

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan dengan berbagai tujuan dan aktivitas yang dilakukan dengan kunjungan ke destinasi pariwisata. Dalam melakukan kegiatan wisata, wisatawan juga memerlukan informasi untuk membantu dalam kegiatan wisata. Seperti informasi tentang bentuk ataupun jenis aktivitas wisata yang dilakukan dan dibutuhkan oleh wisatawan.¹ Terdapat beragam informasi yang dibutuhkan, seperti nama kegiatan, tujuan aktivitas wisata, peraturan bagi wisatawan serta informasi tentang sejarah dan budaya suatu lokasi atau koleksi sejarah.² Salah satu aspek penting dalam pengelolaan daya tarik wisata adalah ketersediaan informasi, pemberian informasi cukup beragam, seperti menyediakan ringkasan untuk wisatawan, informasi detail yang diberikan pemandu wisata, menggunakan alat seperti papan tulisan dan berbagai bentuk informasi lain.³

Pemberian informasi berdasar pada arti dari suatu koleksi yang biasa dikenal dengan sebutan *storytelling* yang dalam hal pariwisata dikenal dengan interpretasi.⁴ Bagian penting dari interpretasi yang harus ditingkatkan yaitu dalam

¹ Reihan Deski Putra and others, 'Penggunaan Website Sumbar Travel Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisatawan Di Sumatera Barat', *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 9.2 (2021), 219–32.

² Jasman Jasman, Masri Ridwan, and Fuad Guntara, 'Pemanfaatan Sistem Informasi Geografi Dalam Menerapkan Pariwisata Cerdas Di Kawasan Gunung Nona', *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15.1 (2021), 36–48 <<https://doi.org/10.47608/jki.v15i12021.36-48>>.

³ Gianna Moscardo, 'Interpretation And Sustainable Tourism: Functions, Examples And Principles', *Journal of Tourism Studies*, 14.1 (2003), 112–23 <<https://doi.org/10.3316/ielapa.200305730>>.

⁴ Cindy Riona Pasaribu and Eko Hari Saksono, 'Analisis Aliran Komunikasi Paska Penyederhanaan Birokrasi Studi Kasus Pada Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata Dan

cara penyampaian informasi, baik informasi langsung dari pemandu wisata maupun dari alat lain seperti pamflet dan papan informasi.⁵ Menurut Khakim, koleksi yang dimiliki oleh museum dapat menjadi peluang untuk menarik kunjungan wisatawan.⁶ Selain itu, artefak pada museum juga dapat menjadi media informasi sejarah sekaligus edukasi bagi wisatawan.⁷

Keberadaan Museum bukan hanya sebagai tempat untuk menyimpan koleksi artefak, tetapi juga tempat dimana konstruksi sejarah terus berkembang melalui interpretasi dan dialog⁸. Sementara itu menurut John H. Falk dan Lynn D. Dierking “*The Museum Experience*” Museum tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan benda mati, tetapi juga sebagai pusat informasi edukasi dan sarana rekreasi.⁹ Pemerintah memiliki kebijakan tentang museum yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2015, yang mana menjelaskan bahwa museum merupakan lembaga yang memiliki fungsi untuk melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat.¹⁰

Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf)’, *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 2.1 (2022), 1–11 <<https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwidi.v2i1.764.g649>>.

⁵ Oke Laksmi Noor Vibriyani Siti Hasanah, Erry Sukriah, and Rosita Rosita, ‘Analisis Peningkatan Kinerja Metode Interpretasi Museum Pos Indonesia Di Kota Bandung Berdasarkan Kepuasan Pengunjung’, *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 12.1 (2015), 1–10 <<https://doi.org/10.17509/jurel.v12i1.1040>>.

⁶ Moch Nurfahrul Lukmanul Khakim and others, ‘Urgensi Pengelolaan Pariwisata Kampung Heritage Kajoetangan Malang’, *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 4.1 (2019), 15–22 <<https://doi.org/10.17977/um022v4i12019p015>>.

⁷ Yulianti Fajar Wulandari and others, ‘Virtual Tour Sebagai Media Komunikasi Digital Dalam Pelayanan Museum Kehutanan Di Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Media Penyiaran*, 1.1 (2021), 9–15 <<https://doi.org/10.31294/jmp.v1i1.389>>.

⁸ S E Weil, ‘Beyond Management: Making Museums Matter’, *ICOM/INTERCOM Study Series - Management*, 12.0 (2000), 1–11.

⁹ John H. Falk and Lynn D. Dierking, *The Museum Experience* (Washington D.C.: Whalesback Books, 1992), p. 3.

¹⁰ Pemerintah RI, ‘Peraturan Pemerintah RI Nomor 66 Tahun 2015 Tentang Museum’ (Jakarta: Pemerintah RI, 2015).

Museum merupakan salah satu daya tarik wisata, karena dimanfaatkan oleh wisatawan sebagai destinasi wisata. Sesuatu yang memiliki sifat unik, indah dan mempunyai nilai keragaman budaya serta berasal dari buatan manusia dan menjadi tujuan atau destinasi wisata merupakan definisi dari daya tarik wisata.¹¹ Kunjungan pada museum adalah bentuk salah satu hasil pariwisata yang melalui proses interpretasi.¹² Pada saat kunjungan ke museum, terdapat informasi yang disampaikan pemandu wisata maupun dengan memanfaatkan sebuah media. Informasi yang berhubungan dengan sejarah, budaya dan pengetahuan diinformasikan dalam kegiatan pemanduan museum dan menjadi pengalaman berwisata bagi wisatawan.¹³ Wisata alam, budaya dan buatan merupakan berbagai jenis dari daya tarik wisata.¹⁴ Museum dapat dikategorikan dalam wisata budaya teteapi dapat pula dikategorikan sebagai wisata buatan karena memiliki hubungan dengan kebudayaan dan sejarah.

Interpretasi merupakan suatu proses komunikasi yang digunakan untuk memahami arti dan hubungan dari warisan sejarah, budaya dan alam dengan melibatkan objek, artefak dan situs.¹⁵ Saat ini media interpretasi tidak hanya berupa

¹¹ Presiden RI, 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan' (Jakarta: Presiden RI, 2009).

¹² Stephen Wanhill, 'What Tourism Economists Do. Their Contribution To Understanding Tourism', *Estudios de Econom-a Aplicada*, 29.3 (2011), 679–92.

¹³ Nuryuda Irdana and Sthanu Kumarawarman, 'Konsep Penataan Koleksi Museum Untuk Mempermudah Pemahaman Wisatawan Dalam Wisata Edukasi Arsip Dan Koleksi Perbankan Di Museum Bank Mandiri Jakarta', *Diplomatika: Jurnal Kearsipan Terapan*, 1.2 (2018), 132–47 <<https://doi.org/10.22146/diplomatika.35174>>.

¹⁴ Nurul Rochmah Pramadika and others, 'Perancangan Media Interpretasi Wisata Budaya Dalam Rangka Meningkatkan Motivasi Pengalaman Berkunjung Wisatawan Di Daya Tarik Galeri 16-Indonesian Bamboo Society', *Tourism Scientific Journal*, 6.1 (2020), 1–10 <<https://doi.org/10.32659/tsj.v6i1.115>>.

¹⁵ John Veverka, *Interpretive Master Planning: The Essential Guide to Interpretive Planning, Interpretation, and the Interpretive Process* (Helena, MT: Falcon Press, 1994), p. 3.

tulisan, tetapi bisa juga berupa visual, audio maupun gabungan antara keduanya. Selain berupa visual dan audio, media interpretasi juga terdapat dalam bentuk digital yang memanfaatkan penggunaan teknologi digital dalam membuat, menyimpan dan menginformasikan.

Pada proses penyampaian informasi maupun pesan mengenai isi museum, media interpretasi diperlukan untuk mampu memberi pemahaman kepada pengunjung mengenai isi dari museum.¹⁶ Media interpretasi dibedakan menjadi dua jenis yaitu media interpretasi *personal* dan *non-personal*, Interpretasi *personal* yaitu interpretasi yang dilakukan secara langsung dari seseorang seperti pemandu wisata yang menginformasikan kepada pendengar seperti wisatawan. Sementara itu, interpretasi *non-personal* yaitu interpretasi yang menggunakan bantuan alat seperti tulisan pada papan informasi, brosur maupun dengan bantuan digital seperti pemutaran video dan animasi.¹⁷

Proses interpretasi *personal* di museum umumnya dilakukan oleh seorang pemandu wisata yang secara langsung bertemu dan bertatap muka dengan wisatawan. Wisatawan dapat berkeliling museum ditemani dengan seorang pemandu wisata yang akan membantu menjelaskan informasi sejarah dari setiap koleksi yang ada di museum. Bagi proses interpretasi *non-personal* di museum juga berperan penting dalam memudahkan pemberian informasi sejarah kepada

¹⁶ Nuriata, *Teknik Pemanduan Interpretasi Dan Pengaturan Perjalanan Wisata* (Bandung: Alfabeta, 2015).

¹⁷ Ilmiati Tsaniah, M Liga Suryadana, and Sutanto Leo, 'Pengaruh Interpretasi Personal Dan Interpretasi Non-Personal Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Pendidikan Nasional', *Tourism Scientific Journal*, 7.2 (2022), 270–82 <<https://doi.org/10.32659/tsj.v7i2.187>>.

wisatawan. Dari sinilah terdapat fungsi penting dari adanya interpretasi di museum sebagai penghubung antara pesan yang ingin disampaikan kepada wisatawan.

Pada Museum Sejarah Jakarta, pemandu wisata tersedia kurang lebih 10 orang pemandu tetap dan dibantu dengan siswa-siswi yang sedang melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) yang berasal dari beberapa SMK di Jakarta. Jika terdapat wisatawan yang ingin ditemani oleh pemandu wisata untuk menjelajahi museum, pemandu wisata ataupun siswa-siswi PKL akan langsung bertugas menemani wisatawan hingga tur museum berakhir. Sementara itu, interpretasi non-personal di Museum Sejarah Jakarta secara keseluruhan sudah cukup baik dimana terdapat tulisan informasi yang tersedia di papan dekat dengan koleksi maupun di dinding museum. Namun, pada penjara bawah tanah terutama penjara bawah tanah pria belum memiliki keterangan informasi, pengunjung bisa melihat bahkan masuk ke dalam penjara bawah tanah namun tidak mengetahui sejarah dari penjara bawah tanah tersebut. Dari kondisi tersebut, diketahui jika penjara bawah tanah perlu adanya pengembangan media interpretasi terutama interpretasi *non-personal*.

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan MSJ Tahun 2022

REKAPITULASI DATA PENGUNJUNG MUSEUM SEJARAH JAKARTA																			
TAHUN 2022																			
No.	Bulan	JENIS PENGUNJUNG																	
		UMUM						ROMBONGAN						TAMU RESMI		LAYANAN GRATIS			Jumlah
		Dewasa		Mahasiswa		Anak2/Pelajar		Dewasa		Mahasiswa		Anak2/Pelajar		Wisnus	Wisman	Penyandang Disabilitas	Lanjut Usia	KIP	
		Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman						
1	JANUARI	6,971		2,859		7,387		592		115		901							
2	FEBRUARI	5,678		1,204		3,173		273		-		661							8,989
3	MARET	5,691		2,423		5,763		982		50		1,489							16,398
4	APRIL	2,385	51	1,059		2,198		255		41		36							6,025
5	MEL	19,606		5,168		12,099		1,048		30		1,839							39,790
6	JUNI	13,816	385	4,242		10,300		880		201		2,188			20	109	45		32,186
7	JULI	13,099	163	3,548		8,285		530		-		502			52	51	74		26,304
8	AGUSTUS	8,418	177	2,734		6,513		1,017		137		1,404		400	12	48	27		20,887
9	SEPTEMBER	9,905	67	4,097		9,301		713		84		4,837		167	13	25	40		29,249
10	OKTOBER	11,530	174	5,839		10,777		1,222		339		8,340			25	21	17		38,284
11	NOVEMBER	10,348	113	4,760		10,595		1,248		116		8,163			68	174	170		35,755
12	DESEMBER	18,516	145	9,819		22,885		2,914		280		7,269			51	20	30		61,929
	JUMLAH	123,963	1,275	47,752		109,276		11,674		1,393		37,629		567	-	241	448	403	334,621

Sumber: Data Pengunjung Museum Sejarah Jakarta Tahun 2022

Gambar 1.2 Jumlah Wisatawan MSJ Tahun 2023

REKAPITULASI DATA PENGUNJUNG MUSEUM SEJARAH JAKARTA																			
TAHUN 2023																			
No.	Bulan	JENIS PENGUNJUNG												TAMU RESMI		LAYANAN GRATIS			Jumlah
		UMUM						ROMBONGAN											
		Dewasa		Mahasiswa		Anak2/Pelajar		Dewasa		Mahasiswa		Anak2/Pelajar		Penyandang Disabilitas	Lanjut Usia	KJP			
Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman				
1	JANUARI	14.585	127	8.998		25.586		2.221		112		8.546				21	10	28	59.634
2	FEBRUARI	7.602		1.852		22.331		898		124		15.878				1	80	11	48.777
3	MARET	6.396	27	1.439		16.111		1.084		107		13.867				20	10	15	39.076
4	APRIL	15.509	154	2.607		30.814		177		-		314				102	184	201	50.062
5	MAY	8.700	62	813		17.273		948		91		8.636				54	12	41	36.630
6	JUNI	12.246	98	1.158		20.482		842		289		7.413				75	20	109	42.732
7	JULI	31.257	84	4.104		44.841		1.582		40		1.126		15		42	44	21	83.156
8	AGUSTUS	17.299	241	2.320		18.824		1.021		162		3.777				74	80	41	43.839
9	SEPTEMBER	13.416	178	2.962		17.094		658		386		6.947		15		21	45	34	41.756
10	OKTOBER	17.384	163	2.932		16.185		975		502		9.184				23	21	75	47.444
11	NOVEMBER	15.959	314	2.949		16.006		2.495		529		11.058				21	18	41	49.390
12	DESEMBER	30.061	432	5.810		25.864		1.390		171		9.513				32	76	32	73.381
JUMLAH		190.414	1.880	37.344	-	271.411	-	14.291	-	2.513	-	96.259	-	15	15	486	600	649	615.877

Sumber: Data Pengunjung Museum Sejarah Jakarta Tahun 2023

Selama tahun 2022, jumlah pengunjung Museum Sejarah Jakarta mencapai 334.621 orang, dengan rata - rata jumlah pengunjung sebanyak 27.885 orang setiap bulannya dan rata - rata mencapai 929 orang perhari. Jumlah tersebut terus bertambah di tahun 2023 dengan total 615.877 orang menurut Kepala Satuan Pelayanan Museum Sejarah Jakarta, Istiqomah Armitawati¹⁸. Dengan terus bertambahnya jumlah pengunjung setiap tahunnya, penulis melihat penjara bawah tanah Museum Sejarah Jakarta membutuhkan pengembangan media interpretasi. Terlebih pada saat ini sudah cukup banyak museum yang menggunakan media interpretasi berbasis digital untuk menginformasikan sejarah koleksinya kepada wisatawan. Penelitian ini berguna untuk memberikan saran serta ide untuk Pengembangan Media Interpretasi di Penjara Bawah Tanah Museum Sejarah Jakarta untuk menarik minat dan meningkatkan pemahaman wisatawan.

Selain itu, menurut Woollard pendekatan yang perlu diperhatikan dalam pengembangan museum sebagai daya tarik wisata salah satunya adalah pelayanan

¹⁸ Dwi Putro Agus Asianto, 'Tahun 2023 Pengunjung Museum Sejarah Jakarta 21.000, Kota Tua Penuh Sepeda Wisata', *Suarakarya.Id*, 2023.

pengunjung¹⁹. Pelayanan pengunjung diartikan sebagai pengelolaan museum yang dapat memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk mendapatkan pengalaman yang informatif dan menyenangkan, seperti membantu pengunjung menikmati semua kegiatan yang ada di museum serta ditunjang dengan penggunaan fasilitas yang dimiliki museum.²⁰

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut rumusan masalah yang akan dibahas:

1. Bagaimana kondisi eksisting media interpretasi di penjara bawah tanah Museum Sejarah Jakarta?
2. Bagaimana rekomendasi pengembangan media interpretasi di penjara bawah tanah Museum Sejarah Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui situasi dan kondisi media interpretasi di penjara bawah tanah Museum Sejarah Jakarta.
2. Mengetahui rekomendasi pengembangan media interpretasi di penjara bawah tanah Museum Sejarah Jakarta.

¹⁹ Woollard, *Running a Museum: A Practical Handbook*, ed. by Patrick J. Boylan, 1st edn (Paris: ICOM-International Council of Museums, 2004).

²⁰ Falk and Dierking, *The Museum Experience*, p. 23.

D. Manfaat Penelitian

1. Akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat berperan dalam pengembangan teori maupun praktik dalam bidang museum, sejarah dan tentunya media interpretasi.
- b. Menjadi referensi maupun inspirasi bagi penelitian di bidang yang serupa, serta menciptakan ide - ide yang berkaitan dengan penerapan teknologi dan media di dalam museum.

2. Praktisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan contoh sederhana dalam merancang serta mengembangkan media interpretasi yang efektif dan inovatif.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi bagi museum lain dalam menghadapi tantangan dalam menyampaikan informasi sejarah kepada pengunjung museum.
- c. Selain itu penelitian ini juga diharapkan berperan dalam memberikan pengalaman lebih serta memberikan suatu hal edukatif kepada pengunjung dari Museum Sejarah Jakarta.