum.

Pameran museum merupakan inti dari kegiatan museum dalam melayani masyarakat. Kebanyakan pengunjung museum lebih bersifat aktif dibandingkan pasif. Pengunjung lebih suka melakukan sesuatu dibandingkan hanya membaca dan mendengar. Oleh karena itu, pameran di museum harus dapat memanfaatkan cara pengunjung untuk merekam informasi, yaitu dengan narasi (bahasa dengan membaca dan mendengar), indera (perasa, peraba, penciuman, dan pendengaran) gambar (secara visual). Dengan kata lain, museum bukan hanya memberikan pemahaman kepada pengunjung melalui

membaca, namun melalui gambar dan indera. Dengan memanfaatkan ketiganya, maka komunikasi antara museum dan pengunjung akan komunikatif dan lebih efektif.

Agar dapat tercipta pameran yang sejalan dengan visi dan misi museum serta keinginan dan kebutuhan masyarakat, dibutuhkan penata pameran museum yang mampu merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi pameran museum, oleh karenanya, pada tahun 2018 Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman menyusun Modul Penata Pameran.

Modul ini akan digunakan sebagai alat bantu pengajaran pada Bimbingan Teknis Penata pameran Museum. Didalamnya akan dibahas tentang materi-materi dasar (kode etik museum dan kode etik penata pameran, peraturan perundangan terkait permuseuman, definisi penata pameran, tugas dan tanggung jawab penata pameran, dan kualifikasi dan kompetensi penata pameran) dan materi pokok (pameran museum, perencanaan interpretif, tahapan dalam perencanaan pameran museum, dan pengelolaan pameran museum).

Akhir kata, semoga materi dalam Modul Penata Pameran Museum ini dapat membantu para peserta Bimbingan Teknis Penata Pameran untuk memperoleh Pengetahuan, ketrampilan dan sikap kerja yang cukup memadai tentang tanggung jawab penata pameran dalam merancang, mendesain, melaksanakan dan mengevaluasi pameran. Tak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada Tim Penulis yang telah menyusun modul dan semua pihak yang telah membantu tercetaknya modul ini.

Jakarta, Agustus 2018

Direktur Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman

Triana Wulandari

## DAFTAR ISI

<b>PENGANTAR</b>	.....	iii
<b>DAFTAR ISI</b>	.....	v
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>		
1.   Latar Belakang	.....	1
2.   Deskripsi Singkat	.....	4
3.   Tujuan Pembelajaran	.....	4
4.   Hasil Belajar	.....	4
5.   Materi	.....	5
6.   Manfaat	.....	6
<b>BAB II     PERATURAN PERUNDANGAN PERMUSEUMAN DAN KODE ETIK</b>		
<b>PENATA PAMERAN MUSEUM</b>		
Indikator Keberhasilan Kompetensi	.....	7
Uraian Materi	.....	7
Rangkuman	.....	16
<b>BAB III    PENATA PAMERAN</b>		
Indikator Keberhasilan Kompetensi	.....	17
Uraian Materi	.....	17
Rangkuman	.....	28
<b>BAB IV    KOMUNIKASI MUSEUM</b>		
Indikator Keberhasilan Kompetensi	.....	29
Uraian Materi	.....	29
Rangkuman	.....	36
<b>BAB V     PAMERAN MUSEUM</b>		
Indikator Keberhasilan Kompetensi	.....	38
Uraian Materi	.....	38
Rangkuman	.....	47

<b>BAB VI</b>	<b>PERENCANAAN INTERPRETIF PAMERAN MUSEUM</b>	
	Indikator Keberhasilan Kompetensi .....	48
	Uraian Materi .....	48
	Rangkuman .....	66
<b>BAB VII</b>	<b>TAHAPAN PERANCANGAN PAMERAN MUSEUM</b>	
	Indikator Keberhasilan Kompetensi .....	68
	Uraian Materi .....	68
	Rangkuman .....	82
<b>BAB VIII</b>	<b>PENGELOLAAN PAMERAN MUSEUM</b>	
	Indikator Keberhasilan Kompetensi .....	83
	Uraian Materi .....	83
	Rangkuman .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	98

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Keberhasilan sebuah museum salah satunya dapat dilihat dari jumlah kunjungan pengunjungnya dalam kurun waktu tertentu. Pengunjung museum adalah salah satu kaca diri museum untuk menilai apakah peran museum sebagai tempat edukasi, rekreasi, ataupun lembaga non profit yang dapat mengkomunikasikan koleksi - koleksi museum itu sendiri dapat tercapai. Kurang kreatifnya pengelola museum tentu akan membuat pengunjung malas mendatangi suatu museum. Koleksi - koleksi yang dimiliki oleh sebuah museum dipamerkan untuk diinformasikan kepada pengunjung/ masyarakat. Agar pameran ini dapat menarik perhatian pengunjung, perlu dilakukan penataan yang baik. Oleh karena itu diperlukan dukungan teknologi yang dikemas dalam bentuk yang unik dan menarik perhatian para pengunjung museum. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang pesat, museum dituntut berbenah diri meninggalkan sebutannya sebagai museum tradisional yang hanya menyimpan dan memamerkan benda-benda kuno dan tidak menarik, menjadi sebuah museum modern. Museum modern mempunyai tata pameran koleksi yang menarik dan mengajak pengunjung untuk berinteraksi, serta memperhatikan pergantian tata pameran museum dengan tema berbeda minimal dua kali dalam setahun.

Pengelola museum dituntut kreatif dalam menyajikan koleksinya agar museum tersebut menjadi menarik. Koleksi-koleksi disajikan dan dikemas menjadi koleksi yang menarik dan tidak membosankan. Penyajian koleksi museum merupakan media komunikasi dan bentuk pelayanan museum kepada masyarakat. Salah satu media penyajian koleksi adalah pameran. Pameran adalah salah satu cara

museum untuk mengkomunikasikan pengetahuan dan informasi yang terkandung dalam koleksi museum. Kualitas sebuah pameran dapat menjadi tolok ukur dalam tingkat keberhasilan museum tersebut. Penata pameran sebagai Sumber Daya Manusia (SDM) yang bertanggung jawab dalam pendesain dan preparasi pameran koleksi di museum.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.66 Tahun 2015 Tentang Museum, penata pameran yaitu petugas teknis yang melakukan kegiatan perancangan dan penataan di museum. Tugas dan tanggung jawab penata pameran adalah mengoptimalkan peran museum sebagai komunikator benda koleksi yang ada di museum.

Bercerita tentang Sumber Daya Manusia (SDM) di museum, maka perlu dibuat dan ditentukan kompetensi profesi museum di Indonesia. Kompetensi dan standar kompetensi senantiasa dikaitkan dengan pendidikan dan pelatihan sebagai bentuk uraian pencapaian kemampuan intelektual seseorang. Tahapan setelah penyusunan modul penata pameran adalah membuat Standar Kompetensi Kerja Khusus Penata Pameran, yang merupakan ukuran kemampuan minimal yang mencakup pengetahuan, keterampilan dan/atau keahlian serta sikap kerja yang harus dicapai, diketahui, dan mahir dilakukan oleh penata pameran museum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kualifikasi penata pameran memiliki latar belakang pendidikan di bidang Arkeologi, Program Museologi, Antropologi, Arsitektur atau Seni Rancang Bangunan, Desain seperti Desain Grafis, Industri, Teater, Komunikasi ataupun Desain Media, dan tidak menutup kemungkinan untuk jurusan lainnya.

Sudah dijelaskan diawal, salah satu fungsi museum adalah sebagai alat komunikasi. Hal ini diperjelas dengan definisi museum menurut ICOM (*International Council of Museum*). Berdasarkan definisi tersebut, museum diartikan sebagai sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan,

yang melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum yang mengumpulkan, merawat, meneliti, mengkomunikasikan, serta memamerkan warisan benda dan tak benda dari manusia dan lingkungannya untuk tujuan pembelajaran, pendidikan, dan hiburan. Sementara alat dari komunikasi museum tersebut adalah tata pameran dari koleksi-koleksi museum.

Pengelolaan Pameran Museum adalah serangkaian kegiatan yang menyangkut kegiatan pameran museum, dimulai dari persiapan, penyelenggaraan, dan pasca penyelenggaraan. Pada umumnya ada 3 (tiga) jenis pameran yang sering diselenggarakan museum : 1) pameran tetap yaitu bercirikan dengan waktu penyelenggaraan pameran yang relatif lama, tema pameran disesuaikan dengan visi dan misi museum; 2) pameran temporer bercirikan tema pameran ditentukan oleh hasil kajian pengunjung/kebutuhan pengunjung, jangka waktu pameran terhitung singkat yaitu 1 – 3 bulan, pameran dilaksanakan diruang temporer atau ruang alternatif yang berada di lingkungan museum atau sekitarnya; dan 3) pameran keliling adalah pameran yang menggunakan kendaraan mobil atau bus berisi koleksi - koleksi museum menuju daerah - daerah tertentu. Adapun tujuannya adalah menyampaikan informasi tentang koleksi kepada masyarakat yang berada jauh dari museum.

Pada Tahun Anggaran 2018, Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melaksanakan penyusunan modul penata pameran. Modul ini digunakan sebagai acuan dan proses dalam pengajaran Bimbingan Teknis profesi Penata Pameran. Agar mempermudah proses pengajaran disusunlah modul penata pameran yang selanjutnya dijadikan acuan referensi ditujukan bagi peserta dan pengajar.

## 2. Deskripsi Singkat

Modul ini membahas pengertian dan tanggung jawab seorang penata pameran di museum. Penata pameran salah satu Sumber Daya Manusia yang mempunyai peranan penting pada pengelolaan museum. Di tangan penata pameran suatu museum dapat menjadi hidup.

Membahas penata pameran di museum, hal yang perlu diketahui setidaknya adalah kode etik dan peraturan perundangan yang terkait dengan museum; definisi dan tugas, tanggung jawab penata pameran; kualifikasi dan kompetensinya; komunikasi museum; pameran museum (*museum exhibition*), *interpretive plan*; tahapan perencanaan pameran museum, serta pengelolaan pameran museum. Pada modul akan dibahas tentang hal - hal tersebut di atas.

## 3. Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti pembelajaran mengenai pekerjaan profesi penata pameran ini, peserta dapat mengetahui pentingnya peran dan tugas penata pameran di museum. Selain itu menambah pengetahuan tentang penyelenggaraan pameran di museum, khususnya bagi pengelola museum yang baru.

## 4. Hasil Belajar

Setelah mengikuti Bimbingan Teknis Penata Pameran Museum, peserta dapat mengetahui pentingnya peran Penata Pameran Museum. Peserta juga diharapkan dapat:

- 1) Mengerti dan memahami kode etik dan peraturan permuseuman terkait profesi penata pameran;
- 2) Mampu menjelaskan dan melaksanakan tugas dan tanggung jawab seorang penata pameran, serta kerjasama dengan pengelola museum lainnya terhadap

koleksi museum, seperti dengan kurator, dengan edukator, dengan registrar, dan seterusnya;

- 3) Memahami dan melaksanakan penyajian koleksi di museum mulai dari komunikasi di museum, penyajian koleksi di museum, serta macam-macam penyajian koleksi;
- 4) Mampu menguasai dan melaksanakan konsep dasar pameran di museum, yaitu definisi pameran, jenis pengelolaan pameran, metode dan teknik pameran, prinsip pameran di museum, dan kaidah pameran;
- 5) Mampu melaksanakan sebuah pameran di museum dengan tahapan persiapan, pameran, dan pasca pelaksanaan.

## **5. Materi**

### **a. Materi Dasar**

- 1) Kode Etik Museum dan Kode Etik Penata Pameran
- 2) Peraturan Perundangan terkait Permuseuman
- 3) Definisi Penata Pameran
- 4) Tugas dan Tanggung Jawab Penata Pameran
- 5) Kualifikasi dan Kompetensi Penata Pameran
- 6) Komunikasi Museum

### **b. Materi Pokok**

- 1) Pameran Museum
- 2) Perencanaan Interpretif
- 3) Tahapan dalam Perencanaan Pameran Museum
- 4) Pengelolaan Pameran Museum

## **6. Manfaat**

Modul ini dapat dijadikan acuan dan pedoman dalam Pendidikan dan Pelatihan terkait profesi penata pameran, antara lain:

- 1) Kode etik permuseuman, khususnya mengenai penata pameran koleksi di museum yang mempunyai tata cara yang profesional yang merupakan dasar dari petugas museum dalam menjalankan tugas nya secara profesional terhadap koleksi-koleksi museumnya.
- 2) Peraturan perundangan permuseuman, khusus mengenai pengaturan pelaksanaan tata pameran museum secara profesional namun tetap dalam koridor hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- 3) Penataan koleksi dalam tata pameran museum ditangani dan dikelola dengan benar mulai dari persiapan, penyelenggaraan, dan pasca penyelenggaraan.
- 4) Menjadikan museum sebagai sebuah lembaga yang dinamis, kreatif dan bisa memenuhi kebutuhan pengunjung sehingga museum dapat bermanfaat bagi masyarakatnya untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan selain sebagai tempat yang menggugah masa lalu yang membawa pemikiran ke masa depan.

## **BAB II**

### **PERATURAN PERUNDANGAN PERMUSEUMAN DAN KODE ETIK**

#### **PENATA PAMERAN MUSEUM**

#### **KEGIATAN**

1. Peraturan Perundangan Permuseuman
2. Kode Etik Penata Pameran Museum

#### **INDIKATOR KEBERHASILAN KOMPETENSI**

Peserta pelatihan memahami tentang peraturan perundangan permuseuman dan kode etik penata pameran

#### **URAIAN MATERI**

##### **PERATURAN PERUNDANGAN PERMUSEUMAN**

Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum, Pasal 11 menyatakan bahwa sumber daya manusia terdiri atas Kepala Museum, Tenaga Teknis, dan Tenaga Administrasi. Penata Pameran di museum adalah tenaga teknis yang menurut penjelasan dalam Peraturan Pemerintah ini yaitu petugas teknis yang melakukan kegiatan perancangan dan penataan pameran. Dapat disimpulkan bahwa penata pameran museum memiliki dua tugas utama yaitu melakukan perancangan dan melakukan penataan.

Dalam Peraturan Pemerintah museum di sebutkan sebagai Lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi dan mengomunikasikannya kepada masyarakat. Pemahaman museum berdasarkan

Peraturan Pemerintah ini bahwa museum harus dapat berkomunikasi dengan masyarakat yang mengunjunginya melalui koleksi yang di pameran.

Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan sebuah pameran koleksi yang di tata dengan tingkat kreatifitas tinggi oleh tenaga yang professional. Komunikasi yang tercipta harus melihat pengunjung yang dating, sehingga perancangan tata pameran sangat bergantung dengan pasar pengunjung museum. Perancangan yang benar harus memahami hal ini. Namun penata pameran tidak dapat melaksanakan tugas melakukan perancangan dan penataan bila belum mendapat konsep dari Kurator.

Memperhatikan hal tersebut, jelas bahwa petugas museum tidak dapat berdiri sendiri-sendiri tapi harus bekerja secara berkelompok, yang saling menghargai kewenangan tugas masing-masing.

Peraturan Pemerintah Nomor 66 tahun 2015 tentang Museum menyebutkan ada enam profesi di museum, yaitu tenaga Register, Kurator, Konservator, Edukator, Penata Pameran, dan Humas Marketing. Setiap tenaga ini masing-masing memiliki tugas pokok yang jelas, namun didasari dengan satu visi dan misi museum yang bersangkutan menjadi satu kesatuan pesan yang ingin disampaikan museum tersebut kepada masyarakat yang mengunjunginya.

Menyampaikan pesan pada museum tidak bisa hanya menjadi tugas penata pameran saja tapi juga perlu koleksi yang akan di tata maka hubungannya dengan curator, register dan konservator, setelah selesai di tata maka dibutuhkan pemahaman konsep perancangan tata pameran oleh Edukator yang akan menyampaikan pesannya pada pengunjung dan mengaplikasikannya melalui kegiatan edukasi yang akan diciptkannya. Konsep inipun harus di mengerti oleh bagian Humas dan Marketing sehingga bagian dengan mudah dapat memasarkan museum melalui informasi pameran yang di sediakan.

Kaitan Penata Pameran dengan Peraturan Perundangan Museum

Penata pameran disebut dengan jelas didalam penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum sebagai salah satu petugas teknis museum, yang melakukan tugas perancangan dan penataan koleksi museum pada ruang pameran baik pameran tetap maupun temporer.

Selain itu yang terkait dengan tugas penata pameran dalam Peraturan Pemerintah ini adalah pada Bab Pengelolaan koleksi bagian ketiga tentang Pengelolaan Koleksi Paragraf dua tentang Penyimpanan, yang isinya sebagai berikut

#### Pasal 24

- (1) Koleksi disimpan di ruang penyimpanan dan/atau ruang pamer
- (2) Penyimpanan koleksi harus dilakukan dengan memperhatikan pelindungannya
- (3) Pelindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi penyelamatan, pengamanan, dan pemeliharaan
- (4) Sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk pelindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) menjadi tanggung jawab kepala Museum

Pasal ini berisi tentang tempat pameran, prinsip penyimpanan pada ruang pamer, dan sarana serta prasarana yang menunjang penyimpanan di ruang pamer.

Secara etika yang menurut Maryani dan Ludigido menyatakan bahwa etika adalah seperangkat aturan atau norma atau ppedoman yang mengatur perilaku manusia, baik yang harus dilakukan maupun yang harus ditinggalkan yang dianut oleh sekelompok atau segolongan masyarakat atau profesi. dalam peraturan perundangan ini telah diatur sikap dan perilaku yang harus di perhatikan seorang tata pameran, yang telah di jelaskan dalam pasal-pasal berikut ini:

#### Pasal 25

- (1) Ruang penyimpanan koleksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 ayat (1) dapat berupa ruang penyimpanan tertutup dan/atau ruang penyimpanan terbuka
- (2) Koleksi dapat disimpan dalam ruang penyimpanan terbuka apabila bentuk dan ukurannya tidak memungkinkan untuk disimpan di ruang penyimpanan tertutup
- (3) Koleksi yang disimpan dalam ruang penyimpanan harus:
  - a. Sudah dilakukan registrasi;
  - b. Sudah dilakukan perawatan
- (4) Ruang penyimpanan koleksi berada di zona non public

Aturan ruang penyimpanan ini tidak terkait dengan tenaga penata pameran, aturan ini berkaitan dengan Kurator, namun pada Pasal 26 yang mengatur tentang:

#### Pasal 26

- (1) Ruang pamer Koleksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 ayat (1) dapat berupa ruang pamer tertutup atau ruang pamer terbuka
- (2) Koleksi dapat disimpan dalam ruang pamer terbuka apabila bentuk dan ukurannya tidak memungkinkan untuk disimpan dalam ruang pamer tertutup
- (3) Koleksi yang disimpan dalam ruang pamer harus:
  - a. Sudah dilakukan registrasi;
  - b. Sudah dilakukan penelitian;
  - c. Memiliki informasi;
  - d. Sudah dilakukan perawatan.

## Pasal 27

Koleksi yang unik, langka, dan memiliki tingkat informasi tinggi harus mendapatkan perlakuan khusus berupa:

- a. Disimpan diruang penyimpanan yang terjamin keamanannya; dan
- b. Dibuatkan replica untuk dipamerkan.

Dapat disimpulkan bahwa Pasal 24, Pasal 26, dan Pasal 27 mengatur tentang sikap dan perilaku Penata Pamer di museum yaitu:

1. Tempat Ruang Pamer yang meliputi ruang terbuka dan ruang tertutup
2. Pada pemilihan yang akan di tata pada ruang pamer ini seorang penata pameran harus memperhatikan; bentuk, nilai ekonomi dan ketahanan dari koleksi yang akan di pameran
3. Ketentuan koleksi yang akan di pameran harus telah selesai dengan tenaga registrasi artinya telah di registrasi, sudah selesai dengan curator artinya telah dilakukan penelitian sehingga memiliki informasi, dan telah selesai dengan tenaga konservator artinya koleksi yang akan di pameran tidak dalam kondisi rusak,
4. Terpenting dalam menata pameran koleksi museum adalah memperhatikan perlindungan bagi koleksi yang akan di pameran yang meliputi pengamanan, penyelamatan, dan pemeliharaan.
5. Dalam melaksanakan tugasnya penata pameran harus didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai dibawah tanggung jawab kepala Museum.
6. Memiliki sikap mau bekerja sama, mengingat untuk mencapai penata pameran yang baik terkait dengan berbagai profesi yang ada di museum
7. Bertanggung jawab terhadap profesinya sebagai penata pameran.

### *Hubungan Tenaga Penata Pameran dengan Kurator*

Tenaga Penata Pameran baru dapat bekerja apabila Kurator telah memberikan konsep dan koleksi yang akan ditata pada sebuah pameran. Penata Pameran merupakan tenaga profesional yang mengetahui apa yang harus dilakukan untuk menata koleksi menjadi satu alur cerita yang dapat dipahami pengunjung dan ditata dengan menarik.

Tugas dan tanggung jawab penata pameran adalah sebagai berikut:

1. Merencanakan dan mendesain pameran
2. Menyiapkan sarana dan prasarana
3. Melakukan penataan pameran.

Seorang petugas tata pameran idealnya memiliki kualifikasi:

1. Pendidikan S1 atau lebih tinggi dibidang design interior
2. Memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang penataan pameran museum
3. Memiliki sertifikat di bidang graphic design

### **ETIKA**

Etika berasal dari bahasa Yunani "ethos" yang berarti adat istiadat/kebiasaan yang baik. Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan yang buruk, tentang hak dan kewajiban moral. Etika juga dapat diartikan sebagai sekumpulan azas/nilai yang berkenaan dengan akhlak, nilai yang mengenai yang benar dan salah yang dianut masyarakat.

Menurut Maryani dan Ludigdo (2001) "Etika adalah seperangkat aturan atau norma atau pedoman yang mengatur perilaku manusia, baik yang harus dilakukan maupun yang harus ditinggalkan yang dianut oleh sekelompok atau segolongan masyarakat atau profesi". Etika merupakan bentuk evaluasi moral

keputusan berdasarkan prinsip-prinsip perilaku yang diterima secara umum, etika juga merupakan hasil evaluasi dalam suatu tindakan yang dinilai benar atau salah.

Etika disebut juga filsafat moral adalah cabang filsafat yang berbicara tentang praxis (tindakan) manusia. Etika tidak mempersoalkan keadaan manusia, melainkan mempersoalkan bagaimana manusia harus bertindak. Tindakan manusia ini ditentukan oleh bermacam-macam norma. Norma ini masih dibagi-bagi norma hukum, norma agama, norma moral dan normal sopan santun.

## **KODE ETIK**

Kode etik adalah nilai yang menyediakan tuntunan sebagai jalan terbaik untuk melakukan kegiatan. Keberhasilan menggunakan kode daripada menjadi sebuah dokumen dapat diturunkan ketika etika berkurang. Agar kode etik digunakan secara baik dibutuhkan pendalaman dan persetujuan nilai dengan kode etik itu sendiri. Pekerjaan tidak hanya menjadi kesadaran nilai tapi juga penguat kedudukan untuk membuat keputusan dengan etika yang dapat dibenarkan. Perlu di garisbawahi bahwa persetujuan tidak dapat mengesampingkan peraturan.

## **KODE ETIK PERMUSEUMAN**

Kode etik permuseuman merupakan nilai yang berisi pedoman kerja pengelola permuseuman. Di Indonesia pedoman kerja ini terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 66 maka pengaturan Museum di Indonesia selayaknya menggunakan Peraturan Pemerintah tersebut.

Icom telah menyusun Kode Etik museum yang telah di perbaharui pada tahun 2013, kode etik juga merupakan minimum standar yang menjadi panduan untuk

mengelola museum. Icom menyadari bahwa di beberapa negara menggunakan standar minimum mengelola museum dengan peraturan yang berlaku namun ada pula yang melakukan standar pengelolaan museum melalui akreditasi, ada delapan kode etik museum menurut Icom yaitu:

1. Museum preserve interpret and promote the natural and cultural inheritance of humanity
2. Museum that maintain collections hold them in trust for the benefit of society and its development
3. Museums hold primary evidence for establishing and furthering knowledge
4. Museum provide opprtunities for the appreciation, understanding and managemen of the natural and cultural heritage
5. Museum hold resources that provide opportunities for other public services and benefits
6. Museum work in close collaboration with the communities from which their collection originate as well as those they serve
7. Museum operate in a legal manner
8. Museum operate in a professional manner

Salah satu perkembangan museum saat ini adalah perhatian pada isu-isu yang menyangkut etik. Hal ini dikarenakan museum berperan dalam melayani masyarakat secara keseluruhan, bukan hanya untuk kalangan tertentu. Di era globalisasi ini, warisan dunia, baik alam maupun budaya mulai tergeser posisinya dan keragaman yang terdapat di dalamnya tidak dapat terlihat karena adanya percampuran yang kemudian memunculkan homogenitas. Akan tetapi, pada saat yang sama kebergaman budaya dan alam tersebut tersimpan di museum dan diperlihatkan melalui koleksi-koleksi museum (Edson, 2005: 121-2).



Gambar 1. Hubungan Etik dan Museum

(Sumber : Edson, 1997 : 7)

Maka jelas bahwa dari sudut pandang etik, museum seharusnya melayani masyarakat dimana museum tersebut berada. Hubungan antara etik dan museum mencakup semua aspek pekerjaan di museum, yang dimulai dari penelitian, komunikasi (eksepsi dan edukasi) sampai ke preservasi.

#### KODE ETIK PENATA PAMERAN

Etika pameran di museum mengutamakan tentang respon sosial yang jujur dari pengunjung. Pameran bisa efektif sesuai dengan tujuan apabila pengunjung mengetahui dengan baik apa yang di pameran.

Mengapa etika menjadi masalah? Karena pameran merupakan alasan utama etika museum di perjuangkan. Ada dua alasan yaitu: Sebagian besar pameran tentang obyek dan obyek museum sebagian besar dijiwai dengan perbedaan nilai yang berkaitan dengan ciptaan atau kepemilikan obyek tersebut.



Gambar 2 Museum Etik  
(Sumber : Edson, 1997 : 18)

Menjelaskan bahwa setiap pengelola museum harus bekerja sesuai dengan etikanya sebagai seorang profesional dan juga terhadap publik yang dilayaninya. Hal ini seperti yang terlihat pada gambar 1 di atas. Dalam hal ini penata pameran harus bekerja sesuai dengan tanggung jawabnya yang sesuai dengan etika profesi dan visi misi museum.

## RANGKUMAN

Kode etik menjadi alat kunci untuk menjabarkan nilai profesi, biasanya menjelaskan tentang tujuan dan fungsi profesi, nilai dan prinsip etika dan beberapa standar praktek Profesional.

Pameran merupakan konstruksi dari pengetahuan, seperti keputusan apa yang mau di pameran dan yang tidak dipamerkan, bernilai atau tidak, siapa yang bernilai, arti dari penampilan, luas, desain, dan bahasa, semua itu disampaikan dengan banyak cara secara keseluruhan dengan gaya penyampain yang di pengaruhi persepsi masyarakat.

## BAB III

### PENATA PAMERAN

#### KEGIATAN

1. Pendekatan Pameran
2. Tugas dan Tanggung Jawab Penata Pameran
3. Organisasi Penata Pameran
4. Kualifikasi Penata Pameran

#### INDIKATOR KEBERHASILAN KOMPETENSI

Peserta pelatihan memahami tentang peraturan perundangan permuseuman dan kode etik penata pameran

#### URAIAN MATERI

Komunikasi merupakan salah satu fungsi museum yang dapat dilakukan dengan menyajikan koleksi museum kepada pengunjung. Penyajian koleksi merupakan cara-cara mengomunikasikan suatu gagasan yang berhubungan dengan koleksi museum kepada pihak lain dengan berbagai bentuk, misalnya pameran tetap atau temporer, program pemutaran film/video, seminar, bincang-bincang di museum, demonstrasi keahlian tertentu di museum, perkuliahan di museum, pertunjukan/teater di museum, kampanye museum, dan publikasi elektronik maupun cetak.

Salah satu cara penyajian di museum yang pasti dan harus dilakukan di museum adalah pameran. Berdasarkan definisinya, pameran (eksibisi atau *exhibition*) memiliki pengertian yang berbeda dengan *display* dan *exhibit* (pamer). *Display* adalah memajang benda sesuai dengan ketertarikan seseorang akan benda

tersebut (Burcaw, 1984:5) dan juga dapat diartikan sebagai presentasi objek untuk publik tanpa adanya interpretasi (Dean, 2002:3). *Exhibit* adalah *display* yang ditambah dengan interpretasi dari benda tersebut. Dengan kata lain, *exhibit* memiliki sifat yang lebih serius, penting, dan memiliki konotasi profesional dibandingkan *display*. *Exhibit* merepresentasikan ide dengan maksud mengedukasi pengunjung (Burcaw, 1984:6). Sementara pameran menurut Edson dan Dean (2003:151) adalah komunikasi yang ditujukan kepada publik bertujuan untuk menyampaikan informasi, ide, dan emosi yang terkait dengan hasil budaya manusia dan lingkungannya secara visual dan dimensional.

Pameran atau ekshibisi museum merupakan tanggung jawab tim pameran, yang dikoordinir oleh penata pameran. Menurut Peraturan Menteri Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum, Penata pameran yaitu petugas teknis yang melakukan kegiatan perancangan dan penataan di museum. Pada umumnya penata pameran dapat juga disebut sebagai pengelola pameran.

## **PENDEKATAN PAMERAN**

Penyelenggaraan pameran difokuskan pada informasi dan koleksinya, disajikan dengan menggunakan empat model penekanan, yaitu:

- a. Kontemplasi (perenungan). Model ini lebih menekankan pada aspek estetika koleksi dibandingkan yang lainnya. Segi estetika ini bertujuan untuk menggugah perasaan emosional dan meningkatkan rasa kekaguman pengunjung terhadap koleksi. Informasi tentang objek sangat minim diberikan dan pengunjung cenderung pasif.
- b. Komprehensi (pemahaman). Model ini lebih menekankan pengelompokan koleksi berdasarkan tema tertentu atau sesuai dengan konteksnya dan tidak berdiri sendiri. Media ekshibisi yang digunakan misalnya diorama, berbagai

jenis gambar, dll. Model ini bertujuan agar pengunjung menemukan makna dari sebuah benda yang dikaitkan dengan konteksnya. Pendekatan ini umumnya digunakan di museum sejarah, arkeologi, dan etnografi.

- c. Discovery (penemuan). Model ini lebih menekankan peran aktif pengunjung untuk melakukan eksplorasi di museum, seperti *visible storage*. Koleksi disajikan secara sistematis dan dapat dilihat oleh pengunjung, baik secara langsung maupun melalui teknologi informasi. Pendekatan ini umumnya digunakan di museum Ilmu pengetahuan.
- d. Interaksi. Model ini lebih melibatkan pengunjung secara aktif dalam kunjungannya dengan bantuan panduan informasi. Model ini menggunakan bantuan teknologi informasi seperti komputer layar sentuh (*touch screen computer*). Selain itu, pada pendekatan ini pengunjung dapat belajar melalui pengalaman fisik terhadap koleksi. Oleh karena itu, pada pendekatan ini replika koleksi diperlukan untuk memberikan pengalaman fisik tersebut kepada pengunjung (Lord dan Lord, 2002, 19-21).

Tabel 1. Model Penekanan Ekshibisi terhadap Pengunjung

Model Penekanan	Tipe	Pada umumnya digunakan	Karakteristik
Kontemplasi (perenungan)	Estetika	Museum seni rupa	Persepsi individual terhadap karya khusus
Komprehensi (pemahaman)	Kontekstual	Museum Sejarah, Arkeologi, dan etnografi	Persepsi relasional artefak atau koleksi dalam konteks atau tema
Discovery (Penemuan)	Eksplorasi	Museum ilmu pengetahuan alam	Eksplorasi terhadap spesimen yang dikelompokkan berdasarkan kategorinya
Interaksi	Demonstrasi (multimedia)	Science Center	Kinestetik respon ke stimulus

Sumber Lord dan Lord 2002: 22

Keempat model penekanan tersebut disajikan dengan tiga pendekatan, yaitu:

- 1) Pendekatan **Tematik**, pendekatan yang lebih menekankan pada cerita dengan tema tertentu dibandingkan dengan koleksinya menampilkan informasi dengan tema tertentu dan didukung oleh koleksi dan media interaktif. Misalnya pameran dengan tema Sembilan Tokoh Boedi Oetomo, yang dibagi dalam beberapa subtema: a) Keseharian Sembilan Tokoh; b) Gagasan Soetomo; c) perbedaan sudut pandang tentang organisasi pergerakan kemerdekaan; d) suasana terbentuknya Boedi Oetomo; e) dll. memperoleh informasi melalui bagan, tabel, foto, diorama, suara, pengalaman dari bentuk penyajian yang bergerak melalui sarana komputer (*multimedia*).
- 2) Pendekatan **Taksonomik**, pendekatan yang lebih menekankan pada penyajian koleksi yang sama berdasarkan kualitas, kegunaan, gaya, periode, dan pembuat. Misalnya: Pameran Sembilan Tokoh Boedi Oetomo sebagai ikon cikal bakal pergerakan nasional, juga diceritakan tentang aktivitas Organisasi Boedi Oetomo, Dalam pameran ini pengunjung mendapatkan informasi dari teks, peta, bagan, tabel, grafis, penataan evokatif, dan pengalaman melalui gambar (film).
- 3) Pendekatan **kronologis**, pendekatan pendekatan yang lebih menekankan pada penyajian koleksi secara kronologi atau urutan waktu dengan menggunakan objek seni dan sejarah tanpa interpretasi yang jelas (*authorial interpretation*). Misalnya pameran Sembilan Tokoh Boedi Oetomo, yang diceritakan mulai dari awal tercetusnya gagasan Dr, Wahidin Sudirohusodo, Penyampaian Gagasan Soetomo, yang dilanjutkan dengan pergantian kepemimpinan Boedi Oetomo.

Ketiga pendekatan ini dapat dikombinasikan, misalnya Pendekatan Kronologis yang disampaikan secara tematik, dll. Khusus untuk pameran sejarah, biasanya menggunakan pendekatan kronologis yang bersifat tematik.

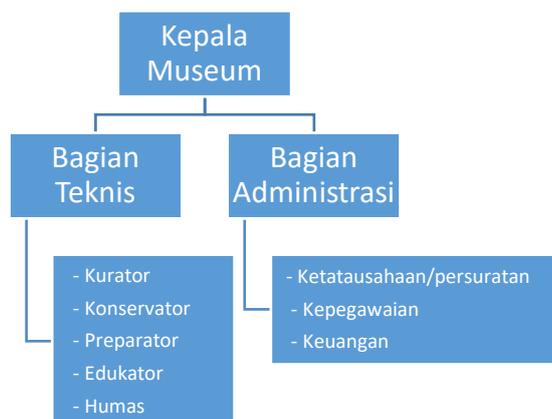
## ORGANISASI MUSEUM TERKAIT PAMERAN MUSEUM

Organisasi merupakan salah satu sarana untuk mencapai tujuan museum melalui pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen yang dilakukan oleh kepala museum. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan sebuah museum tergantung pada struktur organisasinya.

Lord and Lord (2000: 27) membagi tiga model organisasi museum, yaitu: tingkatan pyramid (*hierarchical pyramid*), organisasi matriks (*matrix organization*), dan pembagian tugas (*task forces*).

### 1. Model Tingkatan Piramid

Model jenis ini paling umum digunakan di Indonesia, struktur organisasinya pun sangat bervariasi, dimulai dari tingkatan sederhana sampai tingkatan rumit. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Penjabaran Struktur Organisasi Museum

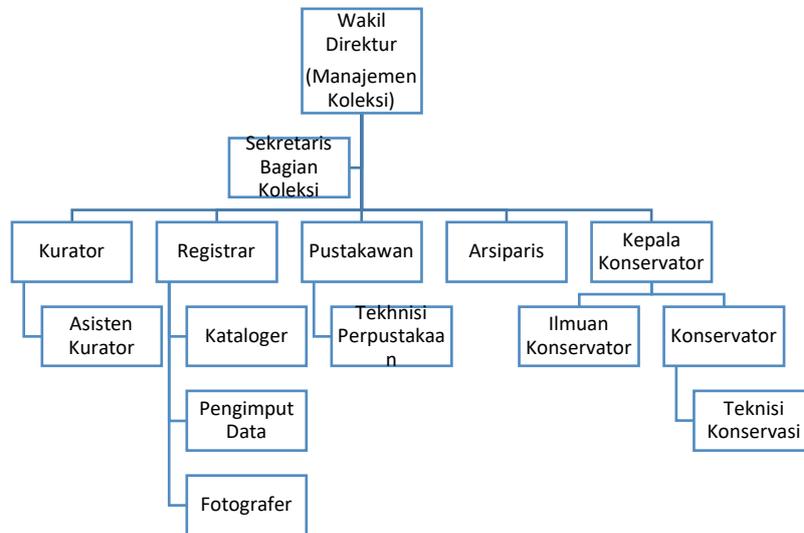
Sumber Lord dan Lord, 2000 : 27

(dengan terjemahan ke dalam Bahasa Indonesia)

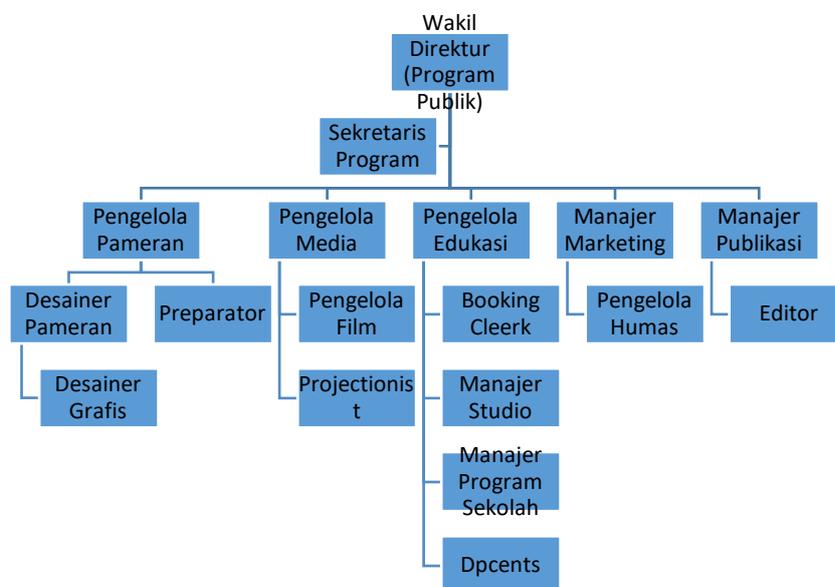
Bagian administrasi meliputi ketatausahaan/persuratan, kepegawaian, dan keuangan. Sementara bagian teknis meliputi: kurator, konservator, preparator, edukator, dan humas. Baik bagian administrasi maupun bagian teknis, keduanya

berada dibawah tanggung jawab kepala museum. Seperti yang terlihat pada gambar 1

Sementara contoh model organisasi hirarki pada bagian Teknis, khususnya Manajemen Koleksi secara kompleks dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Penjabaran Struktur Organisasi Bagian Manajemen Koleksi  
 Sumber Lord dan Lord, 2000: 29  
 (dengan terjemahan ke dalam Bahasa Indonesia)



Gambar 3. Penjabaran Struktur Organisasi Bagian Program Publik  
 Sumber Lord dan Lord, 2000: 30  
 (dengan terjemahan ke dalam Bahasa Indonesia)

Sementara contoh model organisasi hirarki pada bagian program publik dapat dilihat pada gambar 3. Dapat terlihat bahwa Penata pameran berada pada bagian program publik yang memiliki divisi tersendiri untuk menyusun konsep pameran. Divisi tersebut bekerja sama dengan bagian lain, seperti pengelola media, desainer, program publik, publikasi, dll.

## 2. Model Organisasi Matriks

Model ini menekankan interaksi antara pengelola museum yang bertujuan untuk mengembangkan pelaksanaan manajemen museum. Diharapkan dengan interaksi atau koordinasi yang terjalin dengan baik, maka tugas dan fungsi para pengelola museum menjadi jelas dan tujuan museum dapat tercapai. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 1 matriks administrasi yang saling berhubungan dengan bagian lainnya, yaitu bagian program dan kuratorial. Model organisasi matrik ini terdiri dari para spesialis yang dapat digunakan beriringan dengan organisasi model piramid, seperti yang terlihat pada gambar 4.

Program	Kurator	Konservator	Registrar
Pameran			
Edukasi			
Publikasi			

Gambar 4 Model Organisasi Matriks  
 Sumber: Lord dan Lord, 2000: 32  
 (dengan terjemahan ke dalam Bahasa Indonesia)

## 3. Model Organisasi Pembagian Tugas

Model organisasi ini merupakan pembagian kerja berdasarkan tim yang terdiri dari para profesional yang sesuai dengan kualifikasinya. Pembagian kerja untuk tiap bagian, yaitu:

1. Manajemen Koleksi

- a. Kurasi
  - b. Konservasi
  - c. Dokumentasi
2. Program Publik
- a. Pameran
  - b. Desain
  - c. Edukasi
  - d. Publikasi
  - e. Media
  - f. Pemasaran
3. Administrasi
- a. Keuangan
  - b. Pengembangan
  - c. Keamanan
  - d. Layanan Pengunjung (Lord dan Lord, 2000: 33-4)

## **TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB PENATA PAMERAN**

Setiap Museum wajib memiliki Penata Pameran Museum. Peran penata pameran sangat diperlukan dalam perancangan, penataan, pengembangan, pengelolaan, dan evaluasi pameran Museum. Penata Pameran Museum setidaknya memiliki tugas:

- a. Menyusun rencana kerja dan sasaran bidang penataan pameran Koleksi Museum;
- b. Menyusun kebijakan perancangan dan penataan Museum;
- c. Menerjemahkan hasil interpretasi Kurator dan program edukasi ke dalam pameran;

- d. Merencanakan, mendesain, dan menginstalasi pameran Museum;
- e. Menentukan target pameran;
- f. Mengelola pameran tetap, temporer, dan keliling;
- g. Mengevaluasi pameran bersama dengan tim pameran; dan
- h. Melakukan pengembangan penataan pameran Museum.

Sementara penata pameran memiliki tanggung jawab terhadap :

- a. Merencanakan dan membuat pameran yang sesuai dengan visi dan misi museum bekerjasama dengan kurator;
- b. Mengatur standar desain dan komunikasi;
- c. Merencanakan dan mengimplementasikan komponen audiovisual dan interaktif untuk pameran dan program publik;
- d. Mencari dan mendanakan pameran termasuk proposal, desain, konstruksi, penjadwalan, perawatan, dan perbaikan;
- e. Mensirkulasikan pameran keliling dan menentukan target pameran;
- f. Mengevaluasi pameran bersama dengan bagian evaluasi;
- g. Mengkoordinasikan pekerjaan kepada bagian pameran lainnya (Lord dan Lord, 2000: 204);
- h. Menterjemahkan ide kuratorial dan edukasi kedalam pameran (Edson dan Dean, 1996: 20).

## **PENATA PAMERAN BERBEDA DENGAN PREPARATOR**

Preparator memang sering diidentikkan dengan penata pameran. Pada dasarnya, preparator memiliki tanggung jawab yang sedikit berbeda dengan penata pameran, memiliki tanggung jawabnya terhadap:

- a) preparasi, instalasi, dan deinstalasi koleksi dan materialnya dalam pameran;
- b) Preparasi dan pengepakan pameran keliling;
- c) preparasi media untuk objek atau material yang akan dipamerkan;
- d) perawatan keseharian dan operasional semua pameran permanen dan tetap, termasuk komponen audiovisualnya;
- e) update sistem dan operasional pameran;
- f) pemeliharaan media elektronik, audiovisual, dan komputer yang digunakan dalam pameran;
- g) pemeliharaan sistem pencahayaan dalam pameran;
- h) pengembangan dan mencoba teknik display untuk keamanan dan konservasi  
(Lord dan Lord, 2000: 205).

### **Kualifikasi dan Kompetensi**

Pameran merupakan, media komunikasi yang efektif antara museum dengan pengunjung. Dengan asumsi bahwa setiap pengunjung datang ke museum untuk melihat ekshibisi yang diselenggarakan. Tiga dasar yang harus dipenuhi museum dalam penyelenggaraan pameran adalah a) menarik perhatian pengunjung; b) menyampaikan makna pesan kepada pengunjung; c) mengalihkan perhatian pengunjung cukup lama untuk dapat berkomunikasi tentang pesan yang disampaikan.

Menurut Pedoman Museum Indonesia (2010), Seorang pengelola pameran setidaknya harus: a) pendidikan serendah-rendahnya D3 di bidang desain interior atau desain grafis atau teater desain atau seni atau desain industri; memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam mendesain pameran museum atau atraksi budaya. Idealnya Penata Pameran Museum memiliki kualifikasi sebagai berikut:

- a. Memiliki kualifikasi akademik pendidikan minimum magister (S2) dalam bidang keilmuan permuseuman yang terakreditasi dan pengalaman kerja di

- bidang peng elolaan dan/atau penataan pameran Koleksi Museum minimal 2 tahun secara berkelanjutan; atau
- b. Memiliki kualifikasi akademik pendidikan minimum sarjana (S1) bidang keilmuan desain, seni rupa, dan/atau ilmu arsitektur dari Perguruan Tinggi yang terakreditasi dengan pengalaman kerja di bidang pengelolaan dan/atau penataan pameran Koleksi Museum minimal 4 tahun secara berkelanjutan; atau
  - c. Memiliki kualifikasi akademik pendidikan minimum sarjana (S1) bidang keilmuan lain dari Perguruan Tinggi yang terakreditasi dengan pengalaman kerja di bidang pengelolaan dan/atau penataan Koleksi Museum minimal 5 tahun secara berkelanjutan; atau
  - d. Memiliki kualifikasi akademik pendidikan minimum SMA/SMK dari sekolah yang terakreditasi dengan pengalaman kerja di bidang pengelolaan dan/atau penataan Koleksi Museum minimal 10 tahun;
  - e. Telah mengikuti bimbingan teknis Penata Pameran Museum; dan
  - f. Memiliki sertifikat kompetensi Penata Pameran Museum.
  - g. Mengetahui sistem pencahayaan di museum, media komunikasi dan materialnya, hakikat dan material yang akan dipamerkan, peralatan dan teknik untuk persiapan pameran
  - h. Mengetahui seni dalam mendesain pameran dan ilmu yang terkait dengan hal tersebut
  - i. Mampu membuat desain khusus baik dalam penggambaran maupun penulisan (Edson dan Dean, 1996: 22).

## **RANGKUMAN**

Museum oleh diselenggarakan dan dikelola oleh sumberdaya manusia. Mereka adalah orang-orang yang bekerjasama untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan museum. Oleh karena pembahasan organisasi tidak bisa terlepas dari sumberdaya manusia di museum dan berbagai kualifikasi yang harus dimilikinya.

Setiap Museum wajib memiliki Penata Pameran Museum. Peran penata pameran sangat diperlukan dalam perancangan, penataan, pengembangan, pengelolaan, dan evaluasi pameran Museum. Penata Pameran Museum memiliki kualifikasi, tugas dan tanggung jawab yang berbeda dengan bidang lainnya.

## BAB IV

### KOMUNIKASI MUSEUM

#### KEGIATAN

1. Pengenalan Komunikasi di Museum dan Audience Engagement
2. Museum Sebagai Komunikator
3. Meaning Making And Engagement
4. Model Komunikasi

#### INDIKATOR KEBERHASILAN KOMPETENSI

Peserta pelatihan memahami tentang pengenalan komunikasi di museum dan *audience engagement*, museum sebagai komunikator, *meaning making and engagement*, dan model komunikasi

#### URAIAN MATERI

##### **Teori Komunikasi Dan *Audience Angangement* (Keterlibatan Masyarakat)**

Perkembangan teori komunikasi merupakan studi yang berkembang pesat dibandingkan dengan studi lain. Para ahli pun banyak yang memberikan sumbangsih pada studi ini, sehingga mengakibatkan cangkupan studi ini menjadi begitu luas sebagai timbal balik dari berbagai jenis teori komunikasi yang ditemukan. Di tahun 1948 teoritikus ternama yang banyak menyumbangkan ide dan fikirannya terkait cabang ilmu sosial dan komunikasi *Harold Lasswell* mengemukakan model komunikasi yang sederhana dan hingga kini masih diterapkan sebagai model komunikasi dasar. Model tersebut yakni:

Siapa (*Who*) → Berbicara apa (*Says What*) → Dengan media apa (*In Which Channel*)  
 → Kepada Siapa (*To Whom*) → Dan dengan Efek apa (*With What Effect*).

Dengan metode komunikasi Lasswell ini dimana dalam melakukan komunikasi kita harus memikirkan siapa kita yang memberikan pesan, lalu pesan apa yang akan disampaikan, media yang akan digunakan, kepada siapa pesan yang akan disampaikan tersebut, dan apa dampak yang akan diterima si pengirim dan penerima pesan. Disini menjelaskan bahwa dalam penataan pameran sebuah museum itu harus memikirkan alur dari sebuah komunikasi yang ingin diberikan kepada pengunjung agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan pengunjung yang telah datang ke museum dapat memberikan efek positif dari pesan yang diterimanya.

Pada tahun 1878 – 1958 ilmuan asal Amerika Serikat bernama *Jhon B. Watson* mengembangkan teori komunikasi *Behaviorisme* teori ini mencakup semua perilaku, termasuk tindakan balasan maupun respon terhadap suatu rangsangan atau stimulus. Artinya bahwa selalu ada kaitan antara stimulus dengan respon pada perilaku manusia. Jika suatu stimulus atau rangsangan yang diterima seseorang telah teramati, maka dapat diprediksikan pula respon dari orang tersebut. Teori komunikasi ini dapat menggambarkan bagaimana cara kita melakukan tata pameran sebuah koleksi museum yang dapat memberikan stimulus pada pengunjung yang datang ke museum agar mendapatkan respon dari pengunjung tersebut.

*Blummer* dan *Kutz* pada Tahun 1974 berpendapat bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih media yang digunakannya. Sehingga, pengguna media dapat dikatakan sebagai pihak utama dalam suatu proses komunikasi. Dalam hal ini, pengguna mempunyai pilihan untuk menentukan media yang sesuai dengan kebutuhannya. dapat dipahami bahwa pemilihan media

yang digunakan sebagai alat komunikasi dapat menentukan kepuasan bagi penyampaian dan penerimaan pesan tersebut.



Gambar 1. Contoh Media Komunikasi Untuk Kaum Disabilitas

### Teori Komunikasi Di Museum

Terdapat dua proses kerja dalam strategi komunikasi yang dapat diterapkan di museum, yaitu manajemen koleksi dan manajemen informasi. Manajemen koleksi lebih kepada registrasi, inventarisasi, pengaturan storage dan kemudian penelitian koleksi. Hal ini sudah dilakukan oleh sebagian besar museum di Indonesia walaupun sisi penelitian koleksi masih lebih banyak dilakukan oleh peneliti dari luar museum. Manajemen informasi adalah manajemen data yang didapat dari analisa atribut yang menyertai koleksi. Data yang ada tidak seluruhnya bisa ditelan bulat-bulat oleh pengunjung atau bisa menarik calon pengunjung.

Jadi tergantung target calon pengunjung, kurator harus menyiasati pengemasan informasi, memilah informasi yang akan disampaikan, serta penyiaran informasi. Penyiasatan berdasarkan target calon pengunjung menjadi penting karena tidak semua kelompok masyarakat bisa menangkap jenis informasi yang disampaikan

ataupun siap untuk menerima bobot informasi tertentu. Pemilahan informasi ini bukan dimaksudkan sebagai sensorship, tapi lebih kepada usaha menjamin efektifitasnya transfer knowledge yang akan dilakukan. Sebagai contoh adalah penyampaian tema pameran untuk anak-anak sekolah di Amerika Serikat, kurator dan edukator mengacu pada kurikulum yang dikeluarkan oleh departemen pendidikan dalam pemilahan informasi yang akan disampaikan. Selain itu, isu-isu sensitive juga harus dikemas sedemikian rupa agar masyarakat tidak kaget dan berujung pada penolakan kepada seluruh pesan yang ingin disampaikan.

Museum memiliki empat media untuk melakukan komunikasi, yaitu:

- a. melalui koleksi;
- b. melalui program kegiatan publik;
- c. ikut serta dalam ruang dan kegiatan publik; dan
- d. melalui kegiatan kebijakan kehumasan dalam aktivitas sehari-hari.

Kebijakan kehumasan museum dalam aktivitas sehari-hari menjadi satu langkah penting untuk memelihara hubungan dengan masyarakat. Karena setiap hari masyarakat dari berbagai lapisan dan dari berbagai latar belakang datang ke museum membawa tantangan yang berbeda-beda pula. Dalam usaha ini, seluruh bagian dari museum menjadi satu unit besar yang komunikatif. Mulai dari gerbang, resepsionis, tempat penitipan barang, bagian keamanan, pemandu, sampai petugas kebersihan dan toilet. Museum mengkondisikan diri sebagai tuan rumah yang membuka pintu lebar-lebar dengan keramahan yang tulus. Pada usaha yang terakhir ini, museum sebagai institusi harus mendidik sumber daya manusianya menjadi piawai dalam bidang kehumasan, piawai dalam berkomunikasi dengan masyarakat yang datang dan dapat terus menjaga agar senyum tidak hilang dari wajah siapapun. Latihan dan workshop kehumasan bisa disediakan oleh pihak lain yang dipercaya oleh museum, atau mengacu pada

referensi pelatihan kehumasan yang bisa didapat dengan mudah. Penanaman pemahaman tingkat pelayanan yang diinginkan dalam bentuk lain juga menjadi penunjang dalam membangun lingkungan yang mendukung. Bentuk lain tersebut bisa berupa slogan pelayanan seperti selamat datang, kami hadir untuk anda atau kami sambut anda dengan senyuman. Penetapan slogan semacam itu sudah biasa dipakai untuk membentuk kultur suatu perusahaan atau institusi.

Kemudian kembali pada aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh satu unit dalam museum. Keberadaan satu unit khusus ini penting sekali karena tidak bisa kurator, registrar atau konservator mengurus masalah komunikasi, sebagian besar pelaku museum berfokus pada koleksi atau bendanya, jadi mesti ada satu bagian yang berfokus pada manusianya. Hal ini karena paradigma berkomunikasi dua arah atau multi arah dengan berbagai lapisan masyarakat tentunya sangat berbeda dengan paradigma komunikasi satu arah dengan artefak. Agak sedikit sulit untuk membentuk bagian ini di museum, karena tidak banyak ahli komunikasi yang mengerti museum. Bahkan untuk saat ini di dunia, baru satu program pendidikan museum yang mengkhususkan dalam pembahasan komunikasi dalam museum, yaitu program paska sarjana Master Museum Communication, Museum Studies Department, University of The Arts, yang berlokasi di Philadelphia, Pennsylvania.

## **Museum Sebagai Komunikator**

### ***Model Transmisi Dan Aplikasi Di Museum***

Penyampaian pesan di museum kepada pengunjung sangat tidak mudah dilakukan, terlebih museum memiliki bermacam-macam tipe pengunjung. Dalam hal ini, penyampaian pesan yang disampaikan harus sangat mudah dimengerti oleh pengunjung museum memutuskan bagaimana menuangkan ide menjadi simbol dan kepada siapa pesan tersebut akan disampaikan. Pengunjung disini adalah si penerima pesan dan yang menafsirkan pesan tersebut, memahami

makna yang terkandung dalam pesan adalah tugas dari museum selaku penyampai pesan tersebut. Pandangan transmisi dalam berkomunikasi itu menyatakan bahwa ide tidak akan pernah sama persis sesuai (duplikat) antara pengirim dan si penerima.

### ***Komunikasi Budaya Dan Aplikasinya Di Museum***

Pengaruh media massa yang kuat mengenai suatu Hal tersebut dapat mempengaruhi kondisi sosial budaya dalam masyarakat. Pesan dari media massa mampu mengubah norma yang sudah ada dalam masyarakat, disisi lain juga mampu memperkuat norma yang ada dalam masyarakat. Lebih dari itu, mampu menciptakan norma baru dalam masyarakat.

### ***Meaning Making And Engagement***

#### **Pendekatan Psikologi untuk menyampaikan Komunikasi di Museum**

Komunikasi humanisme pernah diimplementasikan dalam dunia pendidikan melalui Humanistic curriculum. Isi teori lebih menekankan pada pembagian pengawasan dan tanggung jawab bersama antar peserta didik. Dengan harapan, nantinya peserta didik dapat menyesuaikan dalam kehidupan masyarakat. Teori komunikasi di atas lebih menekankan pada pengawasan dan tanggung jawab, dengan demikian dalam proses pendekatan museum terhadap tingkat kepuasan pengunjung dalam melihat isi pesan di museum dan museum juga harus bertanggung jawab dalam memberikan tingkat kepuasan pengunjung tersebut dalam menerima pesan sehingga museum dapat dipahami dan disenangi.

### ***Model Komunikasi Terkait Tata Pamer di Museum***

Bambang Sumadio, salah satu empu permuseuman di Indonesia, menyampaikan sebuah ceramah tentang komunikasi museum pada tahun 1987 di Museum

Nasional. Beliau menekankan bahwa tugas komunikasi adalah kewajiban yang harus ditunaikan oleh museum. Bahwa koleksi museum tidak hanya untuk ditampung, tapi harus diolah informasi yang didapat untuk dikomunikasikan kepada masyarakat. Lebih jauh lagi, beliau menekankan bahwa:

*"...setiap petugas kuratorial, dari pelaksanaan hingga pengelola, harus benar-benar memahami bahwa pengelolaan koleksi mempunyai dua segi. Segi pertama adalah segi administrasi benda koleksi sebagai milik museum, di dalamnya termasuk pengelolaan pelestariannya. Segi kedua adalah pengelolaannya sebagai sumber informasi."*

Komunikasi dalam museum yang dimaksud adalah usaha menyampaikan pesan bermakna yang dapat memicu suatu situasi baru pada penerima pesan. Entah akan memicu dialog, rasa penasaran, ketertarikan yang mendalam dan lain sebagainya.

Komunikasi adalah suatu proses yang berangkat dari suatu filosofi dasar. Setiap fase dalam proses itu harus digarap dengan sesempurna mungkin, yaitu mulai dari konsep pesan, penyajian, serta evaluasi keberhasilan proses itu. Proses tersebut harus berjalan dengan filsafat dasar yang berfungsi untuk memberi arah dalam merumuskan komunikasi museum. Filsafat dasar ini adalah filsafat pendirian suatu museum, yang tanpanya tidak banyak berbeda dengan tempat memajang benda antik.

Proses komunikasi di museum selalu mempunyai tema tertentu. Tema itu merupakan penyebaran pesan dari akumulasi data studi koleksi bertanggung jawab yang merupakan bahan untuk menyusun berbagai pesan. Pesan yang bersumber pada filsafat dasar museum kemudian dijabarkan dalam tema. Dengan demikian dapat disusun formulasi komunikasi yang tepat dan dikendalikan oleh batasan-batasan yang jelas. Ia tidak sekedar berupa penampilan koleksi yang mengambang tanpa arah.

## **RANGKUMAN**

Melalui koleksi, kurator dan perancang pameran bekerjasama membentuk sebuah pameran yang komunikatif. Melalui koleksi juga, kurator dan edukator dapat bekerjasama membentuk program pengenalan koleksi dalam bentuk aktivitas hands on atau praktik workshop dalam proses pemahaman koleksi, latihan pembuatan absklatch pada prasasti misalnya. Melalui koleksi, museum juga bisa berkomunikasi dengan museum lain yang memiliki koleksi sejenis. Peminjaman koleksi antar museum menjadi salah satu upaya komunikasi yang efektif antar institusi.

Melalui program kegiatan publik, museum berkomunikasi dengan modal data dari koleksi saja tanpa harus melibatkan koleksi secara fisik. Bentuk komunikasi yang bisa diadakan bisa berupa temu wicara, diskusi, ceramah ilmiah atau kerjasama antar institusi untuk menyusun suatu penelitian yang nantinya bisa disebarluaskan dalam media cetak atau membentuk pameran yang didasarkan pada hasil penelitian tersebut.

Museum juga bisa berkomunikasi dengan ikut serta dalam ruang dan kegiatan publik yang bisa dimulai dari lokasi sekitar museum. Keterlibatan museum dalam kegiatan masyarakat sekitar museum akan menjadikan museum sebagai bagian dari masyarakat, dan sebaliknya masyarakat pun akan merasa memiliki museum. Hasil jangka panjang dari aktivitas ini adalah terciptanya humas-humas di luar museum yang bisa menginformasikan isi museum. Dengan pendekatan yang humanis dan edukasi yang terselip dalam pendekatan tersebut, masyarakat sekitar museum bisa menjadi duta museum yang informatif dan bangga akan hubungannya dengan museum. Pendekatan ini bisa dimulai dari tukang ojek atau pedagang yang mencari nafkah di sekitar gedung museum; sekolah lokal terdekat dengan museum; institusi pemerintahan terdekat di sekitar museum atau institusi

lain yang merupakan tetangga di sekitar museum. Contoh keikutsertaan dalam ruang dan kegiatan publik bisa berupa partisipasi dalam perayaan hari-hari besar ataupun ikut bergotong royong dalam pembersihan lingkungan, atau bekerja sama erat dengan sekolah-sekolah terdekat.

## BAB V

### PAMERAN MUSEUM

#### KEGIATAN

1. Pameran sebagai Fungsi Museum
2. Jenis-jenis pameran di museum
3. Perancangan pameran museum / *museum exhibit design*

#### INDIKATOR KEBERHASILAN KOMPETENSI

Peserta pelatihan memahami tentang pameran sebagai fungsi museum, jenis-jenis pameran di museum, dan perancangan pameran museum/*museum exhibit design*

#### URAIAN MATERI

##### PAMERAN SEBAGAI FUNGSI MUSEUM

Pameran merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari museum, karena pameran merupakan suatu cara yang paling visible bagi museum untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Secara umum pameran merupakan sebuah sarana untuk berkomunikasi dengan masyarakat guna menyampaikan informasi, ide, gagasan, emosi yang berkaitan dengan bukti-bukti materi kebudayaan manusia dan lingkungannya melalui bantuan visual dan dimensi . Dalam hal menyampaikan informasinya, setiap museum memiliki suatu kebijakan khusus yang mengacu pada jenis museum dan koleksi yang dikumpulkannya. Maksud dari kebijakan ini berupa adanya visi dan misi dari museum tersebut. Dalam perkembangannya, museum akan selalu berkembang dengan memperluas cakupan dari kebijakannya mengenai tata cara penyelenggaraan pameran. Jadi sebuah museum kini tidak hanya mengurus mengenai pameran tetap dan

temporer, informasi yang akurat, menjaga agar koleksi selalu terawat, namun museum juga sudah mulai untuk mengantisipasi berbagai tanggapan atas kebutuhan pengunjung dan masyarakat melalui kajian yang intensif, rancangan desain pameran yang komunikatif dan berbagai strategi lainnya.

Selain itu, museum yang terencana, haruslah selalu menjamin keselamatan, dan keterawatan lingkungan baik keselamatan dan keterawatan koleksi dan pengunjungnya. Hal ini sesuai dengan pengertian museum yang termuat dalam UU RI Nomor 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya pasal 18 ayat 2 yaitu : “*Museum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi berupa benda, bangunan, dan/atau struktur yang telah ditetapkan sebagai Cagar Budaya dan mengomunikasikannya kepada masyarakat*”

## **KOMUNIKASI MELALUI PAMERAN / PAMERAN SEBAGAI COMMUNICATION OF MEANING**

Pada dasarnya suatu proses komunikasi itu merupakan suatu proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Hal ini bisa berupa gagasan, opini, informasi dan lain-lain yang bisa muncul dibenaknya. Baik itu berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekuatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan yang timbul dari dalam dirinya. Komunikasi akan terjadi disaat ada kesamaan makna antara pihak yang terlibat dalam proses komunikasi

Fungsi utama museum adalah berkomunikasi. Alasan dasarnya karena komunikasi museum adalah filsafat dasar atau ideal yang dimiliki oleh masing-masing museum. Filsafat dasar tersebut berhubungan dengan tujuan museum itu didirikan dan jenis koleksi yang ditampilkan.

Oleh sebab itu, pameran merupakan suatu cara yang efektif bagi sebuah museum untuk berkomunikasi dengan pengunjung. Dari setiap penyelenggaraan pameran, akan selalu diawali dengan sebuah gagasan besar tentang apa saja yang ingin disampaikan kepada masyarakat luas. Gagasan tersebutlah yang kemudian diwujudkan dengan menyajikan berbagai koleksi yang dilengkapi dengan berbagai ilustrasi, teks, gambar dan pendukung lainnya.

Pameran juga bisa bermakna untuk menyampaikan misi museum kepada pengunjung. Pemilihan koleksi, tema yang diangkat, faktor pendukung serta berbagai informasi dan interpelasi yang disampaikan merupakan ciri khas dari museum atau tempat diselenggarakannya pameran tersebut. Selain itu masyarakat juga turut berperan aktif dalam menentukan apakah pameran tersebut mampu menyentuh, menarik, komunikatif serta akrab dengan pemahaman mereka. Jadi pameran itu intinya bagaimana cara menawarkan suatu pengalaman kepada masyarakat. Setiap museum memiliki karakteristiknya masing-masing, dan umumnya melalui pamerannya, museum tersebut bisa merefleksikan karakterisitiknya, baik itu melalui isi kontennya, gaya dan cara pengungkapannya. Jadi apapun jenis pameran yang ditampilkan dan materi apa yang disampaikan, pameran itu memiliki tiga prinsip universal, yaitu :

1. Inti utama dari pameran itu bagaimana mengkomunikasikan sesuatu
2. Pameran itu merupakan media untuk berkomunikasi, dan
3. Pameran merupakan suatu bentuk pengalaman dan bukan produk

## **JENIS-JENIS PAMERAN DI MUSEUM**

Berdasarkan pengertian dan jangka waktu pelaksanaan pameran, berikut juga dengan jenis dan sifat pameran museum dibagi menjadi tiga jenis, yaitu :

1. Pameran Tetap

Pameran tetap ialah pameran yang diselenggarakan dalam jangka waktu sekurang-kurangnya selama tiga tahun. Tema pameran tersebut bisa sesuai dengan visi dan misi dari museum itu. Idealnya berbagai koleksi yang disajikan di ruang pameran tetap ada sekitar 25 sampai dengan 40 persen dari koleksi yang dimiliki museum tersebut. Disamping itu, untuk pameran tetap yang sudah berusia lima tahun bisa direnovasi, dengan tujuan untuk meningkatkan cara penyajian koleksi yang disesuaikan dengan perkembangan dan kemajuan zaman, serta lebih bisa memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada pengunjung.

2. Pameran Khusus atau pameran temporer

Pameran khusus atau pameran temporer, ialah pameran yang diselenggarakan dalam jangka waktu antara satu minggu sampai dengan tiga bulan, dengan mengambil sebuah tema khusus dan dengan tujuan untuk mengundang lebih banyak pengunjung ke museum, agar bisa mengenal serta menghayati berbagai koleksi yang ditampilkan

3. Pameran keliling

Pameran keliling, ialah pameran yang diselenggarakan di luar museum dengan memiliki tema khusus dan dalam jangka waktu tertentu. Memiliki tujuan untuk mengenalkan suatu khasanah budaya daerah yang satu kepada daerah yang lainnya, sehingga bisa tercapai suatu hubungan antar suku bangsa atau budaya

## **JENIS PAMERAN DI MUSEUM TANTANGAN DALAM PENYELENGGARAAN PAMERAN**

Melihat pada table diatas, bahwa konsep penyajian pameran menurut pembagiannya di dalam museum ada empat jenis tipe, gaya dan karakteristik yang berbeda. Hal ini juga akan mempengaruhi pada cara menyajikan informasi

pameran tersebut. Hal ini bisa dilihat dari kekuatan pameran tersebut pada teks, gambar, foto atau ada kekuatan estektika lain yang bisa menampilkan sebuah ciri khusus

Awalnya, konsep dan konsep dan pendekatan penyajian di masa lalu (tradisional museum) lebih banyak menampilkan hasil penelitian berupa "benda" koleksi. Pemaknaan terhadap benda banyak dipengaruhi dari para penelitinya, sehingga di dalam penyampaiannya kepada masyarakat sering mengalami kendala karena kurang bisa dipahami dan cenderung tidak kekinian. Hal inilah yang membuat para ahli di bidang permuseuman di tahun 1980an, mencoba mengembangkan konsep "museum baru" yang subyeknya diambil dari kehidupan masyarakat, yang sifatnya interdisipliner, dan pemaknaan koleksinya pun didasarkan pada penggunaannya di masyarakat. Kemudian hasil pemaknaan tersebut dikaji ulang agar sesuai dengan relevansi masa kini dan masa yang akan datang. Oleh sebab itu, orientasi komunikasi museum masa kini lebih menekankan pada penyajian pameran yang berorientasi pada informasinya dibandingkan koleksinya.

Hal ini menjadikan informasi itu sebuah kekuatan baru disamping koleksi benda. Jika dicermati lebih luas, maka fokus konsep " museum baru" saat ini adalah sebuah museum yang berperan dalam menyelamatkan, menyimpan, dan meneruskan ingatan bersama (memory collective). Hal inilah yang menyebabkan museum itu harus lebih bekerja sama dengan komunitas sekitar agar bisa memperkuat identitas budaya dari sebuah pameran yang ditampilkan karena bagaimanapun juga informasi dan pemaknaan tersebut didapat dan juga dibutuhkan oleh masyarakat agar bisa menemukan kembali sejarahnya sendiri melalui pencarian yang relevansi antara masa lalu dan masa kini.

## **Tantangan dalam penyelenggaraan pameran**

Dalam penyelenggaraan suatu pameran, bagaimana pesan yang terkandung pada pameran tersebut bisa dipahami dengan baik. Sebesar apapun bobot materi informasi yang ingin disampaikan, atau sepenting apapun nilai informasi yang diberikan, hal ini tidak akan memberikan makna apapun kepada pengunjung apabila pihak penyelenggara pameran salah dalam menyajikannya. Itu berarti pihak penyelenggara harus memahami benar sampai sejauh mana bobot materi informasi yang akan disajikan, media apa saja yang digunakan dan unsur pendukung apa saja yang dibutuhkan untuk menyajikan informasi tersebut. Komunikasi dalam pameran itu bukan hanya sekedar tukar menukar pikiran atau pendapat saja, tetapi komunikasi itu merupakan suatu proses mengubah perilaku orang lain

## **PERANCANGAN PAMERAN MUSEUM / *MUSEUM EXHIBIT DESIGN***

Konsep tata ruang pameran museum bisa dilihat dari beberapa aspek sebagai berikut :

- Alur sirkulasi, mulai dari pintu masuk sampai pintu keluar
- Konsep dan besaran ruang yang disediakan
- Material (bahan bangunan), tekstur dan warna background (tekstual dan visual concept) baik interior maupun penataan luarnya (eksterior)

Selanjutnya bisa dijelaskan bahwa yang menjadikan tolak ukur keberhasilan dari sebuah pameran itu adalah sampai sejauh mana efek yang ditimbulkan dari informasi yang disajikan melalui tata pameran tersebut, baik dalam tatanan kognitif, afektif maupun konatif

Dalam tatanan kognitif ; seorang pengunjung yang pada keadaan awalnya tidak mempunyai pengetahuan atas pameran tersebut dibuat agar memiliki

pengetahuan tentang pameran tersebut. Pengunjung itu jadi tahu dan mengerti dari apa saja yang disajikan di pameran tersebut.

Pada tatanan Afektif : pengunjung tersebut selain mendapatkan informasi mengenai pameran itu, melalui tata pamernya diharapkan bisa menimbulkan rasa suka dalam diri mereka, karena pengunjung sudah bisa memahami dan mengerti makna dari koleksi di ruang pameran tersebut

Pada tatanan konatif: Setelah pengunjung sudah mulai bisa memahami apa makna yang terandung di dalam koleksi di ruang pameran itu, diharapkan akan terjadi suatu perubahan sikap maupun tindakannya dalam memandang warisan budaya sebagaimana yang telah dia saksikan di pameran tersebut

Dan apabila tatanan tersebut tidak tercapai, maka bisa disimpulkan bahwa komunikasi antara system tata pamer dengan pengunjung bisa dikatakan "gagal". Itu berarti informasi yang disajikan di system tata pameran tersebut tidak memberikan suatu efek ataupun dampak kepada pengunjung

Hal ini berkaitan juga dengan kriteria keberhasilan pameran bagi pengunjung. Keberhasilan suatu pameran itu bisa terwujud apabila :

### **Desain Pameran**

Desain pada dasarnya merupakan suatu disiplin ilmu yang tidak hanya mencakup pada eksplorasi visual, tetapi berkaitan juga dengan aspek-aspek lainnya seperti kultural, sosial, filosofis, teknis dan juga bisnis. Hal ini jika kaitannya dengan pameran budaya, maka desain tersebut termasuk dalam desain komunikasi visual yang sumber studinya pada antropologi kebudayaan, komunikasi, sejarah, psikologi, sosiologi, ekonomi dan juga pendidikan. Perlu dijelaskan kembali bahwa desain komunikasi visual itu adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media untuk menyampaikan pesan

dan gagasan secara visual, termasuk audio dengan mengolah elemen desain grafis berupa bentuk gambar, huruf dan warna, serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sarannya. Jadi desain komunikasi visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (arts of communication) dengan menggunakan bahasa rupa (visual language) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Jadi bisa disimpulkan bahwa desain komunikasi visual itu merupakan sebuah seni yang menyampaikan pesan dengan bahasa rupa (visual language) yang kemudian disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi hingga bisa merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang diinginkan

Sebuah desain pameran yang baik itu harus bisa memberikan perhatian visual (attention). Dan kemudian harus dapat menarik perhatian (interest), akhirnya bisa menimbulkan keinginan (desire), menanamkan keyakinan pada sasaran (conviction) dan selanjutnya bisa membangun sikap pada sasaran untuk melakukan tindakan (action)

Dan pada akhirnya, keberhasilan suatu desain itu sangat berkaitan dengan pencapaian tujuan dari pameran tersebut. Perancangan desain berupa suatu media pameran dan penyajian informasi haruslah bisa memecahkan permasalahan dalam komunikasi di pameran tersebut

### **Siapa saja yang terlibat dalam perancangan desain pameran**

Dalam merancang desain sebuah pameran terdapat berbagai elemen kelompok ataupun perseorangan yang saling berhubungan, termasuk diantaranya desainer, benda koleksi dan masyarakat, yang satu sama lain saling berhubungan dan

mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk menghasilkan desain yang menarik, efektif dan fungsional. Agar kesemuanya saling meyakinkan diperlukan beberapa pedoman dasar, yaitu:

a. Pangsa Pasar/pengunjung

Pangsa pasar/pengunjung merupakan kelompok yang dituju dalam menginformasikan pesan dan koleksi yang akan dipamerkan. Hal ini penting karena dengan mengetahui latar belakang pengunjung tersebut, baik dari segi usia, jenis kelamin, tingkat sosial, pendidikan, dan lainnya bisa menunjang dalam penetapan sebuah bentuk desain yang sesuai dan tepat sasaran

b. Konsep Desain

Pada intinya konsep desain itu merupakan tema utama dalam sebuah desain tata pameran. Konsep desain merupakan penjabaran mengenai isi dari pameran tersebut beserta gambar dan alasan kuat mengapa desain tersebut dipilih

c. Pesan Desain

Pesan desain merupakan suatu kesimpulan yang mencerminkan dari tema utama yang menyeluruh dan mewakili seluruh ide dan gagasan pada pameran tersebut sehingga secara tidak langsung pengunjung bisa mengetahui isi dari pameran tersebut hanya melihat dan merasakan dari desain pameran itu

d. Media Desain

Media desain merupakan suatu alat atau prasarana yang dipakai untuk memuat pesan dari desain itu. Dalam menentukan pemilihan media desain sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung yang berkaitan dengan sasaran yang dituju, waktu, lokasi penempatan, efektivitas, serta efisiensinya, sehingga bisa mendapatkan karakteristik yang dituju dari pameran itu

## **RANGKUMAN**

Jika sudah berbicara mengenai pameran sebagai media komunikasi perlu mempertimbangkan gagasan seperti apa yang hendak dan mau disampaikan curator terhadap pengunjung. Disamping itu dari segi teknologinya, apakah memerlukan suatu teknologi yang canggih seperti misalnya penggunaan touchscreen atau touchbook, dengan informasi yang sebenarnya tidak membutuhkan media-media teknologi tersebut. Hal ini kadang bisa menimbulkan suatu kebingungan bagi pengunjung karena belum akrab dengan suatu teknologi tersebut

## **BAB VI**

### **PERENCANAAN INTERPRETIF PAMERAN MUSEUM**

#### **KEGIATAN**

1. Definisi
2. Model Pembelajaran dalam Perencanaan Interpretif
3. Strategi Perencanaan Interpretif
4. Model Penyampaian Informasi pada Perencanaan Interpretif
5. Materi dalam Perencanaan Interpretif Pameran

#### **INDIKATOR KEBERHASILAN KOMPETENSI**

Peserta pelatihan memahami tentang definisi, model pembelajaran dalam perencanaan interpretif, strategi perencanaan interpretif, model penyampaian informasi pada perencanaan interpretif, materi dalam perencanaan interpretif pameran

#### **URAIAN MATERI**

Perencanaan interpretif merupakan dokumen yang disusun oleh tim pameran yang mendeskripsikan pendekatan yang akan digunakan oleh tim tersebut dalam menarik dan mengkomunikasikan pesannya kepada pengunjung. Dokumen tersebut terus diperbaharui mengikuti dinamika masyarakat dan kebutuhan museum. Beberapa institusi memberikan sebutan yang berbeda untuk dokumen ini, seperti dokumen proyek, dokumen perencanaan, atau dokumen rencana pameran.

## DEFINISI

*The National Association for Interpretation* (NAI), menyatakan bahwa interpretif/interpretasi merupakan proses komunikasi yang memadukan antara keterkaitan intelektual dan emosional dengan ketertarikan pengunjung dan makna yang melekat pada sumber tersebut. Sementara menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perencanaan merupakan proses, cara, perbuatan merencanakan (merancangkan). Sementara beberapa definisi perencanaan interpretif seperti yang dijelaskan oleh Wells dan Barbara, et all (2016 : 35-6) adalah sebagai berikut :

1. *American Association of Museums (AAM) National Interpretive Planning Colloquium*, 2005, menyatakan perencanaan interpretif adalah dokumen tertulis terkait cerita dan pesan yang ingin disampaikan oleh museum melalui berbagai media, seperti pameran, program, dan publikasi. Didalamnya juga menjelaskan tentang filosofi institusi (visi dan misi), tujuan edukasi, dan target pengunjung (*American Association of Museums National Interpretive Planning Colloquium AAM National Interpretive Planning Colloquium*, 5 Mei 2005, presentasi yang tidak diterbitkan).
2. Maurer, 2008, menyatakan bahwa perencanaan interpretif adalah pendekatan interdisiplin yang tujuan akhirnya adalah menunjukkan interaksi antara pengunjung dan koleksinya.
3. Adams and Koke, 2008, menyatakan bahwa perencanaan interpretif adalah sebuah dokumen yang menjelaskan tentang kerangka kerja intelektual (*intellectual framework*) yang menghubungkan antara misi organisasi dan koleksinya dengan kebutuhan dan ketertarikan pengunjung.
4. *National Park Service* (NPS), 1996, menyatakan perencanaan interpretif adalah proses strategis yang dalam implementasinya bertujuan untuk mencapai tujuan manajemen melalui interpretasi dan edukasi; proses yang

dijalankan dengan mendeskripsikan tujuan pengunjung dan merekomendasikan cara yang tepat untuk melakukan preservasi koleksi.

5. Swift, 2002, menyatakan bahwa perencanaan interpretif adalah sebuah cara untuk menetapkan bagaimana museum berkomunikasi dengan pengunjung dan pengguna lainnya melalui display, pameran, dan aktivitas lain dan bagaimana museum dapat memenuhi berbagai cara pembelajaran dengan berbagai gaya dan kebutuhan.

Kemudian berdasarkan definisi tersebut Wells dan Buler mendefinisikan bahwa

*Interpretive planning is a deliberate and systematic process for thinking about, deciding on, and recording in a written format or plan educational and interpretive initiatives for the purpose of facilitating meaningful and effective experiences for visitors, learning institutions, and communities* (Wells, Marcella, et al 2016 : 37).

Perencanaan interpretive planning adalah *proses* yang *direncanakan dan sistematis* untuk *memikirkan, memutuskan*, dan merekam dalam sebuah format tertulis atau dituangkan dalam *rencana edukasi dan gagasan interpretif* dengan tujuan memfasilitasi pengalaman yang *bermakna* dan pengalaman *efektif* untuk pengunjung, institusi pembelajaran dan komunitas.

- Proses diartikan sebagai tindakan berkelanjutan dan berlangsung lama, prosedur yang mencakup perubahan dan peluang.
- Direncanakan dan sistematis diartikan sebagai proses yang direncanakan, dipikirkan dan metodologis.
- Memikirkan diartikan sebagai perencana (baik secara tim maupun individu) mencoba berbagai pemikiran untuk memutuskan perencanaan kemudian mendiskusikan dan merundingkannya dengan orang yang terlibat dalam proses tersebut.

- Memutuskan diartikan terlibat dalam proses pengambilan keputusan, dimana perencana bekerjasama atau diberikan masukan oleh orang lain, organisasi, dan setiap orang yang terkait dengan rencana tersebut.
- Mendokumentasikan berarti mengkomunikasikan perencanaan, keputusan, ketentuan yang telah dijelaskan dalam proses interpretif dan dalam bentuk tertulis (cetakan atau elektronik)
- Rencana mengacu pada dokumen (berupa file digital) yang merupakan catatan administratif sebuah perencanaan.
- Edukasi dan gagasan interpretif berarti aktivitas dan kegiatan (seperti pameran, program, media edukasi) yang dapat menarik, melibatkan, mengajarkan, dan menginspirasi pengunjung.
- Bermakna dan efektif dapat diartikan dampak dari pengalaman, misalnya hasil spesifik dan dampak dari pengalaman pembelajaran informatif, yang dapat bersifat negatif, positif atau tidak diketahui yang dapat melibatkan perubahan atau transformasi pada aspek kognitif, afektif, psikomotor, atau sosial seseorang (Wells, Marcella, et al 2016 : 35-8).

Berdasarkan berbagai definisi di atas, dapat didefinisikan bahwa perencanaan interpretif merupakan proses dan rekaman tertulis yang disusun untuk tujuan tertentu, khususnya untuk menjelaskan perencanaan pameran serta kebutuhan, keinginan, dan pengalaman pengunjung dalam kunjungannya di museum.

Perencanaan interpretif terdiri dari :

- a. Perencanaan interpretif regional, mempunyai jangkauan yang sangat luas dan tidak menjelaskan perencanaan tersebut secara detail, misalnya rencana induk kota.
- b. Master perencanaan interpretif memiliki perencanaan terkait kelembagaan secara luas dan umum, misalnya master perencanaan interpretif museum.

- c. Perencanaan program interpretif memiliki lingkup yang tidak luas namun sangat detail menjelaskan perencanaan tersebut, seperti rencana interpretif pameran, rencana interpretif program edukasi, rencana interpretif pemasaran, dan sebagainya.



Gambar 1. Lingkup dan Skala Perencanaan Interpretif

Sumber: Wells, Marcella, et.al, 2016: 41

(dengan terjemahan ke dalam Bahasa Indonesia)

### *Perencanaan Master Interpretif Museum*

Perencanaan master interpretif museum merupakan rencana kedepan melalui penyusunan program, penyiapan sumberdaya, dan berbagai pengaturan agar tujuan di masa depan tercapai. Rencana setiap langkah akan mencapai tujuan akhir yang sesuai dengan tujuan yang tersirat dalam pernyataan visi dan misi. Perencanaan tersebut bersifat *fleksibel* (memungkinkan untuk diperbaiki) dan dinamis (dapat berubah dalam kurun waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan) tanpa mengubah tujuan akhir.

Perencanaan program dapat bersifat jangka panjang, jangka menengah, jangka pendek atau rencana strategis. Seperti yang dijelaskan oleh Wells, Marcella bahwa *master interpretive plan is institution-wide interpretive plan, long-range interpretive plan, comprehensive interpretive plan, interpretive strategy, interpretive framework, community connections plan, museum-wide exhibition master plan (Wells dan Barbara, et al, 2016 : 71).*

Dalam perencanaan master interpretif juga dijelaskan tentang program edukasi, pameran, publikasi museum, program publik, program pemasaran, dan berbagai program lainnya untuk dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu. Akan tetapi belum membahas secara detail tentang program tersebut. Salah satu contoh rencana *master interpretive* adalah *Master Interpretive Plan Valdez Museum And Historical Archive*. Di dalam rencana tersebut dijelaskan tentang hal-hal sebagai berikut :

1. Ringkasan eksekutif
2. Latar belakang
3. Misi, tujuan, dan tema (mencakup visi, misi, dan tujuan museum, tujuan interpretif, pokok interpretif, dan pengunjung)
4. Pendekatan interpretif (demografi pengunjung, pengalaman pengunjung, dan pendekatan yang memungkinkan untuk digunakan)
5. Draft konsep rencana interpretif (The Alchemy of Design Team 2016: 4).

Contoh lainnya adalah *Interpretive Plan Museum Mahone Bay* dijelaskan hal-hal sebagai berikut :

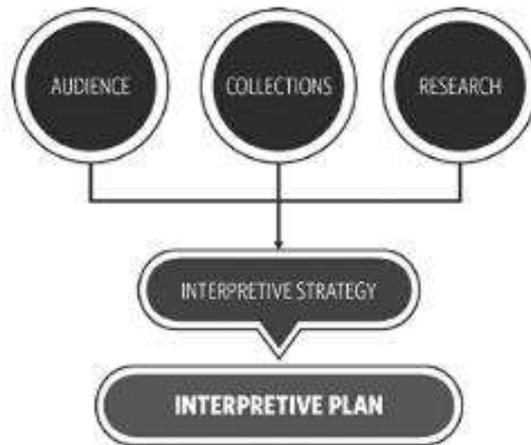
1. Pendahuluan (visi dan misi museum, nilai, latar belakang dan tujuan program)
2. Analisis diri (inventaris sumberdaya (seperti koleksi, layanan pengunjung dan aksesibilitas, metode interpretasi, pengelola museum, calon pengunjung, keterhubungan dengan komunitas), kekuatan (strengths), peluang (opportunities), dan tantangan (*challenges*), rekomendasi, dan evaluasi).

3. Pernyataan visi untuk interpretasi
4. Pengunjung
5. Tema interpretasi (pokok interpretif saat ini dan perencanaan interpretif selanjutnya)
6. Metode dan media interpretif (termasuk tujuan interpretif)
7. Pengembangan pameran
8. Program sekolah
9. Program volunteer (kondisi saat ini, rekomendasi program volunter)
10. Keanggotaan museum
11. Perencanaan dan implementasi (pengembangan kebijakan, pembaharuan kebijakan, dan pembaharuan rencana interpretif).
12. Lampiran (klasifikasi pameran, kebijakan pameran dan interpretasi, pelibatan komunitas, program sekolah, dsb).

### **MODEL PEMBELAJARAN DALAM PERENCANAAN INTERPRETIF**

Perencanaan interpretif lebih berpusat pada kebutuhan pengunjung dan pesan yang ingin disampaikan museum. Pembelajaran museum berbeda dengan pembelajaran dari sisi akademis semata, sehingga diperlukan model pembelajaran di museum yang dijelaskan dalam rencana interpretif.

Model pembelajaran ini dirancang oleh edukator atau tim edukasi museum kemudian disampaikan kepada Penata Pameran. Perencanaan interpretif menjelaskan tentang proses perencanaan yang kreatif, interaktif dan konsultatif. Setiap tahapan memiliki tugas masing-masing



Gambar 2. Proses Perencanaan Interpretif  
(sumber : Lord dan Piacente, 2005:255)

Model pembelajaran yang diterapkan pada perencanaan interpretif disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung/masyarakat. Gardner Howard (1983) seperti yang dikutip oleh Lord dan Piacente (2014 : 253) menyatakan setiap pengunjung belajar dan berperilaku berbeda dalam sebuah pameran. Dengan menyusun perencanaan interpretif, museum dapat mengetahui kebutuhan/keinginan pengunjung secara detail dan mengelolanya dalam penyampaian informasi melalui pameran dan program edukasi. Lord dan Piacente (2014 : 253-4) kemudian menyusun model pembelajaran berdasarkan prinsip Gardner Howard, seperti yang terlihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 1 Model Pembelajaran

Gaya Belajar	Kesenangan	Cara Belajar	Tata Pamer
Visual-Spasial	melihat gambar, grafik, warna, imajinasi visual, dan spasial, menonton film, menggambar,	Memvisualisasikan, mengimajinasikan, bekerja dengan gambar dan warna	Miniteater yang menampilkan kehidupan seniman, lukisan mural dengan lingkungan berwarna, dll.

	serta mendesain.		
Linguistik-verbal	Membaca, menulis, dan bercerita ( <i>storytelling</i> )	Mengatakan, mendengar, dan melihat kata.	Ruang umpan balik untuk memberikan komentar bagi seniman, panel teks yang mendeskripsikan sesuatu.
Logical-mathematical	Eksperimen, memberikan pertanyaan, mempelajari pola dan hubungan	Mengklasifikasikan, bekerja dengan pola abstrak, mengkategorikan	Membandingkan dan mengkontraskan dua pekerjaan seni, mempelajari dan mengidentifikasi pola habitat burung.
Kinestetik	Bergerak, menyentuh, dan berbicara	Melakukan, menyentuh, dan bergerak, aktivitas fisik, dan membuat sesuatu	Membuat karya seni dengan menggunakan perlengkapan atau tema seniman pada umumnya, menyentuh replika hewan, berkelompok untuk membandingkan dan mempelajari evolusi habitat, fungsi, dll
Intrapersonal	Bekerja sendiri, mengejar ketertarikannya sendiri	Instruksi mandiri dan proses pemikiran	Display estetis karya seni dengan melihat dan membandingkannya untuk refleksi, membandingkan dan mengkontraskan tulang hewan
Interpersonal	Bersama dengan teman, berbicara dengan orang dan menjadi anggota dari kelompok	Berbagi, bekerja sama, menginterview dan membandingkan	Membuat aktivitas kesenian, berjalan mengelilingi lingkungan.
Musikal	Bernyanyi dan bersenandung, mendengarkan musik, dan	Irama, melodi, dan musik	Kios audio dengan musik atau refleksi para seniman terhadap hasil karyanya, daftar dan mencocokkan suara hewan.

	memainkan alat musik.		
--	-----------------------	--	--

Sumber : Lord dan Piacente, 2014 : 253-4 (dengan terjemahan ke dalam Bahasa Indonesia)

## STRATEGI PERENCANAAN INTERPRETIF

Pameran merupakan media komunikasi museum kepada pengunjungnya. Pada penyelenggaraannya ekshibisi tentunya didukung oleh teknik presentasi sebagai media komunikasi. Teknik presentasi tersebut tentunya mengandung unsur edukasi (*educational exhibit*) karena informasi lebih diutamakan dibandingkan objek (Dean, 1996 : 4). Selain bersifat edukasi (*education*), ekshibisi juga harus bersifat *entertainment* yang kemudian digabungkan menjadi satu dengan istilah *edutainment* (Hooper-Greenhill, 2007: 33).

Proses pembelajaran di museum sebaiknya berbasis *edutainment* di museum, berguna untuk *meaning making* pengunjung, karena mereka mengkonstruksi makna pesan dengan caranya sendiri<sup>1</sup> (Hooper-Greenhill, 2007: 35). Pameran museum dapat didukung oleh berbagai teknik agar dapat bersifat *edutainment* yaitu label, *graphic* (Caulton, 1998: 29-30) (seperti *display screens, panel* dan foto), tiga dimensi (seperti *room settings, tableau, people-movers*), *audio visual*, dan manusia (seperti *guided tour, bincang-bincang (talking to a group)*, dosen, demonstrator, dan pemeran) (Paine dan Ambrose, 2006: 81-90).

Barry Lord dan Gail Dexter Lord menyatakan bahwa:

Museum exhibitions address our awareness of the world, and affect our attitudes and values, all of which matter. Although museum exhibit almost always also communicate data for cognition as well as more discursive ideas for comprehension, their focus as a unique means of transformative visual, auditory, and kinesthetic communication on our awareness, our attitudes, and values (Lord dan Lord, 2002: 16-9).

<sup>1</sup> *Meaning-making* berarti pengunjung memadukan antara pengetahuan dan pengalaman yang telah dimilikinya dengan hasil interpretasi atau pesan museum (Hooper-Greenhill, 2007: 35)

Pendapat di atas menyatakan bahwa pameran sebagai media komunikasi harus memperhatikan aspek visual, auditori, dan kinestetik untuk pengunjung. Linda D'Acquisto juga menyatakan bahwa ekshibisi yang menambahkan aspek visual, auditori, dan kinestetik akan lebih menarik perhatian pengunjung (D'Acquisto, 2006: 127). Pembelajaran melalui visual berarti melihat koleksi, informasi, dan penunjang pameran misalnya dengan melihat diorama, panel, booklet, leaflet, katalog, label, dll). Pembelajaran melalui auditori berarti mendengar suara misalnya dengan pemanduan dan perangkat audio. Sementara pembelajaran melalui kinestetik berarti menekankan pada pengalaman pengunjung akan ekshibisi misalnya dapat memegang replika koleksi, memakai berbagai koleksi, dll.

Gary Edson dan David Dean menyatakan bahwa kebanyakan pengunjung museum lebih bersifat aktif dibandingkan pasif. Pengunjung lebih suka melakukan sesuatu dibandingkan hanya membaca dan mendengar, Oleh karena itu pameran harus dapat memanfaatkan cara pengunjung untuk merekam informasi, yaitu dengan kata-kata (bahasa dengan membaca dan mendengar), indera (perasa, peraba, penciuman, dan pendengaran) gambar (secara visual). Dengan kata lain, museum bukan hanya memberikan pemahaman kepada pengunjung melalui membaca, namun melalui gambar dan indera. Dengan memanfaatkan ketiganya, maka komunikasi antara museum dan pengunjung akan lebih efektif (Edson, 1996: 178).

## **MODEL PENYAMPAIAN INFORMASI PADA PERENCANAAN INTERPRETIF**

Penyelenggaraan ekshibisi difokuskan pada informasi dan koleksinya, disajikan dengan menggunakan empat model penekanan seperti yang telah dikemukakan oleh Barry Lord dan Gail Dexter Lord, yaitu model kontemplasi (perenungan), komprehensi (pemahaman), *Discovery* (penemuan), dan interaksi.

Keempat model penekanan<sup>2</sup> tersebut disajikan dengan pendekatan tematik sesuai dengan konsep yang akan dijelaskan dalam perencanaan interpretif. Georgia Rouette menyatakan bahwa pendekatan tematik adalah pendekatan yang lebih menekankan pada cerita dengan tema tertentu dibandingkan dengan koleksinya. Akan tetapi, terdapat dua pendekatan lain yang dapat digunakan dan dapat digunakan bersama dengan pendekatan tematik, yaitu kronologi dan taksonomi. Pendekatan kronologi adalah pendekatan yang lebih menekankan pada penyajian koleksi secara kronologi atau urutan waktu dengan menggunakan objek seni dan sejarah tanpa interpretasi yang jelas (*authorial interpretation*), sedangkan pendekatan taksonomi lebih menekankan pada penyajian koleksi yang sama berdasarkan kualitas, kegunaan, gaya, periode, dan pembuat (Rouette, 2007 : 25-6).

Pendapat serupa dengan format yang sedikit berbeda dijelaskan oleh Lord dan Piacente (2014 : 257-9). Lord dan Piacente membuat 2 model struktur penyampaian informasi, yaitu *linear* atau *sequential thematic structure* (struktur tematik berproses atau linear) dan *nonlinear structure* (struktur non linear).

### *Linear atau Sequential Structures*

Cara penyampaian pesan yang memiliki awal dan akhir. Pengunjung harus memahami konten, tema, dan topik dalam proses kunjungannya. Beberapa contoh dari struktur ini adalah :

1. Kronologi, museum menyampaikan ceritanya dengan menggunakan kurun waktu atau proses tertentu. Pada umumnya digunakan oleh pameran bertema sejarah.

---

<sup>2</sup>Model penekanan pada ekshibisi yang dapat digunakan di semua museum dan dapat dikombinasikan antara satu dengan yang lain. Misalnya museum ilmu pengetahuan dapat menggunakan model penekanan interaksi dan kontemplasi sedangkan museum seni rupa menggunakan model penekanan penemuan (Lord dan Lord: 2002: 22).

2. Struktur spasial, museum menyampaikan cerita berdasarkan hubungan spasial antara cerita yang satu dengan lainnya. Misalnya cerita tentang rekonstruksi situs arkeologi yang menceritakan perjalanan dari barat ke timur, dll.



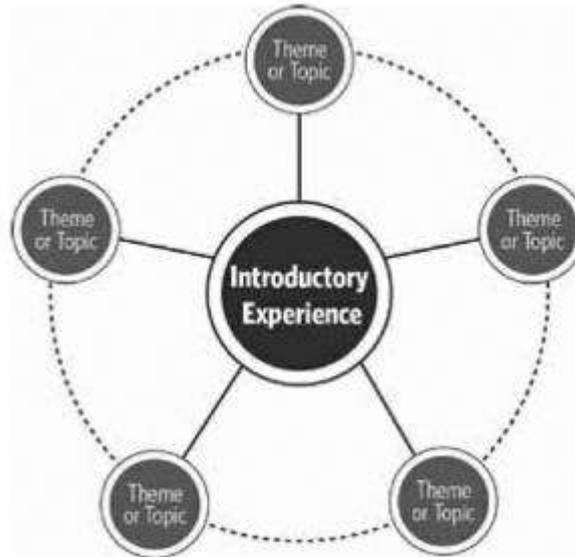
Gambar 3. Matriks Linear Structures (Lord dan Piecente, 2014 : 258)

### *Nonlinear Structures*

Cara penyampaian pesan yang membuat pengunjung dapat mendalami atau mencari tema atau topik tidak berurutan. Pengunjung dapat mempelajari informasi yang diinginkannya. Sehingga penata pameran harus membuat informasi tersebut dapat tersampaikan dengan baik, meskipun pengunjung tidak membaca informasi secara keseluruhan. Contoh dari *nonlinear structures* adalah:

- a. *Focal thematic structure* (struktur tematik inti), yaitu struktur tematik yang menekankan pada hubungan dua alur cerita dan hubungan tersebut menjadi inti dari cerita tersebut. Penata pameran museum mendesain satu topik utama yang dikelilingi oleh topik pendukung yang menunjang informasi topik utama.
- b. *Parallel thematic structures* (struktur tematik parallel), penata pameran museum menggunakan satu set tema atau subtema yang digunakan secara terus menerus untuk mengeksplor banyak topik. Misalnya pameran sejarah alam sering menggunakan cara penyajian ini untuk menginterpretasikan wilayah geografis dengan menggunakan tema yang sama, seperti flora, fauna, dan iklim.

- c. *Independent structures* (struktur independen), penata pameran menyajikan informasi topik yang saling berhubungan atau tidak berhubungan dalam satu area. Informasinya dipahami tanpa mengacu pada cerita lainnya.



Gambar 4 Matriks Nonlinear Structure

(Sumber : Lord dan Piecente, 2014 : 258)

## PERENCANAAN INTERPRETIF PAMERAN

Pameran merupakan komunikasi antara museum dengan pengunjung dan permasalahan utamanya bukan terletak pada desainnya, melainkan bagaimana museum menciptakan komunikasi efektif untuk pengunjung. Pertanyaan mendasar dalam penyusunan rencana tersebut adalah :

1. Pesan apakah pesan yang disampaikan ke pengunjung?
2. Kepada siapakah pesan tersebut akan disampaikan?
3. Bagaimana cara efektif mengkomunikasikan pesan tersebut kepada pengunjung?

Agar dapat menjawab pertanyaan tersebut museum menyusun perencanaan interpretif. Perencanaan tersebut merupakan salah satu tugas penting dalam proses pengembangan pameran, penyusunan desain penyampaian informasi dan pemberian pengalaman serta pembelajaran kepada pengunjung. Beberapa museum memiliki departemen khusus (seperti departemen pameran atau program publik) yang bertugas menyusun rencana interpretif ini. Beberapa museum lainnya menyerahkan tanggung jawab ini kepada tim pameran yang dikoordinir oleh penata pameran.

Rencana interpretif ini dibutuhkan oleh museum dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Relevan, bermakna, dan berhubungan

Mayoritas pengunjung bukan seniman, kurator, sejarawan, ilmuwan, atau anggota kelompok minat khusus. Pengunjung berasal dari tempat, latar belakang pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, dan umur yang berbeda. Pengelola museum perlu menemukan cara yang lebih baik untuk mengkomunikasikan pesan yang hendak disampaikan dan informasi yang asing bagi pengunjung. Informasi berbeda dengan interpretasi. Interpretasi didasarkan atas informasi.

Tugas museum adalah menemukan hubungan antara informasi yang ingin disampaikan dengan karakteristik pengalaman, baik pengunjung tetap maupun pengunjung baru. Jika informasi yang hendak disampaikan adalah informasi baru bagi pengunjung, maka museum harus mencari teknik yang memotivasi pengunjung untuk mempelajari lebih lanjut.

2. Berpusat pada pengunjung

Karakteristik pengunjung cukup bervariasi, mulai dari umur, etnis, latar belakang pendidikan, tempat tinggal, pekerjaan dan lainnya. Pengunjung

mengunjungi museum secara individual dan berkelompok. Setiap karakteristik pengunjung tersebut dipelajari dan museum menyiapkan berbagai teknik yang berbeda pula. Tugas dari perencana interpretif menganalisis semua karakteristik pengunjung yang beragam atau calon pengunjung pameran dengan tujuan untuk mengidentifikasi pengalaman apa yang dibutuhkan, pesan apa yang terkait dengan kurikulum, dan media komunikasi efektif apa yang digunakan.

Penyusunan rencana interpretif juga dapat melibatkan masyarakat, misalnya pendapat masyarakat tentang pesan apa yang akan disampaikan kepada pengunjung. Berubahnya paradigma museum, dari *traditional museum* ke *new museum* mengimpilkasikan bahwa interpretasi kurator atau ilmiah bukan satu-satunya suara untuk disampaikan di museum. Museum harus mampu untuk mencari tau apakah interpretasi yang disampaikan oleh kurator relevan dengan pengunjung.

### 3. Pengambilan Keputusan dan Pemantauan

Dengan disusunnya perencanaan interpretif, proses pengembangan pameran menjadi lebih terarah dan terkendali. Selain itu, mempermudah pengelola museum untuk mengambil keputusan dan memantau pelaksanaan hasil perencanaan tersebut.

Adapun struktur yang dijelaskan dalam perencanaan interpretif adalah sebagai berikut :

1. Penelitian, koleksi, gambar, dan informasi lain terkait pameran. Perencanaan interpretif memberikan informasi tentang rencana kajian
2. Kebutuhan desain dan kreativitas. Perencanaan interpretif menjelaskan tentang ruang lingkup, lingkup, karakteristik, dan perkiraan desain pameran yang berhubungan dengan ruang tersedia. Desain tersebut merupakan media

untuk menampilkan pesan pameran yang telah dijelaskan dalam perencanaan interpretif.

3. Persyaratan produksi. Perencanaan interpretif adalah salah satu indikasi awal tentang lingkup produksi media yang dibutuhkan dalam pameran. Pendekatan media yang digunakan dan bagaimana merealisasikannya kedalam bentuk fisik, misalnya dari diorama ke vitrin ke multimedia.
4. Pengunjung yang diharapkan datang dan pengalaman pengunjung dalam pameran. Uraian yang dijelaskan dari perencanaan interpretif merefleksikan penelitian pengunjung dan evaluasi pameran, menginformasikan perencanaan edukasi, pelayanan, dan publisitas.
5. Uraian yang ditemukan dalam perencanaan interpretif yang mencerminkan riset pasar dan evaluasi pameran, menginformasikan perencanaan untuk layanan pendidikan dan sosialisasi, publisitas, dan strategi pemasaran.

Perencanaan interpretif mendeskripsikan apa yang akan dirasakan, didengar, dan dilakukan pengunjung di museum. Perencanaan tersebut merupakan sarana untuk mengetahui perkembangan pameran serta memastikan koleksi, konten, dan tujuan komunikasi tertuang dalam desain dan produksi pameran.

## **MATERI DALAM PERENCANAAN INTERPRETIF PAMERAN**

Rencana interpretif juga sering disebut sebagai *exhibition plan* (rencana pameran), yang merupakan penjabaran tentang strategi interpretif. Tiap bagian menjelaskan secara detail tentang pameran yang disesuaikan kebutuhan dan keinginan pengunjung. Inti dari perencanaan interpretif adalah *storyline*, sebuah dokumen yang mengidentifikasi apa yang akan dilihat, didengar, dan dilakukan dalam pameran. *Storyline* dapat berupa matriks yang menjelaskan pesan yang ingin disampaikan, koleksi, bagaimana cara menyampaikan, dan pengalaman yang dirasakan pengunjung.

Salah satu isi dari perencanaan interpretif, yang dikutip dari Project Interpretive Plans, Maharaja : The Splendour of India's Royal Courts, Art Gallery of Ontario, Toronto, Canada (2011) adalah sebagai berikut :

1. Ringkasan Interpretif Keseluruhan
  - a. Ide Utama (big idea)
  - b. Pertanyaan utama (key questions)
  - c. Target pengunjung
  - d. Pesan utama secara keseluruhan
2. Zona pameran/ide kunci
  - a. Pendahuluan
  - b. Kerajaan India
  - c. Peralihan kekuasaan
  - d. The Raj
  - e. Bangsawan India
3. Skema zona pameran/ide kunci
4. Konsep pemetaan pengalaman pengunjung
5. Pengenalan
  - a. Pengenalan
  - b. Pesan utama
  - c. Target pengunjung
  - d. Pekerjaan utama
  - e. Strategi interpretif detail (label, audiovisual, multimedia, dll)
  - f. Strategi desain/pengalaman pengunjung
6. Zona 1 : Pertunjukan Kerajaan
  - a. Pengenalan
  - b. Pesan kunci
  - c. Pengalaman pengunjung
  - d. Pekerjaan utama

- e. Strategi interpretif detail (label, audiovisual, multimedia, dll)
  - f. Strategi desain/pengalaman pengunjung
7. Zona 2 : dst
8. Epilog : Maharaja saat ini
- a. Pengenalan
  - b. Pesan kunci
  - c. Pengalaman pengunjung
  - d. Pekerjaan utama
  - e. Strategi interpretif detail (label, audiovisual, multimedia, dll)
  - f. Strategi desain/pengalaman pengunjung
9. Rekomendasi tambahan

## RANGKUMAN

Perencanaan interpretive planning adalah *proses yang direncanakan dan sistematis* untuk *memikirkan, memutuskan,* dan merekam dalam sebuah format tertulis atau dituangkan dalam *rencana edukasi dan gagasan interpretif* dengan tujuan memfasilitasi pengalaman yang *bermakna* dan pengalaman *efektif* untuk pengunjung, institusi pembelajaran dan komunitas.

Dalam menyusun perencanaan interpretif, perlu direview perencanaan konseptual dan hasil kajian terkait pameran yang telah disusun oleh tim pameran.

Penata pameran harus memahami konten pameran terkait :

1. Penelitian, referensi, dan pelajaran terkait pameran. Penata pameran tidak mungkin dapat memahami topik-topik khusus yang dijelaskan kurator atau edukator. Oleh karenanya, penata pameran harus bekerja sama dengan kurator dan edukator dalam menyusun rencana interpretif.
2. Mengulas koleksi

Mengulas koleksi yang akan dipamerkan dan sedang dipamerkan. Selain itu, perencanaan interpretif harus mencakup tentang bagaimana koleksi digunakan dan diinterpretasikan dalam sebuah pameran. Hal yang perlu diperhatikan adalah sbb :

- a. Apakah koleksi memiliki nilai-nilai penting?
- b. Cerita apa yang dapat disampaikan koleksi?

### 3. Memahami pengunjung

Pameran diselenggarakan untuk pengunjung. Hasil evaluasi dan kajian yang telah disusun oleh pengelola museum lainnya akan membantu penata pameran dalam mengembangkan pameran. Hal yang perlu diperhatikan adalah sbb:

- a. Apakah museum mendesain tata pameran dari berbagai tingkatan usia pelajar?
- b. Apakah pameran dapat mengkomunikasikan pesan untuk berbagai jenis pengunjung?

Selain ketiga hal di atas, penata pameran juga harus melakukan kajian interpretif dan menjaring informasi sesuai kebutuhan. Beberapa diantaranya sbb :

- a. Menggabungkan beberapa kajian terbaru terhadap praktek terbaik dan tren.
- b. Menyelenggarakan dan memfasilitasi workshop untuk mengetahui topik, tema, dan subtema, mendiskusikan tren dan praktik terbaik, tujuan komunikasi, dan sebagainya.

## BAB VII

### TAHAPAN PERANCANGAN PAMERAN MUSEUM

#### KEGIATAN

1. Pre-Design
2. Conceptual Design
3. Jenis-jenis pameran di museum
4. Perancangan pameran museum / *museum exhibit design*

#### INDIKATOR KEBERHASILAN KOMPETENSI

Peserta pelatihan memahami tentang pameran sebagai fungsi museum, jenis-jenis pameran di museum, dan perancangan pameran museum/*museum exhibit design*

#### URAIAN MATERI

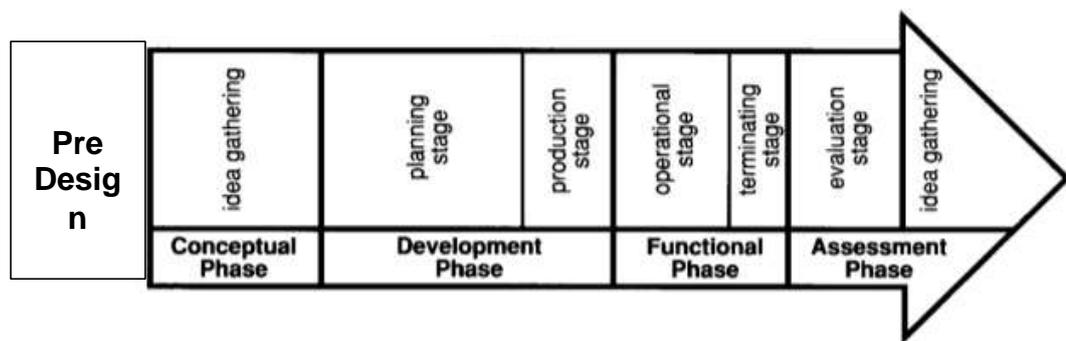
##### TAHAPAN PERENCANAAN TATA PAMER PAMERAN

Perencanaan tata pameran museum merupakan sebuah perencanaan dari sebuah interpretive spaces yang sudah dibahas pada bab sebelumnya. Sebuah pameran (exhibit) adalah ruang public tempat pengunjung bersentuhan dengan objek dan konsep atau informasi yang dipamerkan atau diilustrasikan. Terdapat hubungan antara naratif, ruang dan identitas, merupakan atmosfer dari imajinasi.

Menurut Verhaar dan Meeter (1989) pengertian pameran adalah "sarana komunikasi dari kelompok besar masyarakat yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, ide dan emosi yang berkaitan dengan bukti material manusia dan lingkungannya dengan bantuan metode-metode visual dan dimensi"

Jadi bisa dikatakan bahwa desain pameran adalah proses dialektis yang secara bersamaan berhubungan dan berkembang dalam suatu media yang menghubungkan antara teknik retorika verbal-konseptual (konsep) dan visual-representasional (desain). Seperti yang sudah dibahas di bab-bab sebelumnya bahwa paradigma misi museum kini telah berganti yang semula dari *research oriented* (benda) menjadi *public oriented* (informasi)

Dalam proses perancangan pameran museum ada beberapa tahap yang harus dilalui:



## PRE- DESIGN

Tahapan pre design yang baik mengacu pada misi museum yang akan dibuat. Misi dari sebuah pameran adalah menyediakan tempat untuk edukasi dan refleksi, menyediakan koleksi beserta informasinya sebagai media pembelajaran. Sehingga menegaskan kepercayaan publik terhadap lembaga museum sebagai juru kunci informasi yang ada di dalam masyarakat tersebut.

Berikut merupakan tahapan dari fase pre design:

- a. Menentukan komite pameran (exhibit)

Pameran tetap, pameran tidak tetap yang disebut dengan *traveling exhibitions* berkembang sebagai sebuah produk dari kerjasama yang intensif antara *academic writer*, kurator, konservator, restorer, museolog, arsitek dan exhibition designer.

Proses dari pekerjaan tersebut melibatkan beberapa ahli dalam bidang ilustrasi seperti design, product and media design, lighting design dan model serta exhibition construction. Pembangunan exhibit juga tidak terlepas dari intervensi jurnalis akademik, edukator dan academic writers.

Diatas itu semua , dalam menentukan siapa yang akan terlibat dalam sebuah perancangan pameran museum tentunya merujuk pada tema apa yang diusung oleh sebuah museum, ketika pameran tersebut bercerita tentang sejarah islam, tentunya expert di bidang sejah islam menjadi bagian komite dari perancangan museum tersebut.

b. Menentukan tujuan dan sasaran exhibit

Pengkajian terhadap pengunjung museum merupakan hal mendasar oleh praktisi museum modern dalam kaitannya dengan aktivitas museum, dan khususnya dalam kaitannya dengan display dan tata pameran museum. Karena museum adalah ruang publik tempat pengunjung bersentuhan dengan koleksi dan konsep atau informasi yang diwakilkan atau diilustrasikan dalam sebuah tata pameran. Tentunya, sebuah museum bertujuan untuk melayani masyarakat luas dari latar belakang yang berbeda-beda, sehingga sebuah museum tidak akan mungkin untuk memuaskan semua pengunjung museum. Oleh karena itu, ketika mengembangkan proyek pameran disarankan untuk mengidentifikasi kelompok sasaran pengunjung museum dengan mempertimbangkan fakta bahwa setiap pengunjung terdiri dari banyak dan beragam jenis individu, dengan perbedaan usia, tingkat pendidikan, selera dan minat dan lain sebagainya.

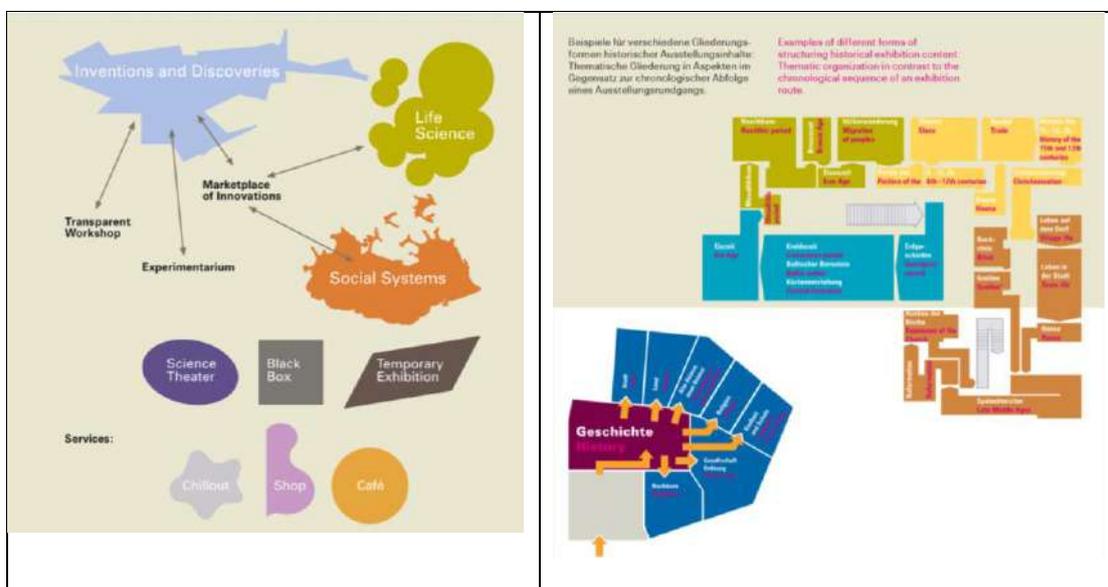
Museum yang responsif harus memutuskan dan menentukan target pengunjung. Misalnya, narasi yang disajikan untuk orang dewasa dengan tingkat pendidikan tertentu, atau memberikan perhatian khusus kepada individu dewasa yang kurang terdidik dengan menggunakan label yang

sangat singkat dan jelas dengan penggambaran atau penjelasan visual lainnya, ataupun untuk anak-anak sekolah dengan rentang usia tertentu dan lain sebagainya. Analisis tentang pengunjung juga memungkinkan perancang untuk merencanakan ruang sirkulasi dan jarak bebas yang diperlukan, serta ruang istirahat.

## CONCEPTUAL DESIGN

*Conceptual design* adalah tahapan brainstorm ide untuk komponen pameran, yang kemudian digunakan untuk menyusun storyline museum sehingga, pengukuran atau menggambar ruang pameran, dan membuat skets-skets ide.

Setelah storyline selesai, pekerjaan berlanjut pada Tahapan perencanaan yang terdiri dari pekerjaan mendesain pameran secara fisik, membuat perencanaan edukasi bersama edukator, mengumpulkan ide strategi promosi bersama humas marketing, merencanakan anggaran bersama tim administrasi, mencari dana bersama tim administrasi, dan pendokumentasian. Konsep pameran yang terarah mendefinisikan tema-tema utama yang merupakan dasar dari semua keputusan desain yang akan dibuat.



Ilustrasi struktur konsep tata pameran

(sumber: Bertron Schwarz Frey, 2006)

Berikut hal-hal yang dirumuskan dalam tahapan conceptual design, yaitu themes and content, storyline, key statements and intentions, Sources, requirements, interests and positioning, object situation, visitor analyses, museum pedagogy/educational theory, spatial factors, framework conditions, preservation, conservational conditions, mobility concept, dan visitor pathways.

### *Penentuan Konten Exhibit, brainstorm ide untuk komponen pameran*

Untuk memulai eksplorasi pengembangan pameran secara mendetail, harus dimulai dengan tahapan konseptual yaitu pencarian ide yang dapat berasal dari berbagai sumber.

### *Storyline*

Setelah menentukan komponen museum, tim kuratorial akan membuat sebuah dokumen yang disebut sebagai storyline. Storyline merupakan interpretasi tema dan konten dalam sebuah pameran, sehingga dalam penyusunan storyline, naskah narasi perlu diperkuat, karena dokumen inilah yang nantinya akan menciptakan cerita pada objek-objek pameran yang nantinya akan menciptakan sebuah pengalaman bagi pengunjung museum.

Storyline terdiri dari:

#### *1. a narrative document*

Narasi adalah manuscript sebuah exhibisi atau pameran. Narasi ini diteliti dan ditulis oleh anggota kuratorial tim pameran yang berisikan informasi koleksi yang akan dipamerkan. Dengan demikian seorang kurator harus menguasai tema sebuah pameran. Narasi biasanya akan atau mirip dengan makalah ilmiah tentang subjek pameran, berisikan cerita tentang koleksi. Bisa

disimpulkan narasi itu adalah dokumen pertama dan mendasar untuk mendapatkan alur cerita yang tepat sebuah pameran.

## *2. an outline of the exhibition*

Dokumen ini akan dirumuskan oleh kurator, edukator, dan tim perancang/desain berdasarkan dokumen narasi yang telah dibuat. Dokumen ini berupa daftar awal objek yang akan dipamerkan, dan tujuan pendidikan. Bentuk dokumen ini dalam bentuk outline, daftar topik utama dan sub-topik yang terkandung dalam tema pameran. Dokumen ini sedetail yang diperlukan untuk mengkomunikasikan dengan jelas jenis dan tingkat informasi serta arah alirannya yang akan tercermin dalam desain pameran.

Dokumen outline ini tidak dimaksudkan untuk secara langsung membahas desain atau estetika pameran, meskipun alur informasi pameran memungkinkan adanya pengaturan tata letak tertentu, atau pemakaian warna yang memiliki makna tertentu dalam konteks subjek. Selain itu, edukator perlu memasukkan persyaratan untuk pemrograman pendidikan. Sebagai contoh Jika seorang demonstran harus menjadi bagian dari rencana, maka diperlukan suatu ruang untuk kegiatan tersebut. Setiap kebutuhan ruang yang berkaitan dengan semua aktivitas museum perlu diidentifikasi oleh seorang petana pameran ketika menyusun desain tata pameran.

Untuk membantu mengembangkan dokumen outline menentukan bagaimana informasi harus disajikan sehingga pengunjung dapat menyerapnya, sub-dokumen lain dapat membantu, seperti storyboard atau diagram alur informasi.

## *3. a list of titles, sub-titles and text*

Dokumen ini sering dimasukkan sebagai bagian dari dokumen outline. Dokumen ini berisi teks judul, sub teks judul, dan label teks.

#### *4. a list of collection objects*

Daftar koleksi merupakan hasil dari pengembangan narasi dan outline sehingga semua dokumen akan memberikan gambaran lengkap sehingga seorang perancang dapat merumuskan rencana dan desain tata pameran museum. Selama proses penyempurnaan narasi dan pembuatan outline, tim perancang akan melihat daftar koleksi awal dengan saran tim kuratorial untuk dijadikan koleksi yang dipamerkan pada sebuah pameran. Ketika storyline selesai, koleksi pameran telah dipilih dan label telah ditulis. Pada titik inilah pekerjaan utama desainer dimulai. Storyline merupakan dasar informasi untuk seorang perancang sehingga dapat mengkonfigurasi tata pameran museum untuk memaksimalkan objek dan misi pendidikan dari pameran.

Tahap perencanaan membutuhkan pengembangan strategi kerja yang tepat, karena pada tahap ini diibaratkan sebagai peta desain, dengan kata lain maksud dan tujuan perencanaan harus jelas dan pertanyaan tentang nilai dan makna koleksi harus diselesaikan sehingga tidak menjadi ambigu. Dalam tahap perencanaan, ide-ide yang tidak jelas, outline dan solusi perlu dikembangkan dan dibuat konkret sehingga dapat terbangun.

Pekerjaan yang dihasilkan pada tahap perencanaan sebagai berikut:

- a. Ground Plan (Denah)
- b. Lighting (Pencahayaan)
- c. *New Media*
- d. *Wall* Layout
- e. *Guiding* Visitors

## **Penyusunan gambar konstruksi/produksi dan instalasi untuk pameran**

Sebelum proyek dilaksanakan seorang desainer akan membuat gambar desain yang disebut atau design engineering drawing (DED). Kemudian DED tersebut dibuat menjadi shop Drawing atau working drawing dikerjakan oleh kontraktor untuk mendetailkan gambar arsitek agar sesuai dengan spek -spek/bahan yang ada di lapangan yang mau dipakai dalam proyek, atau menjelaskan apakah persepsi arsitek dan pelaksana sama dalam intepetasi gambar. Kemudian membuat Asbuilt Drawing (Kontraktor) yang merupakan kumpulan dari Shop Drawing yang telah sesuai dengan lapangan dan telah ditata rapi. Definisi As Built Drawing adalah cukup sederhana, yaitu gambar yang dibuat sesuai kondisi terbangun di lapangan yang telah mengadopsi semua perubahan yang terjadi (spesifikasi dan gambar) selama proses konstruksi yang menunjukkan dimensi, geometri, dan lokasi yang aktual atas semua elemen proyek. Tujuan gambar ini adalah sebagai pedoman pengoperasian bangunan yang dibuat dari shop drawing dimana telah mengadopsi perubahan yang dilakukan pada saat konstruksi dimana perubahan tersebut ditandai secara khusus. As Built Drawing dibuat oleh kontraktor dengan persetujuan Penyedia Jasa / Owner melalui proses cek oleh konsultan pengawas.

Dengan tujuan pedoman pengoperasian, tentu saja As Built Drawing tidak perlu sedetil shop drawing yang tujuannya adalah untuk dasar membangun yang dituntut harus detil. spek penting yang harus diperhatikan adalah tujuan komunikasi kedua gambar tersebut. Shop Drawing bertujuan untuk informasi lengkap bagaimana membangun, sedangkan As Built Drawing bertujuan untuk informasi pedoman pengoperasian. Contoh pada gambar penulangan balok, kadang diperlukan detil penyaluran tulangan atau pembengkokan tulangan pada semua balok. Tapi gambar ini cukup diganti dengan standart drawing. Tingkat detil kedua gambar, ditentukan dari tujuan informasi atas fungsi kedua gambar

tersebut. Sebai kesimpulan, gambar yang dihasilkan adalah DED, Shop Drawing, dan As Built Drawing.

### **Penyusunan Jadwal Produksi dan Instalasi**

Penyusunan jadwal produksi dan instalasi berkaitan dengan manajemen waktu. Manajemen waktu yang baik merupakan hal yang sangat penting untuk menghindari permasalahan procedural dan harus disetujui sebagai dasar pekerjaan proyek.

Fungsi manajemen waktu adalah untuk memantau dan mengontrol waktu yang dihabiskan dalam sebuah proyek. Pengaturan tersebut biasanya menggunakan Timesheet dan manajemen waktu log untuk merekam waktu yang dihabiskan.

Dengan menggunakan Timesheet, dapat mengontrol jumlah waktu yang dibutuhkan untuk mengerjakan sesuatu dalam proyek, meningkatkan peluang untuk mengerjakan proyek dengan tepat waktu dan terjadwal. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen waktu proyek adalah semua rekaman waktu pada sebuah proyek. Proses ini membantu manajer mengetahui tugas-tugas selama bekerja, pada, kapan dan berapa lama waktu pengerjaannya dan untuk mengetahui apakah sesuai rencana kerja.

Tahapan produksi (menyiapkan komponen pameran, mounting dan instalasi koleksi museum bersama kurator dan konservator, mengembangkan program edukasi bersama edukator, dan mengimplementasikan ide perencanaan promosi bersama humas marketing, memantau perkembangan pameran dan berkoordinasi dengan tim pameran)

### **Instalasi**

Tahap terakhir sebelum membuka pameran untuk umum adalah instalasi objek, yaitu pekerjaan konstruksi rancangan tata pameran. koleksi pameran membutuhkan

perlindungan khusus, tergantung pada jenis, nilai dan kondisi pameran harus mendapat perhatian dan diperlakukan sesuai dengan ketentuan tertentu, dan ini biasanya disebut sebagai kondisi konservatif. Ini terkait dengan standar umum mengenai pencahayaan, kelembaban, suhu, penanganan dan operasi, presentasi, keamanan dan durasi pameran. Standar yang ditetapkan oleh museum harus benar-benar diperhatikan.

Produksi sebuah pameran melibatkan berbagai tugas organisasi. Kualitas teknis suatu pameran ditentukan oleh kualitas tender. Pilihlah kontraktor terbaik bukan yang termurah. Memastikan kualitas tinggi membutuhkan deskripsi yang benar-benar tepat tentang apa yang direncanakan. Undang-undang yang meliputi kecelakaan dan keamanan kebakaran harus diamati tanpa kecuali. Semua pedoman konservasi harus diperiksa dan dimasukkan sebagai kondisi khusus dalam spesifikasi untuk tender.

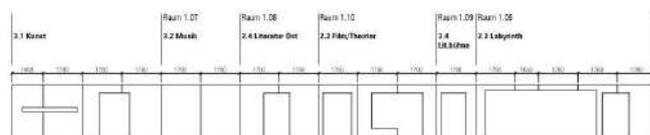


Foto produksi dan instalasi pameran

## **TAHAPAN OPERASIONAL**

Tahapan operasional (mempresentasikan/melakukan pameran kepada publik secara luas, mengimplementasikan program edukasi, melakukan survei pengunjung, memelihara pameran, menyiapkan pengamanan untuk pameran. Hasil dari tahap operasional (mencapai tujuan pameran dan mencegah kerusakan koleksi)

Tahapan operasional merupakan pembukaan pameran kepada public sehingga program-program yang sudah direncanakan dapat diimplementasikan kepada masyarakat. Selama pameran berlangsung, pegawai museum dapat melakukan survey dan analisis pengunjung, apakah pengunjung yang datang mengunjungi museum sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan diawal.

## **DESIGN DEVELOPMENT**

Setelah tahapan conceptual selesai, pekerjaan berlanjut pada Tahapan design development yaitu terdiri dari: menulis text atau audio visual, desain grafis, pengembangan layout ruangan rancangan komponen exhibit dan rancangan tempat penyajian exhibit, Pengembangan Rancangan interkatif exhibit, Pengembangan rancangan tata pencahayaan.

### **Tipografy and Grafik**

Grafik pada ekshibisi, atau exhibition didactics, mengacu kepada spesifik area yang melingkupi penyampaian informasi yang tidak hanya dikomunikasikan melalui presentasi koleksi, tetapi mengacu kepada level menerangkan atau menceritakan yaitu koneksi antara koleksi dan maknanya, dan interaksi museum dengan pengunjung.

## Ilustrasi

Pepatah “a picture says a thousand words” memiliki relevansi khusus dengan desain pameran. Gambar lebih unggul dari teks dalam arti bahwa mereka dapat dipahami secara global oleh pengunjung. Gambar adalah presentasi visual yang baik tidak membutuhkan terjemahan, dan tanpa teks. Jika keterangan diperlukan, sebenarnya sekadar deskripsi tentang apa yang sudah dapat dilihat dalam gambar.



## TAHAP EVALUASI PAMERAN

Tujuan dari evaluasi ini agar sesuai dengan visi dan misi pameran itu sehingga pameran bisa efektif dan tepat sasaran.

Dalam mengevaluasi sebuah pameran, beberapa pertanyaan untuk ditanyakan mungkin termasuk: • Apakah pameran menarik perhatian pengunjung, dan jika demikian, seberapa baik dan untuk berapa lama? • Apakah pengunjung belajar sesuatu? • Apakah pameran itu memenuhi kebutuhan orang-orang? Apakah alamat pameran dan menjawab pertanyaan mereka? • Apakah pengunjung merasakan pengalaman museum secara pribadi bermanfaat? • Apakah pameran

merangsang minat yang berkelanjutan pada subjek? • Apakah para pengunjung akan kembali ke museum, dan mengapa atau mengapa tidak?

Efektivitas pameran dalam memenuhi harapan dan memberikan nilai pendidikan lebih sulit untuk dinilai daripada jumlah pengunjung. Cara-cara yang konkret untuk mengukur interaksi antara pameran dan orang dibutuhkan. Untuk melakukan ini, penting untuk memastikan apa parameternya. Seperti halnya analisis apa pun, seseorang harus meletakkan kerangka masalah, mengidentifikasi unsur-unsur, dan merumuskan serangkaian pertanyaan yang harus dijawab

Jumlah pengunjung tidak menunjukkan pemahaman terhadap suatu pameran. Seperti halnya masalah komersial, angka "penjualan" diperlukan untuk mendapatkan pemahaman yang kuat tentang seberapa baik museum melakukan pendidikan. Seperti pedagang, perencana pameran harus mendengarkan keluhan pelanggan berikut juga dengan pujian. Materi-materi ilmu pengetahuan harus dikemas dengan hati-hati dan kemudian diamati untuk melihat apa yang menjual dan apa yang tidak tersentuh sama sekali. Menilai tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh pengunjung sebelum, selama, dan setelah kunjungannya merupakan cara yang masuk akal untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan pameran.

Jika tingkat pemahaman atau penghargaan ketika pengunjung memasuki pameran dapat dibandingkan dengan tingkat saat meninggalkan, sepotong informasi yang berharga dapat dibentuk: apakah pameran tersebut berkomunikasi atau tidak. Jika ya, maka pendidikan didalamnya berhasil. Jika belum, maka cobalah untuk menemukan kesalahan tersebut. Selalu ada ruang untuk perbaikan.

Dalam proses mengevaluasi, beberapa parameter tertentu harus ditentukan, termasuk: • Apa saja data yang diperlukan untuk melakukan evaluasi? • Bagaimana cara mengumpulkan data? • Apakah evaluasi bersifat ilmiah atau

perseptual, obyektif atau subyektif, formal atau informal, kognitif atau afektif? •  
Apa yang harus dievaluasi?

Untuk menjawab pertanyaan diatas dibutuhkan komunikasi yang efektif dan analisa-analisa mendalam. Analisa tersebut bisa ada sebelum pameran (front-end-evaluation), Sedang berlangsung (Formative-evaluation) dan setelah pameran (Summative evaluation)

a. front-end evaluation (sebelum)

Evaluasi awal dapat dipertimbangkan dari berbagai pandangan. Interes pengunjung dan sponsor museum tidak selalu sama. Untuk alasan ini, diperlukan analisis menyeluruh terhadap situasi yang ada dan semua bidang yang relevan. Hal ini harus didahului pada pengenalan langkah-langkah perencanaan konkret. Pendekatan desain yang dangkal dan berdampingan dapat dihindari, dan dapat menjamin solusi yang berkelanjutan, dengan membentuk kelompok kerja multi-disiplin. Untuk menyediakan tahap penelitian dengan landasan seluas mungkin, direkomendasikan untuk mengadakan FGD untuk mendapat masukan dari berbagai spesialis dan peserta eksekutif.

b. Formative evaluation (pada saat)

c. summative evaluation (setelah)

Mengevaluasi pameran yang sudah selesai sangat disarankan agar setiap pameran baru atau pameran temporer utama dievaluasi dengan menggunakan metode yang diakui. Sebagian besar bergantung pada evaluasi setelah pembukaan, hal ini akan mengidentifikasi dengan cepat setiap kesalahan atau masalah besar, seperti kesulitan sirkulasi sehingga modifikasi yang diperlukan dapat dilakukan. Namun, salah satu peneliti terkemuka dalam efektivitas pameran, Chandler Screven (1985), telah

menggambarkan metode untuk melaksanakan proses selama pemasangan pameran, sebelum terbuka untuk umum, dan karena itu menemukan dan memperbaiki kesalahan dan masalah. Evaluasi juga selalu sangat penting dalam membantu menemukan solusi dan sistem kerja yang lebih baik untuk masa depan

## **RANGKUMAN**

Keberhasilan sebuah pameran tidak hanya didasarkan pada estetika, penataan ruang koleksi, tetapi juga pada hubungan antara koleksi dan pengunjung. "Bagi pengunjung, lingkungan pameran adalah media komunikasi utama."

## **BAB VIII**

### **PENGELOLAAN PAMERAN MUSEUM**

#### **KEGIATAN**

1. Pengelolaan Pameran Tetap
2. Pengelolaan Pameran Temporer

#### **INDIKATOR KEBERHASILAN KOMPETENSI**

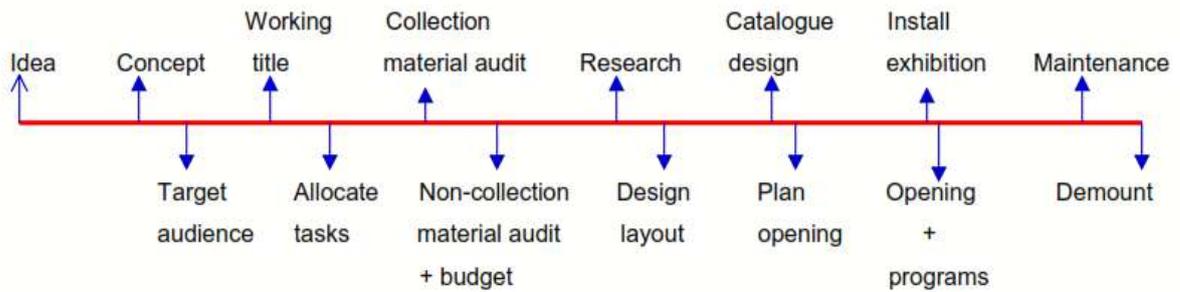
Peserta pelatihan memahami tentang pengelolaan pameran tetap dan pameran temporer.

#### **URAIAN MATERI**

Pengelolaan pameran museum merupakan sebuah upaya pengelola museum dalam memelihara pameran museum agar tetap dapat mengkomunikasikan pesan kepada masyarakat. Pengelolaan mencakup perawatan koleksi, pemeliharaan media interaktif dan teknologi lainnya, pembersihan ruang pameran, metode pameran, pemeliharaan sarana pameran, keamanan, lingkungan koleksi, akses, pencahayaan, dan sebagainya. Pemeliharaan pameran ini dilakukan secara berkala dan berdasarkan pada hasil evaluasi yang dilakukan.

Pemeliharaan pameran, baik pameran tetap maupun temporer membutuhkan kerja sama yang baik dari tim pameran, yang setidaknya terdiri dari penata pameran, edukator, kurator, konservator, register, desainer, dll. Oleh karenanya, pengelolaan pameran museum membutuhkan rencana dan alur kerja yang matang.

Adapun tahapan dalam pelaksanaan pameran adalah sebagai berikut :



Bagan 1. Tahapan dalam Pelaksanaan pameran

Sumber : [http://www.magsq.com.au/\\_dbase\\_upl/plan-dev-exh-dev.pdf](http://www.magsq.com.au/_dbase_upl/plan-dev-exh-dev.pdf)

Tahap ide, penyusunan konsep, pembagian tugas, proses kuratorial serta penataan pameran telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Pada bab ini akan dijelaskan pemeliharaan atau pengelolaan pameran, baik pameran tetap maupun pameran temporer.



Gambar 1. Contoh Penataan Pameran

## PENGELOLAAN PAMERAN TETAP

Pameran tetap adalah pameran yang diselenggarakan dalam jangka waktu 2 sampai 4 tahun. Tema pameran sesuai dengan jenis, visi, dan misi museum (Direktorat Museum, 2008a: 46-8). Dikarenakan masa pameran ini relatif lama

sehingga memerlukan perencanaan dan pengelolaan yang matang. Pengelolaan tersebut termasuk evaluasi sebelum pelaksanaan, pada saat pelaksanaan, dan setelah pelaksanaan pameran.

Selaras dengan perkembangan fungsi koleksi, bermacam sarana interpretasi dan metode penyajian koleksi dalam pameran tetap museum turut berkembang. Dan perkembangan itu terjadi karena pengunjung yang semakin kompleks. Tuntutan untuk menampilkan hal yang lebih rumit membuat tekanan dalam perencanaan pameran tetap museum semakin meningkat. Waktu, usaha, dan biaya yang dibutuhkan untuk membuat pameran bisa jadi membutuhkan perhatian lebih. Beberapa museum bahkan memiliki kebijakan untuk menggunakan kembali koleksi dalam pameran tetapnya dan hanya berganti setiap tahun. Bahkan ada pula beberapa museum yang koleksi dalam pameran tetapnya hanya berganti lima hingga sepuluh tahun sekali karena rumitnya dan mahalnya biaya instalasi.



**Gambar 2.** Salah satu koleksi pameran tetap di Museum Nasional

Beberapa koleksi museum yang berukuran besar seperti monumen, patung, ataupun koleksi lain yang perencanaannya membutuhkan waktu, biaya, dan sumber daya yang tidak sedikit bahkan mungkin akan lebih sulit untuk diganti. Pengelolaan seperti inilah yang membutuhkan perhatian khusus dan harus

diseimbangkan dengan standar operasional dan finansial dari instansi yang mengelola pameran tersebut. Pengelolaan yang dimaksud tidak hanya terbatas pada koleksi yang ditampilkan atau dilibatkan dalam pameran, waktu penggantian dan sebagainya namun juga Sumber Daya Manusia yang terlibat didalamnya.

Bagaimana seorang yang bertanggung jawab dalam pengelolaan pameran tetap di museum mengerti tanggung jawabnya, mengerti penanganan koleksinya, mengerti harus dengan siapa ia bekerja sama, dan mengerti hal-hal lainnya yang menunjang pengelolaan pameran tetap. Pertimbangan-pertimbangan apakah perubahan kecil yang dilakukan pada pameran tetap di museum dapat membawa pengaruh pada pengunjung atautkah lebih baik biaya dikumpulkan untuk perubahan yang lebih besar. Hal-hal seperti itulah yang menjadi basis perancangan dan pengelolaan pameran museum.

### **Cakupan Pengelolaan Pameran Tetap**

Pengelolaan pameran tetap dapat berupa :

- a. Rotasi Koleksi
- b. Perawatan dan pemeliharaan koleksi
- c. Perawatan media pameran
- d. Pembaharuan isi pameran
- e. Pemeliharaan lingkungan
- f. Pembersihan ruang pameran
- g. Pemeliharaan sarana dan prasarana

### **Rotasi Koleksi**

Dalam pameran tetap koleksi yang ditampilkan perlu mengalami pembaruan dalam jangka waktu yang telah ditentukan sebelumnya dalam perencanaan pameran tetap. Pembaruan ini dapat dilakukan dengan berbagai macam cara.

Salah satu cara yang paling memungkinkan untuk melakukan pembaruan adalah dengan melakukan rotasi koleksi. Rotasi Koleksi ini bertujuan untuk:

- a. Memungkinkan bagi koleksi yang dimiliki oleh museum untuk ditampilkan dan tidak hanya disimpan dalam *storage*.
- b. Mencegah koleksi yang rentan untuk terus terpapar ancaman (seperti cahaya lampu, suhu udara, kelembaban, dan ancaman-ancaman lainnya) dan dijaga dari ancaman tersebut secara berkala
- c. Menjaga kekinian dari pameran tersebut
- d. Menyediakan sarana untuk menampilkan koleksi-koleksi baru (hasil donasi, penemuan, ataupun pembelian)

Untuk alasan konservasi, rotasi koleksi dibutuhkan untuk menjaga koleksi, misalnya seperti koleksi dengan bahan kertas, tekstil, pakaian, gading, dan material-material sensitif lainnya. Perencanaan rotasi koleksi harus mempertimbangkan aliran koleksi, apakah koleksi yang akan menggantikan koleksi lainnya akan merusak *storyline*/ alur cerita dari pameran tetap.

### **Perawatan dan Pemeliharaan Koleksi selama Pameran**

Dalam pengelolaan pameran tetap di museum, selain menjalankan fungsi perencanaan juga ada fungsi pengawasan. Pengawasan dilakukan tidak hanya pada koleksi tetapi juga pada hal-hal lain di luar koleksi yang berkaitan dengan pameran tetap. Pengawasan yang dilakukan pada koleksi termasuk didalamnya adalah perawatan dan pemeliharaan. Perawatan dan pemeliharaan koleksi bertujuan untuk melestarikan, menjaga, dan mempertahankan keberlangsungan hidup koleksi yang dimiliki oleh museum.

Koleksi yang dipamerkan sebaiknya adalah koleksi yang tidak memerlukan perawatan rutin. Oleh karenanya diperlukan kerja sama yang baik antara kurator, penata pameran, register, dan konservator dalam pemilihan koleksi tersebut.

Perawatan dilakukan pada semua koleksi yang dipamerkan, namun didahulukan untuk koleksi yang berada diluar vitrin atau di luar ruangan. Perawatan dan pemeliharaan merupakan peranan dari seorang konservator museum. Akan tetapi konservator dapat melakukan pelatihan bagi pengelola museum lainnya untuk melakukan pemeliharaan sederhana.

Sebagai contoh Smithsonian National Air and Space Museum membentuk *Artifact cleaning crew* untuk melakukan perawatan koleksi secara sederhana, misalnya membersihkan koleksi dari debu, memperhatikan kondisi koleksi setiap harinya, membuat laporan harian terkait kondisi koleksi. Tata cara pekerjaan *artefact cleaning crew* tersebut telah dijelaskan dalam Standar Operasional Prosedur museum. Sementara perawatan koleksi yang memerlukan penanganan khusus dilakukan oleh *conservation/preservation and restoration unit*.

Dalam sebuah pameran tetap, rencana perawatan dan pemeliharaan harus dijalankan dengan seksama untuk memastikan bahwa pameran berjalan aman dan tidak merusak koleksi yang dipamerkan. Beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain:

1. Pengecekan berkala pada seluruh koleksi yang dipamerkan
2. Menyalakan dan Mematikan peralatan mekanis atau elektronik penunjang pameran.
3. Melakukan perawatan dan pengelolaan terhadap peralatan mekanis atau elektronik penunjang pameran.
4. Mengecek kebersihan dari koleksi yang dipamerkan
5. Mengecek lingkungan tempat koleksi dipamerkan
6. Melindungi koleksi dari ancaman yang berasal dari pengunjung (Menyentuh, memotret, dan sebagainya)

7. Melakukan pengawasan dan perawatan berkala pada tampilan dalam pameran baik itu pada koleksi maupun pada bagian lain yang menunjang pameran.
8. Mampu bertahan dalam kondisi darurat selama pameran (Matassa, 1988)



**Gambar 3.** Konservasi Lukisan

Seorang penata pameran harus mampu bekerja sama dalam pemeliharaan dan perawatan koleksi yang ditampilkan atau tidak ditampilkan dalam pameran tetap. Dalam sebuah pameran tetap, seorang konservator dapat bekerja sama dengan penata pameran baik sebelum koleksi dipamerkan maupun saat koleksi dipamerkan.

Sebelum koleksi dipamerkan seorang penata pameran pasti memiliki rencana pameran. Bagaimana koleksi akan ditampilkan dan dengan apa koleksi akan ditampilkan. Ketika sebuah rencana sudah ditetapkan dan dieksekusi, Koleksi akan diinstal ke dalam pameran. Pada tahap perencanaan, konstruksi, dan instalasi inilah penata pameran bekerjasama dengan edukator, kurator, registrar, dan konservator. Adapun hal yang diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. Pengawasan kondisi fisik koleksi yang dipamerkan (apabila terjadi kerusakan)
2. Perawatan fisik seperti pembersihan berkala pada koleksi yang dipamerkan
3. Menjaga Paparan Cahaya terhadap Koleksi
4. Menjaga Suhu dan Kelembapan lingkungan Koleksi
5. Menjaga Koleksi dari ancaman (seperti Serangga, Manusia, Bahan Kimia, dan hal lain yang berbahaya bagi Koleksi)
6. Penanganan Koleksi (termasuk saat pemeliharaan maupun pemindahan)
7. Penyimpanan Koleksi sesudah dipamerkan
8. Menjaga keamanan koleksi (Paine, 2012).
9. Pencatatan perpindahan koleksi
10. Rancana kebutuhan koleksi untuk pameran

#### Perawatan Media Pameran

Pameran saat ini sudah sewajarnya dilengkapi berbagai multimedia, baik sederhana seperti audio tur maupun berbagai macam simulasi multimedia yang saat ini sangat berkembang. Meskipun museum pada umumnya masih menggunakan video, film, komputer yang dapat digerakkan, atau melalui suara yang dapat mengkomunikasikan pesan. Saat ini perkembangan software baru dan teknologi hardware memungkinkan membuat media komunikasi sesuai kebutuhan dengan memberikan pengalaman yang mengagumkan.

Penggunaan berbagai multimedia di berbagai museum di Indonesia telah dilakukan, namun pemeliharaan yang kurang diperhatikan. Pemeliharaan peralatan multimedia merupakan tanggung jawab museum dan harus dimasukkan kedalam agenda pemeliharaan pameran. Hal yang perlu dipikirkan dalam pemeliharaan peralatan multimedia adalah sbb :

1. Operator teknis untuk menginstal ulang aplikasi multimedia tersebut.

2. Prosedur pemeliharaan peralatan/aplikasi multimedia
3. Pelatihan untuk operator teknis tentang pengoperasian peralatan multimedia
4. Perbaikan peralatan multimedia

#### Pembaharuan konten pameran

Pembaharuan konten pameran dapat dilakukan dapat dilakukan salah satunya setelah evaluasi pameran. Evaluasi merupakan cara untuk mengukur apakah pameran tetap yang telah dilakukan oleh Museum sukses atau perlu diperbaiki. Secara mendasar, terdapat tiga jenis evaluasi yang dapat dilakukan yaitu. evaluasi sebelum pelaksanaan pameran, evaluasi pada saat pameran berlangsung dan evaluasi setelah pameran.

Adanya pembaharuan konten pameran pada umumnya didasarkan atas evaluasi pada saat pameran berlangsung. Evaluasi ini dilakukan dengan menguji coba pelaksanaan pameran dengan skala yang lebih kecil. Selama uji coba pameran, jika hasil yang diharapkan tidak sesuai, maka dapat dilakukan modifikasi pada rencana pameran tersebut.

Evaluasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode tanya jawab yang dapat dilakukan dengan menyebar kuesioner atau survey dilakukan pada pengunjung. Dengan mengetahui respon mereka selama uji coba pameran berlangsung, dapat diperoleh informasi mengenai kelemahan-kelemahan dan komplain pada pameran tersebut sehingga perbaikan dini sedikit demi sedikit dapat diterapkan.



Gambar 4. Respon Pengunjung pada Pameran

### Pemeliharaan lingkungan/fasilitas pameran

Pemeliharaan lingkungan sekitar pameran terkait dengan pemeliharaan koleksi.

Lingkungan sekitar dapat dikendalikan dengan memperhatikan :

- a. Kelembapan udara, dapat dikendalikan dengan menggunakan dehumidifier.
- b. Temperatur udara, dapat dikendalikan dengan AC dan alat sirkulasi udara
- c. Pencahayaan dapat dilakukan dengan mengatur cahaya agar tidak langsung mengenai koleksi
- d. Pengendalian air dapat dilakukan dengan memperhatikan keletakan koleksi yang tidak langsung terkena dinding atau lantai, memperhatikan tetesan air, dll.
- e. Pengendalian api dapat dilakukan dengan mempersiapkan berbagai alat pencegah kebakaran, seperti smoke detector, hydrant dan tabung pemadam kebakaran.
- f. Evaluasi terhadap tempat/Lokasi koleksi tersebut diletakkan
- g. Lama/waktu koleksi akan berada dalam pameran sebelum diganti

- h. Pengendalian terhadap berbagai ancaman (seperti Serangga, Manusia, Bahan Kimia, dan hal lain yang berbahaya bagi Koleksi).
- i. Keamanan Koleksi
- j. Penyimpanan Koleksi sebelum dipamerkan.

## **PENGELOLAAN PAMERAN TEMPORER**

Pameran temporer adalah pameran yang diselenggarakan dengan tema tertentu dan dalam periode tertentu. Pameran temporer dilakukan oleh museum untuk beberapa tujuan diantaranya adalah :

- a. Membangun kepercayaan dan loyalitas antara pengunjung dengan museum penyelenggara
- b. Menambah pemasukan melalui biaya tambahan lain yang dikenakan bagi pengunjung pameran temporer.
- c. Meningkatkan akses kepada koleksi museum, sehingga tidak hanya tersimpan di *storage*.
- d. Memberikan perspektif baru bagi koleksi permanen yang ada di museum dengan tema dan ide yang berbeda.
- e. Membangun hubungan dengan pengunjung untuk sama-sama terlibat dalam penyelenggaraan pameran temporer.
- f. Memfasilitasi percobaan dengan tema, metode interpretasi, dan teknologi baru bagi pameran museum.

### **Perawatan dan Pemeliharaan Koleksi selama Pameran Temporer**

Pameran temporer membutuhkan adalah sebuah pekerjaan yang membutuhkan partisipasi banyak orang. Bahkan terkadang, dapat melibatkan seluruh jajaran staf museum, sukarelawan/ pekerja magang, kurator tamu, dan beberapa tim

pengamanan tambahan. Dalam pameran temporer, tugas-tugas akan berputar pada petugas-petugas inti sebagai berikut:

**Manajer Pameran** yang mengoperasikan program. Beberapa museum yang lebih besar dapat juga mendayagunakan seluruh departemen untuk mengelola dan memajemen program pameran temporer.

**Registrar** atau manajer koleksi yang mencatat semua rekam jejak dan dokumen dari koleksi yang terlibat dalam pameran temporer.

**Tim Penata Pameran** yang melaksanakan tugas instalasi, pengemasan, pemasangan, dan pelepasan koleksi dalam pameran temporer.

**Tim Konservator** yang memastikan dan mengawasi pengepakan dan pengeluaran koleksi yang terlibat dalam pameran temporer. Tim konservator memastikan agar kondisi yang dibutuhkan bagi koleksi tersebut terpenuhi. Jika Koleksi berasal dari luar museum penyelenggara maka tim konservator, selain memastikan pengepakan dan kondisi prasyarat bagi koleksi juga akan membuat laporan konservasi yang menerangkan soal kondisi terakhir koleksi. Dan jika koleksi yang terlibat berasal dari ruang penyimpanan atau *storage* maka tim konservator akan mengawasi persiapan mulai dari ruang penyimpanan yang dapat melibatkan tindakan konservasi dan tehnik pemasangan serta pengepakan khusus. Dalam museum-museum yang lebih besar tim konservator bahkan memiliki keahlian khusus dalam penanganan material-material tertentu (Piacente, 2014).

Penyelenggaraan pameran yang difokuskan pada informasi dan koleksinya, disajikan dengan menggunakan empat model penekanan seperti yang telah dikemukakan oleh Barry Lord dan Gail Dexter Lord, yaitu:

1. Kontemplasi (perenungan). Model ini lebih menekankan pada aspek estetika koleksi dibandingkan yang lainnya. Segi estetika ini bertujuan untuk menggugah perasaan emosional dan meningkatkan rasa kekaguman

pengunjung terhadap koleksi. Informasi tentang objek sangat minim diberikan dan pengunjung cenderung pasif.

2. **Komprehensi (pemahaman).** Model ini lebih menekankan pengelompokkan koleksi berdasarkan tema tertentu atau sesuai dengan konteksnya dan tidak berdiri sendiri. Media ekshibisi yang digunakan misalnya diorama, berbagai jenis gambar, dll. Model ini bertujuan agar pengunjung menemukan makna dari sebuah benda yang dikaitkan dengan konteksnya. Pendekatan ini umumnya digunakan di museum sejarah, arkeologi, dan etnografi.
3. **Discovery (penemuan).** Model ini lebih menekankan peran aktif pengunjung untuk melakukan eksplorasi di museum, seperti *visible storage*. Koleksi disajikan secara sistematis dan dapat dilihat oleh pengunjung, baik secara langsung maupun melalui teknologi informasi. Pendekatan ini umumnya digunakan di museum Ilmu pengetahuan.
4. **Interaksi.** Model ini lebih melibatkan pengunjung secara aktif dalam kunjungannya dengan bantuan panduan informasi. Model ini menggunakan bantuan teknologi informasi seperti komputer layar sentuh (*touch screen computer*). Selain itu, pada pendekatan ini pengunjung dapat belajar melalui pengalaman fisik terhadap koleksi. Oleh karena itu, pada pendekatan ini replika koleksi diperlukan untuk memberikan pengalaman fisik tersebut kepada pengunjung (Lord dan Lord, 2002, 19-21).

Model ini dapat digabungkan antara satu dengan yang lainnya, dan dapat diubah sesuai dengan visi misi dan kebutuhan pengunjung.

### **Perbaikan Tata Pamer Setelah Evaluasi**

Sama halnya dengan pameran tetap, pameran temporer juga membutuhkan evaluasi. Seperti yang dikemukakan pada bab sebelumnya, terdapat tiga macam evaluasi yang dapat dilakukan. Evaluasi di depan, Evaluasi pada pertengahan, dan

Evaluasi di Akhir. Namun, karena skala waktu lebih singkat dibandingkan pameran tetap, Evaluasi yang dilakukan pun dengan skala yang lebih kecil.

Dalam evaluasi tersebut perlu diidentifikasi juga tentang tingkat daya ingat pengunjung setelah menerima pesan dari museum.

Hooper-Greenhill (1996) menyatakan bahwa pengalaman di museum berhubungan dengan tingkat daya ingat pengunjung setelah menerima pesan dari museum seperti yang terlihat pada tabel 3.

Tabel 2 Tingkat Daya Ingat Pengunjung Museum

Daya Ingat	Jenis Aktivitas
Membaca 10 %	Membaca
Mendengar 20%	Mendengar kata-kata
Melihat 30%	Melihat gambar Melihat objek Menonton film Melihat diorama Menyaksikan demonstrasi Menyaksikan pertunjukan
Mengatakan 70%	Berpartisipasi dalam diskusi Menjadi pembicara
Mengucapkan dan melakukan 90%	Menyajikan demonstrasi Mengatur dan berbicara tentang objek Menggunakan eksibisi interaktif Melakukan pertunjukan dramatik

Sumber: Hooper-Greenhill, 1996: 145

(dengan terjemahan ke dalam Bahasa Indonesia)

Pengalaman yang dapat dirasakan pengunjung adalah sebagai berikut :

- a. *Ekspresi didactic*, seperti teks panel, artefak dalam vitrin, dan *display* karya seni yang menarik tipe pembelajar visual spasial, bahasa-verbal, dan intrapersonal
- b. Aktivitas *Hands-on/minds-on*, kegiatan yang sering menggabungkan teknologi dengan perangkat mekanik, pameran komperatif, sarana umpan balik, dan pertanyaan terbuka. Jenis pembelajaran ini pada umumnya

digunakan oleh tipe pembelajar kinestetik, interpersonal, intrapersonal, dan logis matematis.

- c. Multimedia, mencakup semua pameran yang menggunakan video hingga layar sentuh dan dari *reality systems* ke *simulators* atau bahkan pertunjukan dengan format lebih besar. Media ini akan menarik semua jenis tipe pembelajar, namun khususnya menarik tipe pembelajar visual-spasial, musikal, interpersonal, intrapersonal, kinestetik, dan logis matematis.
- d. *Immersive environments*, mencakup pameran yang menawarkan pengalaman penelusuran dan diorama yang dapat menggabungkan pengalaman suara, video, dan langsung. Pameran ini menarik bagi tipe pembelajar interpersonal dan visual spasial (Lord dan Piacente, 2014 : 261).

## RANGKUMAN

Di era globalisasi seperti saat ini, pengunjung museum mulai menuntut dan memiliki preferensi tersendiri. Hal tersebut membuat fungsi dari koleksi yang dipamerkan meluas, tidak hanya sebatas sebagai objek yang dilihat dan diamati. Sehingga, saat ini merancang sebuah pameran tetap di museum tidak hanya terbatas pada koleksi-koleksi yang berwujud dua atau tiga dimensi. Dukungan penunjang dalam bentuk lainnya seperti rekam suara, cerita lisan, lagu-lagu, tarian-tarian, dan citra gaya hidup masa lampau turut menyertai perancangan pameran tetap museum.

Pameran tetap museum dapat menjadi sarana penting untuk menciptakan komunikasi dengan pengunjung, baik itu antar pengunjung sendiri ataupun antara museum dengan pengunjung. Tampilan apik dan terencana dari koleksi yang ditampilkan dalam pameran tetap museum dapat membantu pengunjung untuk dapat memandangi sisi lain dari koleksi tersebut berikut dengan perspektif dan interpretasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 tentang  
Museum

Ambrose, Timothy dan Chrispin Paine. *Museum Basics*. New York : Routledge,  
1993.

Arbi, Yunus dkk. *Konsep Penyajian Museum*, museumku.wordpress.com, 2012

Balmer, John M.T. *Corporate Identity And Corporate Communications: Creating  
A Competitive Advantage*. London: MCB UP Ltd, 1999.

Bertron Schwarz Frey. *Designing Exhibitions*. Switzerland: Birkhäuser – Publishers  
for Architecture. 2006

Caulton, Tim. *Hands-on Exhibitions*. New York: Routledge, 1998.

D'Acquisto, Linda. *Learning on Display*. Alexandria: Association for Super vision  
and Curriculum Development, 2006.

Direktorat Museum. *Pedoman Museum Indonesia*. Jakarta : Direktorat Museum,  
2008a.

Dean, David. *Museum Exhibition: Theory and Practice*. London: Routledge, 1996.

Edson, Gary. Ed. *Museum Ethics*. New York : Routledge. 1997.

ICOM. *Running a Museum: A Practical Handbook Display, Exhibits and  
Exhibitions*. France: ICOM – International Council of Museums Maison de  
l'UNESCO, 2004.

Lord Barry dan Barry Lord Gail Dexter. *Manual Of Museum Exhibitions*. AltaMira  
Press, 2002.

Lord dan Piacente (ed). *Manual of Museum Exhibitions*. United Kingdom:  
Rowman & Littlefield Publishers. Kindle Edition, 2014.

Hauenschild, Andrea. "Claims and Reality of New Museology: Case Studies in  
Canada, the United States and Mexico", *Disertasi Doktor Hamburg  
University*, January 11, 1988

- Hooper-Greenhill, Eilean. *Museums and their Visitors*. London: Routledge, 1996.
- \_\_\_\_\_, ed. "Communication in Theory and Practice". *The Educational Role of the Museum*. New York: Routledge, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Museums and Education*. New York: Routledge, 2007.
- Mahone Bay Museum. *Master Interpretive Plan Mahone Bay Museum*. Mahone Bay : Mahone Bay Museum. 2015
- Matassa, F. *Museum Collection Management*. London: Facet Publishing. 1988.
- Mensch, Peter van. "A Structured Approach to Museology". Disampaikan dalam *ICOM International Course in Museology* yang kemudian dipublikasikan dalam *Muzeologicke Sesity*, 1988.
- \_\_\_\_\_, "Museology and Management: Enemies or Friends. Current Tendencies in Theoretical Museology and Museum Management in Europe", disampaikan sebagai *keynote speech dalam konferensi tahunan ke-4 Japanese Museum Management Academy, Tokyo, 7 Desember 2003*.
- Route, Georgia. *Exhibitions: Practical Guide for Small Museums and Galleries*. Australia: Museums Australia, 2007
- Shimp, A Terence. *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu : Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga, 2003
- The Alchemy of Design Team. *Valdez Museum and Historical Archive Master Interpretive Plan*. Livingston Slone, Inc, 2016.
- Wells dan Barbara, et al (ed). *Interpretive Planning for Museums: Integrating Visitor Perspectives in Decision Making*. London and New York : Taylor and Francis. Kindle Edition, 2016.

### Sumber Digital

- <http://blog.trisakti.ac.id/informazi/2010/10/24/manajemen-biaya-proyek/>
- <http://adang.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/6108/BUDGETING.pdf>
- <http://manajemenproyekindonesia.com/?p=2976>
- [http://www.magsq.com.au/\\_dbase\\_upl/plan-dev-exh-dev.pdf](http://www.magsq.com.au/_dbase_upl/plan-dev-exh-dev.pdf)