

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pengembangan pariwisata di dunia adalah konservasi atau pelestarian budaya dan sejarah yang ada di masyarakat. Konservasi dan preservasi budaya memiliki manfaat yang sangat dalam, utamanya dalam meningkatkan jati diri suatu bangsa dan berkaitan erat dalam memajukan pendidikan bagi masyarakat luas. Salah satu bentuk dari pengembangan kepariwisataan yang berkaitan dengan konservasi dan pelestarian budaya adalah melalui pengembangan atraksi wisata bersejarah (*heritage*).

Sejarah merupakan unsur dan nilai yang membedakan antara satu destinasi dengan destinasi yang lain yang membentuk keunggulan bersaing suatu destinasi pariwisata. Sebagai contoh, salah satu hal yang paling membedakan antara Kota Bandung dengan kota-kota lain di Indonesia maupun kota lain di dunia internasional adalah sejarah yang ada di dalamnya. Kondisi ini menjadikan sejarah menjadi salah satu *distinctive value* yang khas dari suatu destinasi yang dapat dioptimalkan untuk menjadi suatu asset dalam pengembangan pariwisata.<sup>1</sup>

Berdasarkan data Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, museum di Indonesia saat ini berjumlah 450. Dari jumlah tersebut, sebagian besar

---

<sup>1</sup> Vanessa Gaffar, *PENGARUH STRATEGI POSITIONING MUSEUM TERHADAP KUNJUNGAN WISATA EDUKASI DI KOTA BANDUNG (SURVEY SEGMENT PASAR GENERASI Y)*. (Bandung: UPI 2011), hlm. 15.

atau 80 persen dimiliki dan dikelola pemerintah daerah, selebihnya dimiliki perorangan atau lembaga negara. Direktur Cagar Budaya dan Permuseuman Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Harry Widianto mengatakan 80 persen yang dimiliki dan dikelola pemerintah daerah tersebut kurang pengelolaan dikarenakan sebagian besar pemda masih enggan menyisihkan dana yang cukup untuk pengelolaan museum.<sup>2</sup>

Salah satu faktor di atas yang pada akhirnya menghambat keberlangsungan museum sehingga pembinaan sekaligus bantuan yang diberikan seperti revitalisasi menjadi tertunda. Oleh karena itu, beberapa strategi diterapkan pada setiap museum sehingga dapat menarik minat wisatawan namun juga tidak meninggalkan nilai edukasinya. Salah satu strateginya adalah dengan revitalisasi museum. Sekitar tahun 2009 hingga 2010, kementerian pariwisata dan pendidikan mengadakan revitalisasi museum dan bangunan cagar budaya.

Hal tersebut akhirnya mendorong UNESCO untuk melakukan hal serupa dengan revitalisasi cagar budaya dunia. Setelah itu muncul konsep museum yang lebih diinisiasi oleh profesor di India. Museum inklusif adalah museum yang lebih dinamis dan terbuka kepada perkembangan waktu dan kebutuhan akan masyarakat sendiri, salah satunya yang menonjol adalah dengan menerapkan teknologi digital dalam menyampaikan konten edukasi dan adanya ruang kreatif yang dapat menunjang wisatawan.

---

<sup>2</sup> <http://lipi.go.id/lipimedia/pengembangan-museum-di-indonesia-terganjal-pendanaan/20625>  
diakses pada tanggal 1 November 2019 pukul 14.41 WIB

Dilihat dari artikel, komponen museum inklusif tersebut antara lain memiliki tujuan untuk melayani masyarakat, pengunjung sebagai faktor prioritas dalam keberlanjutan museum, memiliki koleksi dan mampu menjelaskan koleksinya, meningkatkan kesadaran terhadap perbedaan (toleransi), museum bersifat multidisiplin ilmu, dan bisa diimplementasikan terhadap pendidikan public di sekolah-sekolah (*study tour*).<sup>3</sup>

Menurut Cahyo Rahmadi, Kepala Bidang Zoologi Pusat Penelitian Biologi LIPI pada sebuah artikel di lipi.go.id yang berjudul “Museum sebagai “*State of The Art*” Pengetahuan”, dirinya memberi gambaran pengelolaan museum seperti *Natural History Museum* di Inggris, *Smithsonian National Museum of Natural History* di Amerika Serikat, serta *Naturalis Museum* di Belanda. “Museum-museum tersebut tidak hanya menampilkan informasi dari obyek-obyek pengetahuan hayati namun juga menjadikannya hal yang menarik untuk dikunjungi masyarakat lewat perpaduan seni dan teknologi,” jelasnya dalam membahas 125 tahunnya Museum Zoologi Bogor.<sup>4</sup>

Dewasa ini museum yang ada khususnya di Jakarta menyuguhkan konsep museum gaya baru yang diminati wisatawan. Seperti yang dikatakan oleh Cahyo Rahmadi sebelumnya bahwa museum sebagai

---

<sup>3</sup> Shifa Nurul Indah Pertiwi dan Galing Yudana, *PENERAPAN PENDEKATAN MUSEUM INKLUSIF PADA MUSEUM GEDUNG SATE, KOTA BANDUNG*. (Jawa Tengah: Universitas Sebelas Maret, 2018), hlm. 40.

<sup>4</sup> “Museum sebagai “*State of The Art*” Pengetahuan”, <http://lipi.go.id/berita/Museum-sebagai-State-of-The-Art-Pengetahuan/21773> diakses pada tanggal 14 Oktober 2019, pukul 14.00 WIB.

“*State of The Art*”, tidak hanya memberikan informasi serta menampilkan obyek tetapi juga memberikan unsur seni dimana wisatawan dapat menikmati suguhan tersebut. Konsep museum yang menarik serta unik akan membuat wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut, menjadikan paradigma masyarakat tentang nuansa museum yang sunyi senyap, remang-remang, tatanan diorama yang kaku yang dari dulu hingga kini akan sirna dengan konsep baru museum yang dibawa. Seperti dua museum yang sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Museum Macan (*Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara*) di daerah Kebon Jeruk dan Museum Galeri Nasional Indonesia (GNI) di daerah Gambir-Jl. Merdeka Barat.

Sesuai yang telah dibahas sebelumnya, pemerintah mengadakan sebuah gerakan yang dinamakan Gerakan Nasional Cinta Museum (GNCM). Gerakan ini adalah sebuah upaya penggalangan secara bersama yang mencakup semua pemangku kepentingan dan pemilik kepentingan. Selain itu, gerakan ini juga dilakukan untuk membenahi peran dan posisi museum yang difokuskan pada aspek internal, yaitu lebih mengarah pada revitalisasi fungsi museum sebagai penguatan pencitraan, dengan melalui pendekatan manajemen secara fisik dan melalui pendekatan non fisik. Sementara aspek eksternal, yang lebih mengarah pada konsep kemas program yaitu dengan menggunakan bentuk sosialisasi dan kampanye

kepada masyarakat sebagai bagian dari *stakeholder*.<sup>5</sup> Program ini merupakan upaya Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata untuk mengembangkan museum-museum yang ada agar siap bersaing, salah satunya Museum Penerangan.

Museum Penerangan (Muspen) adalah museum pemerintah yang saat ini berada di bawah Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Muspen diresmikan pada tanggal 20 April 1993 oleh Presiden Soeharto. Gagasan pembangunan museum ini didasari pada pemikiran bahwa perjuangan bangsa Indonesia sejak sebelum kemerdekaan sampai saat pengisian kemerdekaan dengan pembangunan tidak lepas dari peran penerangan. Nama Muspen diberikan karena pada saat didirikan, museum ini berada di bawah Departemen Penerangan (Deppen). Perubahan organisasi departemen, bahkan pembubaran Deppen pada masa pemerintahan Presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur) tidak berpengaruh terhadap nomenklatur Muspen.

Muspen merupakan museum yang melestarikan koleksi mengenai media komunikasi. Museum ini memiliki 446 koleksi dan seluruhnya berhubungan dengan komunikasi. Pada saat didirikan kedudukan Muspen berada di bawah Deppen, maka koleksi yang ada di museum ini sebagian besar merupakan peninggalan Deppen. Koleksi tersebut terbagi ke dalam lima tema unsur penerangan, yaitu penerangan umum, teknologi, radio,

---

<sup>5</sup> Zipora Rolentina Sakti dan Ida Ayu Suryasih, *EVALUASI PROGRAM GERAKAN NASIONAL CINTA MUSEUM (GNCM) PADA MUSEUM BALI*, (Bali: Universitas Udayana, 2015), hlm. 64.

televisi, dan film. Koleksi penerangan umum Muspen mencakup koleksi media komunikasi tradisional dan media tatap muka.

Beberapa koleksi media komunikasi tradisional yang ada di Muspen berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Koleksi tersebut antara lain kentongan, bedug, wayang suluh dari Jawa Tengah, terompet To'is dari Nusa Tenggara Timur, dan mangkok merah dari Kalimantan Barat. Media tatap muka berupa kegiatan-kegiatan penerangan, seperti kelompencapir dan penerangan pedesaan. Koleksi pers grafika terdiri surat kabar, majalah, mesin tik, dan perangkat percetakan, dan sebagainya. Koleksi radio yang dipamerkan terdiri dari radio dan perangkat siaran. Koleksi televisi meliputi televisi umum pertama, kamera televisi, dan perangkat studio. Koleksi film berisi tentang kamera film, dan cerita seputar tokoh perfilman.<sup>6</sup>

Perkembangan paradigma baru museum saat ini tidak hanya sebagai tempat penyimpanan benda langka, tetapi juga tempat untuk melestarikan nilai dari sebuah koleksi. Menurut *International Council of Museum (ICOM)*, definisi 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 *tangible* dan *intangible*

---

<sup>6</sup> Ridha Bhineka, Vetri. *KAJIAN EKSHIBISI PERKEMBANGAN MEDIA KOMUNIKASI DI MUSEUM PENERANGAN*. (Jakarta: Universitas Indonesia, 2013), hal. 4

manusia dan lingkungannya untuk tujuan pembelajaran, pendidikan, dan hiburan.

Berbagai macam informasi dan pengalaman yang ingin disampaikan oleh museum kepada pengunjung museum dilakukan melalui komunikasi museum. Van Mensch (2003) yang dikutip Noerhadi Magetsari bahwa fungsi museum yaitu preservasi, penelitian, dan komunikasi. Preserverasi mencakup pengertian pemeliharaan fisik maupun administrasi dari koleksi. Termasuk di dalamnya masalah manajemen koleksi yang terdiri dari pengumpulan, pendokumentasian, konservasi, dan restorasi koleksi. Penelitian mengacu pada penelitian terhadap warisan budaya dan berkaitan dengan *subject matter discipline*, yaitu yang menjadi tugas kurator baru yang telah berubah fungsi sebagai peneliti. Komunikasi mencakup kegiatan penyebaran hasil penelitian berupa *knowledge* dan pengalaman dalam bentuk pameran, program-program pendidikan, events, dan publikasi (Magetsari, 2008: 13).<sup>7</sup>

Dari pembahasan di atas, Museum Penerangan membutuhkan pembaharuan konsep untuk menunjang identitas yang dimiliki agar dapat bersaing sekaligus mengikuti perkembangan zaman. Rencana awal perihal perubahan nama museum yang pernah dialami, tata pameran yang kurang terarah dan terkonsep, sekaligus konsep museum yang dinilai tidak mengikuti perkembangan sehingga kurang minatnya pengunjung karena

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, hal. 5.

konsep yang monoton. Sehingga beberapa alasan tersebut mengarahkan Museum Penerangan perlu untuk mengubah konsep yang lama menjadi konsep baru dari berbagai aspek yang ada.

Museum Penerangan sudah memiliki identitas objek yang akan dipasarkan, maka *rebranding* pun sangat perlu dilakukan untuk membentuk persepsi positif di mata khalayak. Perubahan yang dilakukan ini kerap disebut *upgrading process* yang diantaranya adalah *repositioning*, *renaming*, *redesigning*, dan *relaunching* sebagai bentuk strategi komunikasi. Proses *rebranding* ini termasuk salah satu langkah menyelamatkan *brand* yang sudah jenuh. Alasan Muspen melakukan *rebranding* yaitu penyegaran kembali serta perubahan *positioning* museum di mata publik.

Selain itu, proses *renaming* yang dilakukan adalah mengubah sebutan Museum Penerangan yang terkesan panjang untuk diucapkan menjadi 'Muspen'. Selanjutnya yang dilakukan Museum Penerangan dalam proses *rebranding*, yaitu mengubah atribut museum ke dalam bentuk *redesigning*. Dimana hal tersebut melakukan perubahan desain pada elemen *tangible* dan visual, seperti logo, iklan, *merchandise*, serta interior museum disesuaikan dengan konsep baru mengikuti perkembangan. Untuk penyegaran akhir tersebut, *relaunching brand* baru yang dilakukan untuk mengenalkan ke publik agar Museum Penerangan diketahui dengan museum penerangan umum yang membawa konsep yang baru.

Hal di atas menunjukkan proses *rebranding* dari Museum Penerangan itu sendiri. Strategi *rebranding* di atas merupakan upaya yang dilakukan oleh pihak museum untuk mengubah atau memperbaharui *brand* menjadi lebih baik. Akhir dari hal di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian sekaligus dijadikan judul tugas akhir, yaitu Strategi *Branding* Museum Penerangan Menuju Museum Inklusif.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Dari paparan latar belakang di atas permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *branding* Museum Penerangan dalam mencapai pembaharuan menuju museum yang inklusif?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dari Museum Penerangan melakukan *branding*, yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan prinsip *rebranding* Museum Penerangan dalam mencapai pembaharuan menuju museum yang inklusif.
2. Untuk menjelaskan tahapan *rebranding* Museum Penerangan dalam mencapai pembaharuan menuju museum yang inklusif.
3. Untuk mengetahui hambatan *rebranding* Museum Penerangan dalam mencapai pembaharuan menuju museum yang inklusif.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian tersebut, manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu contoh dari penerangan ilmu museologi, terutama mengenai proses komunikasi di museum dalam memberikan informasi mengenai perkembangan media komunikasi yang disajikan dalam konsep *new museum*.
2. Bagi Museum Penerangan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu langkah kedepan dalam menentukan strategi *branding* yang dapat menarik minat masyarakat dalam mengunjungi museum. Selain itu, diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap kebijakan yang dilaksanakan di Museum Penerangan.
3. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan para praktisi kehumasan dalam mengetahui bidang kemuseuman agar lebih memahami dan mengetahui bagaimana suatu museum masih dalam eksistensi di perkembangan era industri 4.

