BULETIN

MUSEUM PERUMUSAN NASKAH PROKLAMASI

Vol. VII Tahun 2021

Masa Depan Museum di Masa Pandemi

MENJAGA AMANAT MUSEUM:
Melestari Pusaka Negeri Di Tengah Pandemi

Siapkah Membuka Kembali Layanan Museum?
Rekoneksi Pengunjung dengan Museum

Jelajah Virtual :
Program Publik Museum di Masa Pandemi

REDAKSI

Penanggung jawab :
Drs. Harry Trisatya Wahyu, M.A.

Redaktur :
Wahyuni, M.Hum

Sekretaris :
Kandace Iriani, S.Pd

Editor :
Kurniawaty, M.Hum

Desainer Grafis :
Firman Nur Chaliq, A.Md.
Najma Salistiani, S.Si

Fotografer :
Ari Suryanto, S.Pd
Aprial Restu Fauzi, S.I.Kom.

Alamat Redaksi :
Jl. Imam Bonjol No.1 Menteng,
Jakarta Pusat 10310
Telepon: (021) 3144743

MEDIA SOSIAL

@munasprok
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
@MuseumNasProk
www.munasprok.go.id

Salam REDAKSI

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Salam sejahtera bagi kita semua,

Shalom, Om Swastyastu, Namo Buddhaya, Salam Kebajikan, Rahayu

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan YME atas terbitnya Buletin Museum Perumusan Naskah Proklamasi edisi VII Tahun 2021. Buletin Museum tahun ini hadir masih di tengah masa pandemi Covid 19 dan mengangkat tema khusus terkait pandemi Covid 19 di tengah masyarakat terutama para pecinta dan pemerhati museum.

Sesuai dengan tema Hari Museum Internasional 2021 "*The Future of Museums: Recover and Reimagine*", Buletin Museum Perumusan Naskah Proklamasi edisi VII tahun 2021 mengangkat tema Masa Depan Museum di Masa Pandemi. Pandemi COVID 19 secara tiba-tiba melanda seluruh dunia dan mempengaruhi setiap aspek kehidupan. Begitu juga dengan Museum. Pandemi ini menjadi pendorong untuk penciptaan kreasi terutama di bidang digitalisasi. Saat ini merupakan waktu yang tepat bagi museum untuk memikirkan kembali hubungannya dengan pengunjung dan komunitas yang dilayani, untuk bereksperimen dengan model dan cara baru melakukan program publik yang tidak hanya menyenangkan tapi juga aman.

Buletin edisi VII Tahun 2021 ini tidak hanya menampilkan tulisan para ahli dan pemerhati permuseuman yang bersifat penciptaan nilai baru, model pelayanan baru dan solusi inovatif untuk menghadapi tantangan sosial, ekonomi dan lingkungan saat ini, namun juga tulisan dari pegiat komunitas, keluarga tokoh perumus naskah proklamasi dan masyarakat yang pernah datang maupun mengikuti kegiatan yang diadakan oleh Museum Perumusan Naskah Proklamasi. Selain itu juga ada rubrik untuk anak-anak, info koleksi, sejarah museum dan gambar digital yang membuat buletin museum dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat.

Semoga buletin museum edisi kali ini dapat memberikan gambaran mengenai masa depan Museum Perumusan Naskah Proklamasi di masa pandemi Covid 19 dan menjadi upaya dalam melaksanakan tugas dan fungsi museum untuk melakukan publikasi dan promosi serta menjalankan perannya sebagai pembentuk karakter bangsa, pembangkit semangat perjuangan dan pemersatu rakyat Indonesia dalam menghadapi pandemi Covid 19.

Salam Museum di Hatiku

Daftar isi

3 Salam Redaksi

5 Kalender Kegiatan Museum Perumusan Naskah Proklamasi Tahun 2022

6 Sejarah Museum

8 MENJAGA AMANAT MUSEUM: Melestari Pusaka Negeri Di Tengah Pandemi

14 Siapkah Membuka Kembali Layanan Museum?
Rekoneksi Pengunjung dengan Museum

17 Masa Depan Museum di Masa Pandemi: Penguatan Strategi Branding
dan Digital Marketing

21 MASA DEPAN MUSEUM DI MASA PANDEMI

26 Museum, Kelindan Pandemi dan Era Society 5.0

29 Ini Saatnya Museum Menjadi Milik Rakyat!

33 Museum : Rumah Besar Mesin Waktu

36 Musik: Gaya Munasprok Berkreasi di Masa Pandemi

40 Jelajah Virtual: Program Publik Museum di Masa Pandemi

44 Ruang Anak

46 Tahukah Kamu

47 Republik (Respon Publik)

50 Kurasi (Kita Ulas Ragam Koleksi)

52 Museum Digital

VISI

Terwujudnya museum yang mampu melestarikan dan menanamkan nilai-nilai proklamasi bagi masyarakat dalam rangka memperkokoh jati diri, persatuan dan kesatuan bangsa.

MISI

- Mewujudkan peran museum sebagai saran informasi, publikasi, edukasi dan rekreasi
- Meningkatkan pengumpulan, perawatan dan pengawetan benda yang berhubungan dengan sejarah sekitar proklamasi
- Meningkatkan pendokumentasian dan penelitian ilmiah yang berhubungan dengan sejarah sekitar proklamasi
- Membangun jaringan kerja dan meningkatkan koordinasi dalam pelestarian dan pemanfaatan museum
- Membangun dan mengembangkan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM)
- Meningkatkan peran serta masyarakat *(stakeholder)* dalam pelestarian dan pemanfaatan MPNP

Kalender

KEGIATAN

Museum Perumusan Naskah Proklamasi 2022

- Pameran 80 Tahun Pendudukan Jepang di Indonesia
- Penyuluhan Museum ke Sekolah di Jabodetabek
- Penyuluhan Museum Virtual
- Tapak Tilas Proklamasi
- Diskusi Tematik di DKI Jakarta

AYO.... Ikuti MEDSOS Kami untuk update Kegiatan lainnya

SEJARAH MUSEUM

Gedung ini didirikan sekitar tahun 1920-an oleh arsitek Belanda J.F.L. Blankenberg dengan gaya arsitektur Eropa (art deco). Luas tanah 3.914 m^2 dan luas bangunan 1.138,10 m^2. Pada 1931, pemiliknya atas nama PT. Asuransi Jiwasraya. Ketika pecah Perang Pasifik, gedung ini dipakai British Consul General sampai Jepang menduduki Indonesia. Pada masa pendudukan Jepang, gedung ini menjadi tempat kediaman Laksamana Muda Tadashi Maeda, seorang Kepala Kantor Penghubung Angkatan Laut dengan Angkatan Darat Jepang.

Gedung ini menjadi sangat penting artinya bagi Bangsa Indonesia karena pada 16-17 Agustus 1945 terjadi peristiwa sejarah, yaitu perumusan naskah proklamasi. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 0476/1992 tanggal 24 November 1992, gedung di Jalan Imam Bonjol No. 1 Jakarta ini ditetapkan sebagai Museum Perumusan Naskah Proklamasi, Unit Pelaksana Teknis bidang Kebudayaan di bawah Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (kini menjadi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi).

Ruangan-Ruangan Bersejarah

- **Lantai 1 Ruang 1 (Pertemuan)**

Di ruang ini Ir. Soekarno, Drs. Moh. Hatta dan Mr. Ahmad Soebardjo diterima oleh Laksamana Tadashi Maeda setelah kembali dari Rengasdengklok pada 16 Agustus 1945, pukul 22.00 WIB, Kedatangan ketiga tokoh tersebut untuk meminjam rumah Maeda sebagai tempat perumusan naskah proklamasi.

- **Lantai 1 Ruang 2 (Perumusan)**

Ruang ini merupakan tempat dirumuskannya naskah proklamasi. Dini hari menjelang pukul 03.00 WIB, Ir. Soekarno, Drs. Moh. Hatta dan Mr. Ahmad Soebardjo memasuki ruang ini dan

mengitari meja untuk merumuskan konsep naskah proklamasi. Ir. Soekarno yang menuliskan konsep naskah proklamasi di atas secarik kertas, sedangkan Drs. Moh. Hatta dan Mr. Ahmad Soebardjo menyumbangkan pikiran secara lisan. Terdapat coretan - coretan yang menunjukkan adanya musyawarah dan pertukaran pendapat dalam merumuskannya.

- **Lantai 1 Ruang 3 (Pengetikan)**

Setelah persetujuan dari hadirin, Ir. Soekarno meminta Sayuti Melik mengetik naskah proklamasi. Sayuti Melik mengetik naskah proklamasi di ruang bawah tangga ditemani oleh B.M. Diah. Pada saat pengetikan, Sayuti Melik melakukan 3 perubahan kata yaitu: "Tempoh" menjadi "Tempo", "Wakil-wakil bangsa Indonesia" menjadi "Atas nama bangsa Indonesia" serta penulisan hari, bulan dan tahun. Teks tersebut ditandatangani oleh Soekarno – Hatta atas nama bangsa Indonesia.

- **Lantai 1 Ruang 4 (Pengesahan)**

Ruang ini merupakan tempat disetujuinya konsep naskah proklamasi oleh seluruh hadirin yang berjumlah ± 40 – 50 orang dan sebagai tempat berdiskusi dengan hasil:

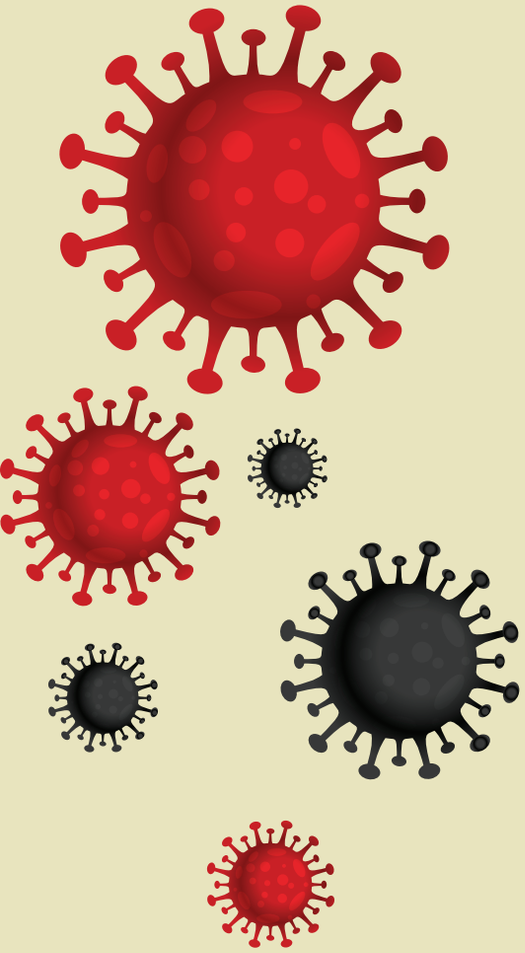
- Ir. Soekarno dan Drs. Moh. Hatta yang akan menandatangani naskah proklamasi
- Pembacaan naskah proklamasi diadakan di halaman depan rumah kediaman Ir. Soekarno, yaitu Jalan Pegangsaan Timur No. 56, pukul 10.00 WIB.

Antologi

MENJAGA AMANAT MUSEUM: Melestari Pusaka Negeri Di Tengah Pandemi

Kresno Yulianto

FIB Universitas Indonesia



A. Museum Merespon Pandemi Virus Corona

Harian KOMPAS MINGGU tanggal 30 Mei 2021 halaman 3 memuat artikel dengan judul **Museum, Strategi Budaya China**. Paragraf dua artikel ini mengutip pernyataan Luo Jing, salah seorang anggota Dewan Warisan Budaya Nasional China yakni ...

"Selain peningkatan mutu museum dari segi layanan dan koleksi, juga ada upaya membawa museum tidak hanya sebagai tempat pameran, tetapi juga sebagai wadah penelitian kerja sama antara China dan berbagai lembaga dari luar negeri."

Tulisan ini sejatinya juga diilhami dari artikel surat kabar tersebut. Jelas sekali bahwa layanan museum masih menjadi salah satu fokus perhatian museum. Pelayanan mengisyaratkan betapa museum museum di China itu tidak melulu berorientasi kepada koleksi sebagai data dasar penataan pamer, namun juga berorientasi kepada kenyamanan dan puasnya publik atas layanan pengelola museum bahkan menuju kepada riset.

Sayangnya, dalam artikel tersebut tidak disebutkan bagaimana strategi museum museum di China dalam merespon wabah pandemi Corona Virus yang menjangkit ke seluruh belahan benua, termasuk museum. Dalam sekejap wabah ini telah membalikan nilai-nilai kehidupan, di antaranya:

1. Kebersamaan fisik : "*Mangan ora mangan asal ngumpul*" (makan atau tak makan, yang penting berkumpul). Tidak perlu kumpul-kumpul, yang penting sehat dan selamat
2. Ritual keagamaan/tradisi yang sangat diutamakan dalam kehidupan masyarakat harus berubah formatnya, dari dilakukan bersama menjadi dilakukan sendiri di rumah

3. Konsep "jaga jarak" sangat relatif dan sulit diterapkan di masyarakat yang padat dan berbudaya kolektif

Perubahan tatanilai tersebut disadari atau tidak telah berimbas juga pada perilaku berkunjung ke museum. Indonesia sendiri menerapkan kebijakan dengan menutup sekitar 34 Museum untuk cegah Virus Corona, dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi tawarkan layanan museum digital. Upaya ini ternyata memang tidak jauh berbeda dengan tema peringatan *International Museum Day* 2021. Dengan tema "*The Future of Museum: Recover and Reimagine*", International Museum Day 2021 bermaksud mengundang museum, profesionalisnya, dan komunitasnya untuk membuat, membayangkan, dan berbagai praktik baru penciptaan, nilai, model bisnis baru untuk institusi budaya dan solusi yang inovatif untuk merespon tantangan sosial, ekonomi, dan lingkungan saat ini. Oleh karena itu kebijakan museum digital menjadi jawaban yang tepat untuk menjawab kerinduan publik terhadap museumnya.

Merespon kondisi wabah yang belum diketahui kapan berakhirnya, maka sebagian pengelola museum mulai beralih kepada pemanfaatan pemasaran digital untuk menjaga agar pelayanan museum tetap dapat berlangsung. Pemasaran digital adalah penerapan teknologi digital yang membentuk *on line channel* ke pasar (web site, e-mail , data base, digital tv dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya *blog, podcast*, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran Di sini museum berusaha mempertahankan hubungan yang baik dengan publiknya lewat teknologi digital dan mengembangkan pendekatan yang terencana untuk meningkatkan kesadaran publiknya. dan kemudian menyampaikan pesan lewat kegiatan komunikasi dan layanan berbasis *on line*. Kegiatan komunikasi dan layanan berbasis *on line* tersebut terintegrasi dan terfokus untuk memenuhi kebutuhan publiknya, baik calon pengunjung maupun pengunjung yang loyal.

B. Museum dan Perilaku Publiknya

Pelayanan museum yang mulai berpaling ke digital ini tidak lepas dari kebiasaan baru (era *New Normal*) yang merebak di kalangan masyarakat sebagai respon terhadap wabah virus Corona. Praktisi *marketing* Juswohadi, di awal merebaknya virus ini pernah memprediksi setidaknya terdapat 30 Perilaku Konsumen di era *New Normal*. Dalam sosiologi permuseuman, sebagian kebiasaan baru ini setidaknya juga berpengaruh pada dinamika pengelolaan museum dan publiknya. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *The Fall of Mobility, The Rise of Stay @ Home*

Wabah praktis menghentikan mobilitas dan memaksa orang untuk berdiam diri di rumah. "*the death of mobility*". Krisis COVID-19 membawa manusia seperti kembali ke zaman purba dimana hidupnya hanya di gua, yaitu rumah. "*Welcome stay @ home economy*."

Perilaku ini membuat masyarakat tidak dapat berkunjung ke museum karena kondisinya yang tidak memungkinkan.

2. *Online-Shopping Widening+Deepening: From Wants to Needs*

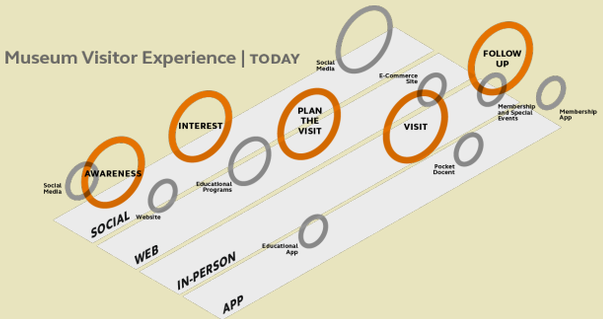
Pembelian online (*online shopping*) mulai bergeser dari produk yang sifatnya keinginan (*wants*) ke produk yang sifatnya adalah kebutuhan (*needs*). Belanja online konsumen melebar (*widening*) dari barang-barang non-esensial ke esensial (*daily needs*). Dan mendalam (*deepening*) dimana volume pembeliannya makin besar.

Untuk memudahkan publiknya, museum sudah mulai memikirkan penjualan tiket, *merchandise*, produk penerbitan, dan produk lainnya secara *on line*.

3. Going Omni

Dengan matangnya *online shopping* akibat COVID-19, maka brand-brand besar-menengah-kecil mulai hadir dengan *platform omni channel*-nya sendiri baik via *website* atau *e-commerce* dan tentu *physical channels*. Mereka tak bisa lagi cuma mengandalkan *marketplace* besar yang sudah ada. Ingat, *customer data is the new gold.*

Platform omni channel umumnya digunakan di kalangan bisnis ritel. Museum dan toko ritel memang tampak tidak memiliki banyak kesamaan. Museum adalah tempat bagi seni, budaya, dan pengetahuan, sementara ritel adalah simbol utama konsumerisme. Namun jika dilihat lebih dekat evolusi lingkungan ritel dan budaya, dapat ditemukan kesamaan bahwa tren desain di museum berkaitan erat dengan ritel. Menghadapi persaingan yang meningkat untuk mendapatkan perhatian pengunjung, museum dan ritel/pengecer sama-sama menyadari bahwa mereka perlu memberikan pengalaman yang menarik untuk terhubung dengan pengunjung mereka. Museum yang semata hanya menyimpan koleksi atau artefak, tidak akan menarik imajinasi pengunjung. Maka museum pun beralih ke teknologi dan pengalaman baru untuk terhubung dengan audiens baru, mempertahankan pengunjung saat ini, dan meningkatkan kehadiran secara keseluruhan. Dengan menyatukan data dari penerimaan, donasi, pendapat sosial, perilaku *online*, penggunaan aplikasi, dan umpan balik tamu, museum dapat memberikan jangkauan yang lebih efektif, inisiatif penggalangan dana, dan konten pameran. Situs *web* museum mungkin tidak menjual barang seperti toko *online*, tetapi idealnya situs *web* tersebut harus memiliki tingkat informasi yang relevan dan terperinci yang sama dengan yang diharapkan pengunjung dapatkan secara langsung. Hal ini, pada akhirnya, mendorong adanya kunjungan berulang dan kesetiaan pada program publik museum. Jika pada bisnis ritel berlaku adagium bahwa *customer data is the new gold* maka hal yang sama pun berlaku untuk museum, perlunya *data base* pengunjung.



4. *Zoomable Workplace @ Home*

Work from Home memunculkan tren baru "*zoomable workplace*" di rumah. Kalau sebelumnya populer istilah "*instagramable*" maka kini ada istilah tempat kerja di rumah yang "*zoomable*". Tren ini dipicu oleh popularitas aplikasi Zoom untuk *meeting* virtual. Mendekorasi ruang kerja yang *eye-catching* sebagai *background meeting*. Tanpa disadari hal ini telah menjadi kebutuhan *self-esteem.*

Mendekorasi ruang kerja yang *eye-catching* sebagai *background* meeting dengan latar belakang *heritage building*, museum, dan sejenisnya mulai menjadi *trend* mode webinar.

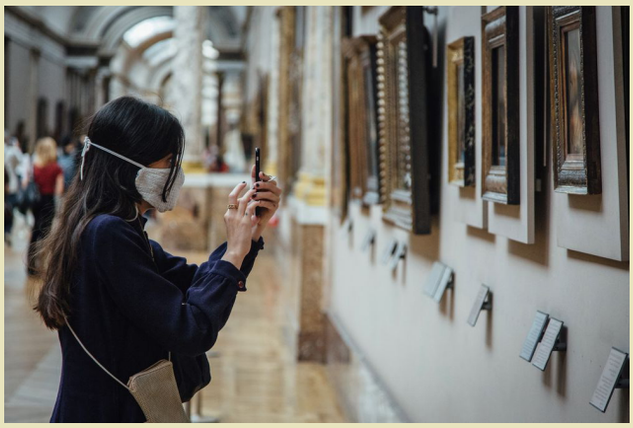
5. *"Work-Live-Play" Balance: Well-Being Revolution*

Ketika *work from home* (WFH) dan *flexible working hour* (FWH) menjadi kenormalan baru, maka batas waktu antara bekerja (*working*), mengurus keluarga dan menjalankan *parenting* ke anak (*living*), dan menikmati *leisure time* (*playing*) menjadi kian kabur. Karena karyawan mengatur waktunya sendiri, maka mereka bisa mengatur keseimbangan *working-living-playing* dengan lebih baik. Hal ini akan meningkatkan kualitas dan kebahagiaan hidup (*well-being*).

Untuk para karyawan yang mulai terbiasa dengan pola kerja WFH dapat mengatur jam kerjanya berseling aktivitas lain selama bekerja di rumah. Budaya kerja baru pun mulai muncul.

6. *The Century of Self Distancing*

Begitu wabah COVID-19 berlalu, tak serta-merta orang berinteraksi fisik seperti sediakala. Bayang-bayang kematian akibat virus akan terus menghantui. *Self-distancing* akan menjadi kebiasaan permanen. Memakai masker, mencuci tangan setiap saat, menjaga jarak fisik, menghindari kerumunan akan menjadi kenormalan baru. Pengunjung dan pengelola museum mulai terbiasa menjalankan protokol kesehatan. Museum menerapkan *Personal Protection, Environment Management*, dan *Preventif disinfection.*



https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-07-06/europe-s-museums-sell-out-of-limited-tickets-in-reopenings

7. *The Future of Traveling*

Bahkan ketika ancaman virus terus mengintai, kita tetap akan berlibur tapi dalam situasi dan kondisi yang bisa dikontrol dan tak terpapar virus. Travellers kian sadar melakukan *self social distancing*. Oleh karena itu *staycation* dan *wellness tour* akan menjadi pilihan. *Travelling* kian menjadi aktivitas individual bukan lagi grup. *Niche tourism* lebih berkembang daripada *mass tourism*. Dan *virtual tourism* dengan teknologi VR (*virtual reality*) akan berkembang pesat. Metropolitan Museum of Art 'Unframed' di New York bekerja sama dengan Verizon untuk membuat rangkaian seni virtual dan game berdasarkan koleksi mereka, yang dapat diikuti oleh pengguna smartphone 4G atau 5G dari rumah. Metode ***Virtual and Augmented Reality*** ini menampilkan banyak galeri yang dirender secara digital, dengan elemen animasi dan interaktif tambahan pada beberapa karya seni paling terkenal di dunia. Di Jakarta virtual setidaknya terdapat lima museum yang dapat dikunjungi secara virtual, yakni: Museum Perumusan Naskah Proklamasi, Museum Sumpah Pemuda, Museum Kebangkitan Nasional, Museum Nasional, dan Museum Basoeki Abdullah. Salah satu tour virtual pameran museum pernah dilakukan oleh Museum Perumusan Naskah Proklamasi dengan tema pameran Jejak Sejarah Para Pendiri Bangsa, 10 – 16 November 2020.

8. *Virtual Experience Is the Next Big Thing*

Konser musik, event olahraga, hingga konferensi/pameran dibatalkan di seluruh dunia. Sebagai gantinya: virtual *concert*, *virtual sport*, *virtual conference/seminar*, *virtual exhibition*. Ketika *self distancing* bakal berlangsung lama, maka *virtual experience* akan menjadi sesuatu banget. Keunggulannya: *"more efficent, more convenient, more personal". VIRTUAL EXPERIENCE* di Museum membuat publik dapat memilih koleksi mana yang diminati untuk mendapatkan *experience* dan kepuasannya). Untuk publik yang tinggalnya jauh dari museum, *Virtual Reality* dapat menjadi salah satu cara alternatif untuk mengunjungi museum dan melihat koleksinya. Menggunakan *virtual reality* dapat membuat seseorang merasa sedang berada di museum tersebut.

https://dissolve.com/stock-photo/Happy-girl-lying-sofa-watching-something-virtual-royalty-free-image/101-D2115-272-778

9. The Emerging VirSocial

Aktivitas bersama-sama baik olahraga, senam, meditasi dan yoga, hingga bermain *game* dilakukan secara virtual. Istilah sebutannya "VirSocial" (*virtual social*). Maraknya aktivitas "pertemuan" temen-teman sekantor, sekampung, sekomunitas, atau sesama alumni SD hingga kuliah yang dilakukan via Zoom adalah kebiasaan baru yang sebelumnya tak dikenal. Museum museum dengan tematis tertentu bukan tidak mungkin dapat memanfaatkan zoom untuk semacam kursus atau program pembelajaran di tengah pandemik yang pesertanya dapat dikenakan bayaran. Misalnya Museum Keramik dan Seni Rupa, Museum Wayang,

Museum Layang Layang, Museum Batik, Museum Perkebunan, Museum Bahari dan lain lain.

https://helpwevegotkids.com/toronto-gta/toronto/north-york/article/camps/last-minute-toronto-summer-camps-you-can-still-book-for-2019/

10. Flexible Working Hours: From "9-to-5" to "3-to-2"

Dalam buku *Millennials Kill Everything* (2019) saya mengatakan, ke depan milenial "membunuh" jam kerja "9-to-5". Rupanya Covid-19 membunuhnya lebih cepat. Dengan *work from home* (WFH), karyawan bereksperimen menjalankan pola kerja *flexible working hour* (FWH). Maka jam kerja "9-to-5" nantinya akan berubah menjadi "3-to-2" yaitu jam kerja 3 hari di kantor dan 2 hari di rumah dalam seminggu.

Karyawan beberapa museum sudah menerapkan hal ini, Dengan demikian muncul budaya kerja yang baru yang manajemennya dengan sendirinya mengalami perubahan.

C. Museum dan Manajemen Krisis Pandemi Covid 19

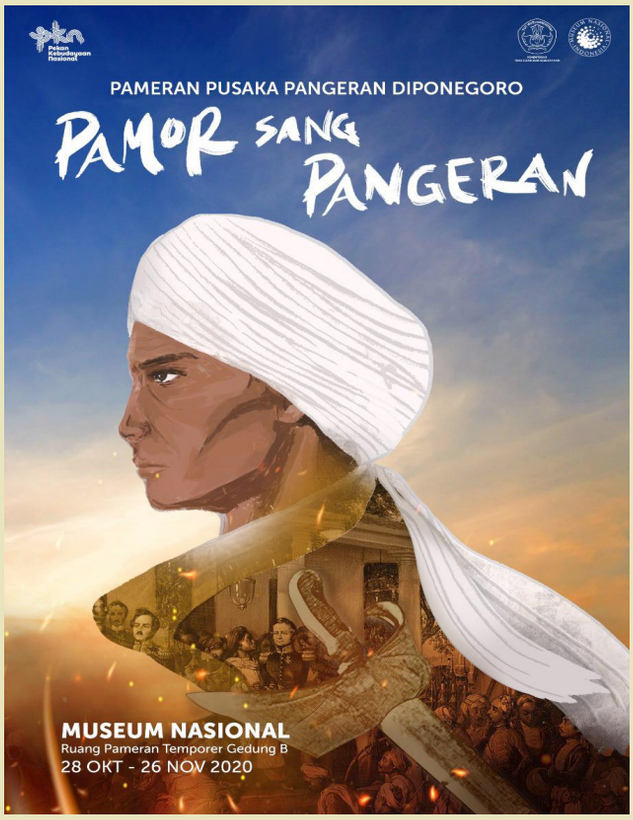
Sesuai dengan fungsinya yakni memberi pelayanan pendidikan, hiburan, dan pembelajaran kepada publiknya. "*Visitor Oriented*", adagium ini tetap berlaku hingga kapan pun dan dalam kondisi apa pun. Museum pun perlu memiliki manajemen krisis, apa pun itu pemicunya apakah karena krisis kepercayaan dari publiknya, apakah karena krisis yang disebabkan kebijakan anggarannya, atau krisis yang disebabkan karena terdampak bencana. Mengantisipasi krisis dapat dilakukan dengan menggunakan perencanaan strategik dan manajemen krisis. Bagaimana mengidentifikasi siklus krisis, dimulai dengan persiapan menghadapi krisis (*preparedness for crisis*), penyelesaian krisis (*crisis resolution*), mengambil pelajaran dari krisis (*consolidation of learning*), mengkomunikasikan kepada publik adanya perubahan (*communication for change*), dan berkomitmen untuk melakukan perbaikan di masa datang (*initiation of change*).

Dalam merawat relasi dengan publiknya, museum perlu memperhatikan beberapa dimensi ini. (1) Dimensi *Preparedness for crisis*, berkaitan dengan bagaimana museum berkinerja dan mengelola krisis. Setidaknya pengelola museum harus memerhatikan :

1. Kebijakan pemerintah meredam pandemik
2. Peraturan pemerintah daerah mengendalikan Covid 19
3. Kehati-hatian dalam menjalankan roda bisnis museum karena belum ada kepastian kapan berakhirnya pandemik Corona 19

Dimensi (2) adalah *crisis resolution*, yakni bagaimana museum mengelola kualitas jasa pelayanan secara inovatif. Sebagian museum sudah membuat terobosan yang inovatif dalam memberikan layanan berbasis virtual. Pelayanan Exhibition secara Virtual Contohnya: Pameran Semesta Perempuan di Museum Basoeki Abdullah yang dapat disaksikan secara virtual. Secara keseluruhan konsep pameran virtual ini kurang lebih sama dengan pameran secara *offline* di mana menghadirkan pengalaman, hiburan, dan informasi yang lengkap tentang koleksi, *story line*, dan teknologi, servis, serta hadirnya berbagai program edukasi bagi publiknya. Namun yang membedakan adalah kegiatan ini dilakukan secara virtual dan tanpa batas, termasuk memberikan pengalaman berinteraksi yang mudah dan aman, khususnya dalam menghadapi situasi *new normal* seperti saat ini. Dimensi (3) *consolidation of learning*. Sebagai penyesuaian dgn pandemik, museum melatih berbagai kebiasaan baru. Museum-museum

dalam praktik pelayanannya telah menrapkan protokol kesehatan dengan ketat. Dimensi (4) *communication for change*. Gambaran citra museum yang berhubungan dengan kesadaran terhadap lingkungan dan tanggung jawab sosial mereka selama masa pandemic terpancar dari prosedur pelaksanaan program-programnya. Contoh selama masa pandemi, pameran Pusaka Pangeran Diponegoro memberlakukan aturan yang ketat sebagaimana tertulis dalam *website*nya.



PERHATIAN:

SEMASA PANDEMI PAMERAN AKAN DIBATASI PERHARINYA MENJADI 5 SESI KUNJUNGAN DENGAN BATAS KUOTA 25 ORANG PERJAMNYA.

SILAKAN MELAKUKAN REGISTRASI SEBELUMNYA.

Terakhir, adalah Dimensi (5) *initiation of change*. Di sini Museum berkomitmen untuk melakukan perubahan di masa datang. Memasuki era pascamodern, museum mulai merambah teknologi digital. Pengembangan dan pemanfaatan teknologi baru memungkinkan museum untuk menciptakan pengalaman baru dan meningkatkan gaya hidup baru dalam penyampaian pesan yang belum dikenal dalam era sebelumnya.

Tema Hari Museum Inernasional yang bertajuk *"The Future of Museums: Recover and Reimagine"*, dicetuskan bukan tanpa sebab. Merespon COVID 19, museum tetap menjalin hubungan baik dengan publiknya, meski mereka cukup menyapa dari rumah. Penciptaan nilai baru, model pelayanan baru, dan solusi inovatif untuk menghadapi tantangan sosial, ekonomi dan lingkungan saat ini, dihadirkan oleh museum guna menjaga hubungan tersebut. Mengutip pesan Phillip Kotler (2011) terkait Manajemen Perubahan, "... manajemen perubahan adalah suatu pendekatan untuk mengubah individu, tim, dan organisasi kepada kondisi masa depan yang diinginkan." Sebagai sebuah lembaga pelayanan jasa di bidang edukasi dan hiburan, museum museum di Indonesia pun telah merespon krisis pandemi melalui berbagai inovasi dan tetap memenuhi janjinya...."*menyapa publiknya melalui berbagai inovasi dan menjaga pelayanan secara sehat dan berkualitas*"

Daftar Pustaka

Pivovarov, Kirill,. _**The Future of Museums: The Ultimate Visitor Experience, 2018**

https://www.callisonrtkl.com/you-are-here/the-future-of-museums-the-ultimate-visitor-experience/

Hillier, Lizzy,. _**How museums are using immersive digital experiences (pre- and post-pandemic), 2021**

https://econsultancy.com/how-museums-are-using-immersive-digital-experiences/

Yuswohady,. 30 Prediksi Perilaku Konsumen di NEW NORMAL

https://www.yuswohady.com/2020/04/23/perilaku-konsumen-di-new-normal/

Siapkah Membuka Kembali Layanan Museum?
Rekoneksi Pengunjung dengan Museum

Jaka Perbawa, M.Hum
Museum Perumusan Naskah Proklamasi

A. Pengantar

Pada tahun 2021 ini peringatan Hari Museum Internasional mengusung tema "*The Future of Museums: Recover and Reimagine*". Peringatan Hari Museum internasional kali ini pun masih akan diperingati dalam suasana pandemi Covid-19. Kerinduan akan riuh rendahnya museum dengan kedatangan beragam pengunjung nampaknya masih akan berlangsung sampai waktu yang belum diketahui.

Di saat museum harus berpacu dengan kecepatan perkembangan teknologi dan kecepatan arus informasi serta harapan untuk selalu mengikuti tren terkini. Datangnya pandemic Covid-19 di satu sisi menghambat keberadaan museum serta di sisi lain menjadi tantangan tersendiri bagi museum untuk tetap melayani pengunjungnya. Terhitung mulai dari Maret 2020 era baru layanan pengunjung dimulai.

1. Museum Sebelum Pandemi

Apa upaya yang telah dilakukan oleh setiap museum sebelum pandemi mendera negeri ini tentu telah tertata menjadi sebuah rutinitas yang dilakukan secara simultan dalam menjalankan tugas dan fungsi museum dengan beragam cara dan keunikan. Telah terbentuk jalinan hubungan antara pengunjung museum atau pemerhati museum tersebut.

Kegiatan-kegiatan yang selama ini telah dilaksanakan seperti diskusi, seminar, lomba, pameran dan kegiatan lainnya telah menjadi daya tarik serta memiliki segmentasi peserta masing-masing yang berujung munculnya apa yang dinamakan pelanggan museum atau klien museum karena selalu mendukung keberhasilan kegiatan, produk-produk baru yang dihasilkan serta hal-hal lain yang dilakukan museum.

Jika merunut kepada pendapat Zahava D. Doering mengenai *"Strangers, Guest, or Clients? Visitor Experiences in Museums"* yang memperlakukan pengunjung ke dalam 3 macamnya, yaitu:

- Pengunjung sebagai orang asing
- Pengunjung sebagai tamu
- Pengunjung sebagai klien

Sikap, gaya, serta pendekatan dari masing-masing museum terhadap pengunjung dipengaruhi oleh kebiasaan institusi museum, koleksi, dan individu pegawai museum

Orang asing

Perlindungan yang ketat terhadap koleksi menyebabkan pengelola museum bersikap memperlakukan pengunjung sebagai ancaman atas keterawatan koleksi. Museum dengan kondisi seperti ini sudah agak jarang kita temui dewasa ini walaupun tetap masih ada kekhawatiran atas sikap pengunjung yang dapat mengancam keterawatan koleksi.

Beralihnya pendekatan penyajian koleksi yang sebelumnya berdasarkan keinginan kurator untuk memilih koleksi yang akan disajikan telah beralih ke apa yang diinginkan atau dibutuhkan pengunjung sehingga diharapkan akan mereduksi tindakan pengunjung yang akan membahayakan koleksi.

Tamu

Perlakuan terhadap pengunjung layaknya seorang tamu sudah umum kita temui di mana museum ingin memberikan yang terbaik bagi pengunjung. Sikap ini dilandasi bahwa museum adalah lembaga yang bertugas memberikan edukasi kepada pengunjungnya. Pelayanan prima model seperti inilah yang diharapkan oleh pengunjung yang akan merasa terbantu dalam mencapai tujuan berkunjung ke museum.

Klien

Tingkat paripurna dalam suatu hubungan museum dengan pengunjungnya adalah menjadikan pengunjung sebagai klien di mana museum telah mengetahui apa harapan dan kebutuhan yang diinginkan oleh pengunjung tipe ini. Pengunjung sebagai klien dapat dianggap sebagai pengunjung loyal yang bukan saja akan memberikan dukungan akan keberhasilan museum beserta kegiatannya tapi juga akan menjadi pembela pertama jika museum tengah dirundung kesulitan.

2. Museum di Era Pandemi

Tertutupnya akses kunjungan untuk pengunjung museum membuat museum harus berpikir ekstra agar tidak kehilangan pengunjung yang telah menjadi pelanggan museum sebelum pandemi dan selalu meramaikan museum serta kegiatan-kegiatannya.

Beralihnya semua ragam kegiatan ke dalam bentuk daring, virtual maupun aktivitas di media sosial telah mengasah insan museum untuk menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada. Museum pada fase ini telah memposisikan pengunjung virtual sebagai seorang klien karena selalu berusaha untuk menampilkan hal-hal yang dibutuhkan dan diinginkan pengunjung virtual. Pengunjung tinggal memilih ragam konten maupun kegiatan yang sesuai keinginan masing-masing pengunjung.

Setelah selama lebih dari setahun tidak menerima kunjungan rutin dan bertatap muka langsung dengan pengunjung. Kira-kira akan timbulkah rasa canggung antara pengunjung dengan museumnya?

3. Kunjungan di Museum Pasca Pandemi

Jika sebelum pandemi perlakuan museum terhadap pengunjung yang dianggap sebagai orang asing dilatari upaya melindungi koleksi dan museum dari tingkah polah pengunjung yang dianggap akan membahayakan kelestarian koleksi, maka pengunjung yang dianggap asing oleh pengelola museum pada era pandemi ini dilatari hal lain.

Efek pandemi yang belum selesai kapan akan berakhirnya mungkin akan menimbulkan persepsi terkait kondisi fisik dan kesehatan si pengunjung maupun sebaliknya persepsi pengunjung terkait keamanan lingkungan museum beserta

pengelolanya. Apakah museum tersebut telah melewati protokol kesehatan yang ketat dalam mempersiapkan diri dalam menerima kunjungan?

Protokol kesehatan 4 M, yaitu menggunakan masker, menjaga jarak, mencuci tangan serta menghindari kerumunan telah menjauhkan nilai interaksi antara pengunjung dan museum. Ada sesuatu yang hilang yang terkesan membatasi pengunjung untuk mendapatkan informasi dan pengalaman selama berkunjung di museum. Ada jarak yang terbentang antara museum dengan pengunjungnya yang dilatari berkurangnya kepercayaan antara museum dan pengunjungnya, apakah kondisi keamanan serta kesehatan sudah benar-benar terjamin? Apakah museum sudah benar-benar menerapkan protokol kesehatan yang sesuai standar.

Interaksi antara pemandu dengan pengunjung juga sedikit tergerus dimana proses tatap muka antara pemandu dan pengunjung berkurang dari raut muka pengunjung saat mendapatkan asupan informasi pemandu ketika menjelaskan peristiwa sejarah maupun koleksinya.

4. Kesiapan Pengelola Museum

Hal yang juga perlu menjadi perhatian juga adalah kesiapan pengelola museum itu sendiri. Sudah siapkah untuk mengembalikan integritas melayani pengunjung dengan meningkatkan standar layanan? Mengingat museum sendiri telah lama ditutup serta semua bentuk layanan beralih ke bentuk daring. Apakah museum akan menjadi target dalam daftar rencana tempat-tempat yang akan dikunjungi oleh masyarakat jika nanti suasana sudah kembali normal?

Karena selama setahun ini pengelola museum telah beralih fokus ke kegiatan serba daring, maka perlu adaptasi kembali dengan membagi fokus menerima kunjungan langsung. Tentu perlu waktu untuk mengembalikan kebiasaan dengan menyesuaikan keadaan pandemi yang belum berakhir ini. Perancangan kegiatan dan program yang masih harus mempertahankan konten-konten virtual dipadu dengan mengembalikan sedikit demi sedikit dengan menyambut pengunjung serta peserta kegiatan yang akan kembali datang ke museum.

Begitu pun dengan sarana dan prasarana yang biasa digunakan untuk pengunjung sebelum masa pandemi haruslah disesuaikan dengan pola kebiasaan baru selama pandemi ini. Tentu perlu proses untuk menerapkan kebiasaan baru ini, dimana kondisi ini barulah pertama kali dirasakan oleh semua pengelola museum.

5. Apa yang pengunjung inginkan?

Kajian pengunjung terkait kesiapan museum membuka dan menerima kembali kunjungan sudah selayaknyalah dilakukan. Hal ini untuk mengumpulkan informasi yang dapat diolah oleh pengelola museum terkait apa saja hal yang diinginkan oleh pengunjung terkait kondisi pasca pandemi ini, baik itu dari segi keamanan kunjungan, kenyamanan saat berkunjung serta tentu saja penyajian koleksi dan informasi yang sesuai dengan protokol kesehatan.

Hal lain yang dapat diperoleh adalah keingintahuan museum terkait seberapa pentingnyakah museum untuk dikunjungi oleh masyarakat saat situasi normal nantinya. Kajian pengunjung ini haruslah mempertimbangkan juga manajemen museum terkait kesiapan sarana dan prasarana yang menyesuaikan dengan pola kebiasaan baru sehingga nantinya museum semakin bersiap dalam menyambut kunjungan museum dari masyarakat

Kajian pengunjung juga harus menunjukkan sudut pandang yang pengunjung harapkan terkait penyajian seperti apa yang diinginkan di era kebiasaan baru ini. Hasil kajian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola, apakah perlu mendefinisikan ulang peran museum pasca pandemi karena museum perlu memikirkan kembali hubungan mereka dengan pengunjung yang telah berjarak karena suasana baru pasca pandemi nantinya.

Masa Depan Museum di Masa Pandemi: Penguatan Strategi *Branding* dan *Digital Marketing*

Muhammad Mujibur Rohman*

Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran

A. Pengantar

Peringatan Hari Museum Internasional tahun 2021 dengan tema "*The Future of Museums: Recover and Reimagine*", masih akan dirayakan dalam suasana pandemi Covid-19 seperti tahun sebelumnya. Tema Hari Museum Internasional tahun ini memberi penekanan pada dua masalah utama untuk masa depan museum, yaitu *sustainability* (keberlanjutan) dan *community* (komunitas). Beberapa tahun terakhir, museum memang mendapat tantangan untuk terus meningkatkan performa dan di saat yang sama mengikuti tren yang sedang eksis. Adapun tantangan terkini bagi museum adalah pandemi Covid-19. Sejak pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia sekitar Maret 2020, banyak museum yang tutup karena pembatasan kegiatan yang bersifat pengumpulan massa maupun tatap muka.

Museum-museum di Indonesia perlahan bergeliat saat pemerintah menerapkan kebijakan *new normal*, di mana beberapa museum mulai beroperasional dengan menerapkan protokol kesehatan dan pembatasan kunjungan. Dengan keterbatasan kondisi seperti itu memunculkan pertanyaan,"*apakah masyarakat kangen berkunjung ke museum setelah tutup sekian lama?*" atau sebaliknya justru yang muncul adalah pernyataan "*museum buka atau tutup sama saja, gak ada pengaruhnya*".

Memunculkan perasaaan senang terhadap museum merupakan tantangan bagi pengelola museum, lebih-lebih di masa pandemi ini. Untuk memunculkan rasa senang bagi pengunjung, para pengelola museum perlu memahami dan mendalami teknik dan strategi pemasaran yang merupakan salah satu bidang ilmu dalam Pemasaran secara umum. Beberapa tantangan mendasar museum era sekarang yaitu *pertama*, mengatasi keterbatasan fisik karena pandemi dengan kekuatan penyajian secara virtual; *kedua*, meningkatkan relevansi museum bagi masyarakat di era informasi digital, khususnya kepada generasi milenial dan generasi Z sebagai target potensial museum ke depannya, dan *ketiga*, memastikan fungsi *information sharing* dan edukasi sejarah tetap terjaga (tidak hanya ramai karena orang sekedar pingin selfie misalnya).

Oleh karena itu, museum harus dapat merespon tantangan untuk beradaptasi di abad 21. Hal ini terkait dengan sosial budaya dan aspek lainnya terutama dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sesuai dengan perkembangan jaman (Camamero, et.al: 2015). Riset dari Jasmine R. Amalia (2020) yang berjudul "Tourism in Digital Era: The Influence of Digital Marketing on the Intention to Visit Museum" memaparkan alasan kenapa masyarakat, khususnya Generasi Milenial malas berkunjung ke museum adalah karena kurangnya interaksi yang ada di museum serta kurang proaktif dalam mengajak masyarakat untuk datang ke museum.

Sementara itu kondisi museum sendiri kini telah tersaingi oleh berbagai pusat hiburan yang mampu menawarkan sarana yang jauh lebih menarik dan nyaman sebagai tempat meluangkan waktu. Persaingan ini diperparah dengan kenyataan bahwa di satu sisi jumlah museum semakin bertambah banyak, namun di sisi lain jumlah pengunjung semakin berkurang. Padahal

sesungguhnya terdapat pula kelompok sosial yang ingin mengisi waktu luang mereka, menciptakan kebutuhan baru pula, yaitu kebutuhan akan jasa hiburan yang berbasis budaya. Dalam hal ini museum dapat menawarkan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan itu. Untuk dapat bersaing dengan atraksi dan destinasi pariwisata yang ada, museum yang masih hanya mengandalkan koleksi harus mengubah paradigma berpikir untuk mengoptimalkan promosi museum melalui digital atau media sosial (Cornellia dan Hermawan, 2020: 2).

Era "new normal" setelah pandemi Covid 19 ini merupakan tantangan tersendiri bagi museum untuk dapat bertahan dan berkembang. Dengan demikian, menggali informasi dari masyarakat terkait dengan museum sangat dibutuhkan untuk menyusun strategi pengembangan ke depannya. Salah satu strategi yang dapat digunakan museum untuk meningkatkan daya saingnya saat ini adalah penguatan *branding* dan *digital marketing* museum.

B. Branding dan Digital Marketing Museum

Persaingan museum dengan destinasi atau atraksi pariwisata lain akan terus muncul apalagi di era disrupsi saat ini. Menurut Yuswohady (2019), ada tiga disrupsi yang mengubah pasar di Indonesia, yaitu disrupsi digital, disrupsi milenial, dan disrupsi leiser (*leisure disruption*). Disrupsi digital adalah disrupsi yang diakibatkan oleh perubahan teknologi. Disrupsi milenial terjadi karena adanya pergeseran demografis/ psikografis yang muncul karena adanya pergantian generasi dari *Baby Boomers/Gen-X* ke milenial sehingga transisi ini menghasilkan perubahan tata nilai, perilaku, dan preferensi konsumen yang ekstrim. Disrupsi ketiga, yaitu disrupsi leiser, di mana terjadi karena perubahan pola konsumsi konsumen dari konsumsi berbasis barang (*goods-based consumption*) menjadi pengalaman (*experience-based consumption*). Adanya disrupsi ini menjadikan museum perlu memiliki *"Brand Standard"* sendiri untuk selalu ada di hati (Cornellia dan Hermawan, 2020).

Aspek yang dapat diperkuat museum untuk meningkatkan reputasi dan daya saing ke depannya adalah pemasaran (*marketing*) museum. Dengan perubahan orientasi pengelolaan dari *collection oriented* menjadi *people oriented*, maka sebagai lembaga edukasi berbasis informasi tentunya museum harus lebih serius menangani pengunjung. Dalam konteks museum, produk yang dihasilkan adalah jasa yang berkenaan dengan informasi budaya, guna kepentingan pendidikan, riset, dan hiburan. Oleh karena itu, pemasarannya terkait dengan pemasaran jasa.

Selain itu, museum juga membutuhkan *branding* agar produk jasanya bisa dikenal masyarakat. Istilah *branding* berasal dari kata *brand* yang berarti merek. Lantas, apa itu *branding* yang dapat dilakukan museum ke depannya? *Branding* merupakan pencitraan agar suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen. *Brand* bukan hanya berarti merek atau logo, tetapi lebih dari itu, yakni identitas. Sebuah *brand*, harus dilengkapi dengan *brand element*, seperti nama, logo, *tagline*, *mascot*, jika perlu *jingle*. Demikian juga dengan museum. *Brand* museum diperlukan untuk memudahkan identifikasi dan memperlancar komunikasi antara pengunjung dengan museum (Kotler, et al, 2008: 138-140).

Dalam konteks strategi pemasaran museum saat ini, aktivitas *branding* sangat dibutuhkan. Hal ini dikarenakan *branding* mempunyai banyak fungsi dalam pengembangan museum ke depannya. Ada beberapa alasan *branding* museum sangat diperlukan, yaitu:

1. Sebagai identitas atau Pembeda

Fungsi *branding* dalam pemasaran museum yang pertama adalah sebagai pembeda. Setiap museum yang mempunyai *brand* yang kuat dan unik, maka masyarakat akan mudah untuk membedakannya dengan *brand* museum lain. Selain itu, *branding* juga dapat memberikan penanda dan ciri khas suatu museum. Sehingga, museum tersebut dapat selalu diingat masyarakat karena kekhasan atau keunikannya.

2. Untuk Promosi dan Daya Tarik

Jika suatu museum memiliki *brand* kuat dan terkenal, maka hal tersebut akan menjadi daya tarik untuk masyarakat. Sehingga, museum

beserta produk layanannya akan lebih mudah untuk dipromosikan kepada masyarakat.

3. Membangun Citra Museum

Fungsi lain dari *branding* adalah untuk membangun citra. Jika suatu museum memiliki citra yang bagus, maka produk jasa dari museum akan mudah dikenal oleh orang lain dan reputasinya meningkat. Citra yang bagus juga dapat menunjukkan bahwa kualitas produk (jasa atau layanan) dari museum tersebut tidak perlu diragukan.

4. Untuk Mempengaruhi Psikologi Konsumen

Fungsi terakhir *branding* bagi museum adalah untuk mempengaruhi psikologi konsumen. Jika suatu museum sudah memiliki brand yang kuat, maka masyarakat akan tertarik dan menganggap museum tersebut bagus dan layak dikunjungi.

Gambar di bawah ini merupakan langkah *branding* yang coba dilakukan Museum Manusia Purba Sangiran Sragen untuk memperkuat identitas museum:

Salah satu usaha *branding* yang dilakukan Museum Manusia Purba Sangiran dengan mengenalkan Homer (akronim dari *Homo erectus*), sebagai maskot baru Museum

(Sumber: BPSMP Sangiran)

pemasaran museum ke depannya juga perlu mengoptimalkan peran media sosial (*digital marketing*). Media sosial merupakan salah satu aspek penting dalam *Integrated Marketing Communication (IMC)* atau komunikasi pemasaran yang terintegratif. Apalagi media sosial familiar dan bahkan sangat melekat dalam kegiatan sehari-hari generasi sekarang (generasi milenial dan generasi Z). Saat ini penting bagi museum untuk meningkatkan minat kunjungan masyarakat melalui unggahan informasi dan aktivitas di media sosial serta menguatkan *electronic word of mouth* (e-WOM). *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) atau pemasaran viral dapat diaplikasikan museum dengan menciptakan efek berita dari mulut ke mulut menggunakan internet untuk mendukung usaha dan tujuan pemasaran (Kotler dan Keller, 2016). Penguatan e-WOM ini diharapkan dapat mendorong pengunjung museum menceritakan atau menyebarkan produk jasa yang pernah diterima dari suatu museum dalam bentuk audio, video, dan tulisan kepada orang lain secara *online*.

Museum perlu merencanakan strategi optimalisasi media sosial ke depannya secara konsisten. Hal ini tentunya harus diimbangi dengan suasana nyata di dalam museum sehingga strategi komunikasi pemasaran harus diperkuat dengan produk, organisasi atau Sumber Daya Manusia, serta menyesuaikan dengan kebijakan pemerintah. Museum perlu mengupayakan agar ketika masyarakat datang ke sana ada aktivitas yang menarik yang dapat dilakukan (*To Do*), dapat dilihat (*To See*), dapat dibeli (*To Buy*), dan dapat menciptakan pengalaman baru (*To Experience*). Aspek terakhir ini dapat menjadi hal yang sangat berkesan dan menarik perhatian bagi milenial yang merupakan target pasar terbesar di Indonesia saat ini (Ali dan Purwandi, 2020).

Agar tetap eksis dan sesuai tren, museum perlu menghadirkan *experience* (pengalaman) yang selalu diperbaharui sehingga masyarakat tertarik untuk berkunjung ke museum. *Experience* merupakan gabungan dari kesan pengunjung terhadap apa yang ada di museum (tata letak koleksi, pameran temporer, fasilitas, pelayanan SDM, dan IT/Digital support) yang dikaitkan dengan pengalaman hidup, minat, dan harapan pengunjung museum tersebut (Henry, 2000, dalam Cornellia, 2020).

Mengutip pendapat Ayu H. Cornellia dan John Soeprihanto dalam Seminar Kepariwisataan bertajuk "Museum di Yogyakarta: Masalah Promosi dan Solusinya" (www.krjogja.com), ada beberapa hal yang dapat dilakukan museum untuk bertahan dan berkembang di era digital dan pandemi Covid-19, antara lain:

1. Mengoptimalkan promosi melalui media sosial (digital marketing)
2. Meningkatkan kompetensi SDM museum di bidang marketing atau *Public relations*
3. Mengembangkan diversifikasi event (*special* atau *interactive events* baik secara daring atau luring), khususnya bagi milenial atau generasi sesudahnya sebagai target market baru
4. Mengembangkan produk dan pelayanan (*service*) museum yang menciptakan *Guest Experience/Participatory* bagi pengunjung
5. Melibatkan milenial dalam pemasaran atau promosi museum

Patut dicoba pula untuk museum-museum di Indonesia mempunyai platform digital bersama sehingga *content utilization* (pengelolaan konten) dan *digital asset management*-nya bisa saling mendukung satu sama lain. Jika ini terwujud, maka tiap museum akan bisa saling menjual satu sama lain (*cross selling*). Secara sederhana, bisa dengan sekedar memberikan link informasi yang berkaitan, atau dengan mengadakan event virtual museum bersama.

C. Penutup

Belajar dari krisis pandemi Covid-19 di era digital ini, ke depannya museum perlu mempersiapkan *Resilience* atau sikap yang menunjukkan daya tahan terhadap tekanan. Selain itu, museum perlu juga mengupayakan *business agility* atau kemampuan untuk berpikir dan memahami keadaan dengan cepat, kolaborasi yang konstan dan literasi berkelanjutan. Dua kemampuan ini diharapkan dapat mendukung museum agar tetap eksis dan adaptif terhadap perkembangan jaman. Strategi pemasaran berupa branding dan digital marketing perlu digarap secara optimal dan berkelanjutan oleh pengelola museum, agar citra dan reputasi museum meningkat, sehingga museum selalu ada di hati masyarakat, seperti *tagline* "Salam Sahabat Museum, Museum di Hatiku".

Referensi:

Ali, Hasanuddin dan Lilik Purwandi. 2020. *Gen Z and Millennial Report 2020: The Battle of Our Generation*. Jakarta: Alvara Research Center (https://alvara-strategic.com/indonesia-gen-z-and-millenial-report-2020/, diakses 3 Mei 2021).

Amalia, Jasmine Rahma. 2020. "Tourism in Digital Era: The Influence of Digital Marketing on the Intention to Visit Museum. *The 6th International Conference on Political and Social Sciences.* Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.

Camamero, C., Garrido, M.J., Vicente, E. 2015. "Achieving effective visitor orientation in European museums. Innovation versus custodial". *Journal of Cultural Heritage*, vol.16, pp. 228-235.

Cornellia, Ayu Helena dan Hary Hermawan. 2020. "Upaya Meningkatkan Angka Kunjungan Museum Melalui Social Media Marketing – Studi Pendahuluan". *Jurnal Kepariwisataan Indonesia 14 (1)(2020)*. Hlm. 1-8.

Kotler, Neil G, Philip Kotler, and Wendy I. Kotler. 2008. *Museum Marketing and Strategy, Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*, 2nd Edition. USA: Jossey-Bass.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Krjogja.com. "Museum di Yogyakarta: Masalah Promosi dan Solusinya" https://www.krjogja.com/berita-lokal/diy/sleman/museum-harus-curi-perhatian-milenial-begini-caranya/, diakses 7 Mei 2021.

Soekardi, Kresno Yulianto. 2015. *Humas dan Pemasaran*. Jakarta: Pusat Pengembangan SDM Kebudayaan, Badan Pengembangan SDM Pendidikan dan Kebudayaan, kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI.

Yuswohady. 2019. "Marketing Outlook 2020 (1): The 3 Market Megashifts". https://www.yuswohady.com/2019/12/19/marketing-outlook-2020-1-the-3-market-megashifts/, diakses 4 Mei 2021.

MASA DEPAN MUSEUM DI MASA PANDEMI

Ir. Hutomo Said MBA

Cucu Pahlawan Nasional Mr. Ahmad Soebardjo

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1995, museum adalah lembaga, tempat penyimpanan, perawatan, pengamanan dan pemanfaatan benda-benda bukti materiil hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa. Museum Perumusan Naskah Proklamasi sebagai lembaga di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi merupakan wadah pengetahuan yang telah dengan konsisten dapat menjalankan visi misi-nya dalam menyampaikan informasi dan pengetahuan sejarah napak tilas peristiwa Perumusan Naskah Proklamasi, baik secara literatur maupun visual. Sudah banyak buku buku serta literatur dari media berita, serta media sosial yang menceritakan serta mengutarakan peristiwa peristiwa sejarah perjuangan para *founding fathers* kita dalam mendirikan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang merdeka dan berdaulat. Cerita sejarah tentunya bermakna dan merupakan akar pijak pengetahuan, karakter dan identitas dari bangsa yang merdeka. Namun hanya di museumlah, tempat yang dapat memberikan kesan visual, dan dapat mengajak kita kembali ke masa itu merasakan dan meresapi saat kejadian sejarah. Khususnya saat Persiapan Naskah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia, perjuangan di bulan ramadhan yang suci. Dengan diorama visual tokoh tokoh dalam bentuk tiga dimensi dan digital interaktif tentunya memberikan kesan dan pesan di ingatan dan hati kita, bagaimana perjuangan yang dilakukan oleh para pahlawan dan pendahulu kita saat itu. Kita perlu mensyukuri bahwa bukti otentik fisik berupa monumental sejarah yang

dapat dirasakan yaitu seperti gedung, perabotan, kelengkapan pribadi dan alat-alat pendukung lainya masih terawat dengan baik dalam melengkapi makna visual dari peristiwa persiapan naskah proklamasi.

Sesuai dengan misi museum, tentunya dalam perjalanan waktu, perbaikan perbaikan diharapkan dapat dilakukan sejalan dengan penemuan penemuan ilmiah baru dan riset sejarah, dari sisi ahli sejarah dan juga dari keluarga para tokoh, pengunjung atau kemungkinan para saksi hidup yang mungkin terlibat baik secara langsung atau tidak langsung dalam peristiwa sejarah tersebut. Perbaikan ini membuat museum akan menjadi lebih kaya akan informasi dan tambahan bukti otentik sesuai dengan misi museum. Inovasi terhadap penyajian informasi juga dapat di adaptasi sesuai masukan dari para pengunjung agar harapan harapan dan tujuan visi dan misi dapat tercapai. Membangkitkan rasa ingin tahu serta minat terhadap museum, yang diharapkan semakin bertambah agar kehidupan operasional museum tentunya juga dapat berlangsung dengan baik.

Di sisi lain tidak ada museum yang lolos dari ketidakpastian dan pertanyaan tentang kelangsungan hidup karena penutupan pandemi dan penurunan pendapatan. Dari beberapa sumber berita internasional, sejak tahun 2020, di 106 negara menemukan bahwa lebih dari 80 persen dari mereka diperkirakan mengurangi program dan 10 persen mungkin akan tutup secara permanen karena efek pandemi. Hal ini tentunya juga berdampak di Indonesia. Namun dapat kita puji antisipasi dari pengurus Museum Perumusan Naskah Proklamasi bahwa beberapa kegiatan online telah dilakukan dalam menjalankan agenda museum. Pembicara dari perwakilan keluarga tokoh telah dilakukan. Diskusi dua arah dari narasumber ahli sejarah dan keluarga tokoh pahlawan. Beberapa kegiatan secara online juga di tayangkan langsung di media sosial sehingga masyarakat pada umumnya dapat mengikuti dan berpartisipasi, walaupun secara terbatas. Diharapakan hal ini dapat dikembangkan terus secara konsisten dan selalu mencoba untuk lebih baik tanpa kenal menyerah, demi kepentingan masyarakat dan bangsa.

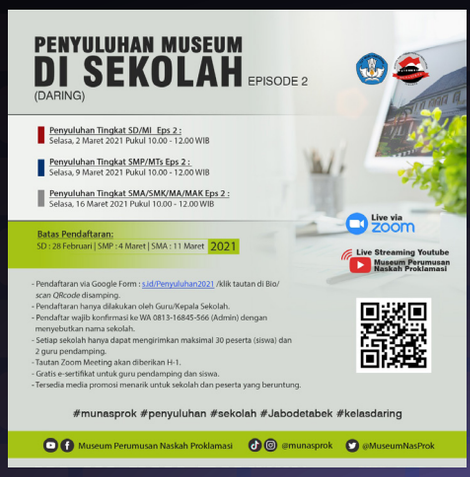
Kondisi pandemi yang sangat memprihatinkan dan berdampak besar pada semua sektor kehidupan. Khususnya dalam bidang pendidikan, dimana harus tetap berjalan seperti di sekolah-sekolah dan perguruan tinggi yang perlu tetap dapat menjalankan pertukaran pengetahuan dan wawasan. Melalui digitalisasi teknologi, informasi dapat tersampaikan sesuai dengan temanya. Tantangan yang besar bagi Munasprok dalam menghadapi Era *New Normal* juga adalah bagaimana museum dapat dibuka pada waktu waktu tertentu dan memberikan interaksi yang menarik untuk pengunjung, namun tetap menjaga prosedur kesehatan covid 19 yang ketat. Ini berarti bahwa, ketika museum mulai mengizinkan pengunjung kembali ke museum, dapat terus menerapkan hal-

hal seperti stiker/pembatas pembatas jarak sosial di lantai, di dinding, penjaga yang mengenakan masker, dan mengingatkan pengunjung untuk tetap memakai masker, serta pembatasan jumlah pengunjung. Meminimalisasi kontak penularan tentunya dapat dilakukan penjualan tiket secara *online* yang kemudian ditunjuk dengan handphone. Untuk yang telah berkunjung juga diberikan kesempatan dapat membeli tiket masuk menggunkan *QR code* di lokasi dan bekerjasama dengan *fintech* yang mengadakan pembayaran secara *online*. Agenda khusus museum, atau video yang dilakukan *online* agar dapat di akses diluar museum dan dapat juga di kenakan biaya, secara *QR Code* di layar, pemnayaran dan jumlah nya mungkin sukarela, mengingat kondisi yang tidak dapat dipastikan, dan dengan keadaaan jumlah pengunjung ke museum yang tentunya jauh lebih sedikit, hal ini dapat membantu berlangsungnya operasional Museum.

Di masa pendemi ini, museum perlu tetap beroperasi, untuk menghapus lupa, merawat budaya dan identitas diri kita terutama bagi generasi muda saat ini dan mendatang, agar tetap dapat belajar, mengetahui, memahami, tanpa berhenti dalam mendapatkan sumber pengetahuan dari penulisan dan visual yang otentik dan menjadikan dasar pengetahuan serta kerpibadian yang berkarakter kebangsaan dari adanya museum bersejarah ini. Dengan demikian koleksi koleksi bersejarah yang tersimpan di dalam museum ini agar juga tetap dapat terawat, di perkaya, dan dengan informasi yang cukup untuk menambah wawasan. Diharapkan juga keluarga dari tokoh dapat juga terus menyumbangkan koleksi barang tokoh yang bermakna tanpa diminta. Karena museum tidak lagi dapat memperkaya inventaris barang pribadi dari para tokoh kalau bukan dari keluarga para tokoh itu sendiri. Diharapkan juga kita dapat membantu keberlangsungan museum dengan kemampuan dan cara masing masing.

Perlu kita syukuri dan kita puji penggunaan teknologi yang di Museum Perumusan Naskah Proklamasi cukup memanjakan pengunjung salah satunya dengan Teknologi *Augmented Reality* yaitu pengalaman interaktif dari lingkungan dunia nyata di teknologi yang memperoleh penggabungan secara *real-time* terhadap digital konten yang dibuat oleh komputer dengan dunia nyata. Dengan mengunduh aplikasi *Sijiable*, lalu memindai gambar yang di sediakan yang kita pilih, maka akan muncul video dan audio yang menceritakan sejarah yang kita ingin saksikan. Selain itu museum juga dapat terus melangkah lebih jauh dengan inovasi inovasi yang menghadirkan fitur fitur yang menarik seperti fitur menjelajah sekeliling museum dengan *Virtual Traveling* dimana seolah kita berada di dalam museum tersebut secara jarak jauh. Hal ini dapat memberi kesan yang nyaman karena dapat di akses dari mana saja dengan internet, serta pesan yang disampaikan jelas secara komprehensif dapat tetap di dipahami oleh generasi muda saat ini. Di sisi lain fitur ini dapat diberikan penyampaian dalam bahasa Inggris, misalnya dalam format *sub* teks berbahasa Inggris, karena banyak juga warga asing yang tertarik dan memerlukan akses informasi ke Munasprok secara visual yang dapat di akes dari luar Indonesia. Hal ini lah merupakan alasan mengapa inisiatif donasi baik secara *online* atau langsung untuk pengembangan dan kelancaran operasional museum agar dapat lebih berkembang sesuai keadaan (pandemi) dan jaman) perlu dipertimbangkan demi kepentingan bersama dan museum di masa depan.

Pada ahirnya keberadaan museum adalah untuk kita bersama, khususnya generasi muda, dengan mengenal sejarah berarti kita mengenal identitas diri. Hal ini merupakan kewajiban bangsa dalam memelihara identitas diri, salah satunya adalah melalui sarana museum sebagai wadah pengetahuan dan wacana yang otentik. Sesuai visinya : *"Terbentuknya insan dan ekosistem museum yang berkarakter dalam melestarikan nilai Sejarah Proklamasi Indonesia dengan Berlandaskan Gotong Royong"*. Dengan misi museum dalam mencapai visi tersebut, marilah bersama kita meneladani para tokoh pahlawan dengan tidak melupakan apa yang telah mereka perjuangkan, serta ikut memelihara peninggalan jejak jejak sejarah perjuangan para pahlawan yang telah berjuang untuk kemerdekaan bangsa. Agar perjuangan mereka tidak sia sia, tentunya kita ikut mengisi kemerdekaan ini dengan hal hal yang positif mencapai cita cita dan tujuan nasional demi memajukan bangsa dan mempertahankan karakter bangsa berasaskan Pancasila.



ON AIR

Museum Perumusan Naskah Proklamasi zoom

Diskusi
PEMBENTUKAN
KARAKTER BANGSA
www.munasprok.go.id
28 APRIL 2021 | 10.00 WIB - 12.00 WIB
TINGKAT SMP
"Menumbuhkan Nilai-Nilai Perjuangan Tokoh Kemerdekaan"
PEMBICARA
Drs. Masribi Ali
(Guru SMPN 7 Jakarta)
Eddy Purwanto
(Guru SMPN 7 Jakarta)
MODERATOR
Yulinda S.Pd
(Guru SMPN 7 Jakarta)
Live via zoom
Live Streaming Youtube
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
- Batas pendaftaran : 26 April 2021 Pukul 22.00 WIB
- Tautan pendaftaran : s.id/DiskusiKarakterSMP2021 atau scan QR Code disamping
- Tautan Zoom Meeting akan diberikan H-1
- Tersedia media promosi, materi & e-sertifikat untuk siswa dan guru pendamping
- Live Streaming di Youtube Museum Perumusan Naskah Proklamasi
- 1 sekolah hanya dapat mendaftarkan 5 siswa dan 1 guru pendamping
#munasprok #diskusidaring #karakter
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
@munasprok
@MuseumNasProk

WEBINAR
ILMU SEJARAH
BERSAMA PAKAR (Eps 6)
"Peristiwa Andi Azis di Makassar 5 April 1950"
Senin, 5 April 2021 | Pukul 10.00 - 12.00 WIB
Pembicara
Moderator
Penampilan Khusus
Dr. Anhar Gonggong (Sejarawan)
Petrik Matanasi (Jurnalis Tirto.Id)
Diero Iqbal Mahendra (Jurnalis Media Indonesia)
Trotoar Senja
- Tautan pendaftaran : https://s.id/PakarSejarahEps6 atau scan qr code disamping.
- Batas Pendaftaran : 3 April 2021 Pukul 22.00 WIB.
- Tautan Zoom Meeting akan diberikan H-1.
- Gratis materi & e-sertifikat untuk seluruh peserta.
- Tersedia media promosi menarik untuk peserta yang beruntung.
Live via zoom
Live Streaming Youtube
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
#munasprok #webinar #ilmusejarah #kelasdaring
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
@munasprok
@MuseumNasProk

WEBINAR
ILMU SEJARAH
BERSAMA PAKAR (Eps 7)
"Hari Pendidikan Nasional 2 Mei"
Selasa, 4 Mei 2021 | Pukul 10.00 - 12.00 WIB
Pembicara
Moderator
Penampilan Khusus
Merina, M.Pd. (Dosen Sejarah Unnamaa)
Drs. H. Sunardi, M.Hum. (Museum Devantara Kirti Griya)
Iman Zanatul Haeri, S.Pd. (Guru SMA Al-Azhar 2 Pejaten)
Trotoar Senja
- Batas pendaftaran : 30 April 2021 Pukul 22.00 WIB.
- Tautan pendaftaran : s.id/PakarSejarahEps7 atau scan QR Code disamping.
- Tautan Zoom Meeting akan diberikan H-1.
- Gratis materi & e-sertifikat untuk seluruh peserta.
- Tersedia media promosi menarik untuk peserta yang beruntung.
Live via zoom
Live Streaming Youtube
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
#munasprok #webinar #ilmusejarah #kelasdaring
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
@munasprok
@MuseumNasProk

WEBINAR
ILMU SEJARAH
BERSAMA PAKAR (Eps 8)
www.munasprok.go.id
"Pertempuran Tarakan 19 Juni 1945"
Selasa, 22 Juni 2021 | Pukul 10.00 - 12.00 WIB
Pembicara
Moderator
Penampilan Khusus
Iwan Santosa, S.H. (Jurnalis Kompas)
Petrik Matanasi (Jurnalis Tirto.ID)
Dwi Susanti, M.Pd. (Guru SMKN 6 Balikpapan)
Randy & Roy
- Batas pendaftaran : 18 Juni 2021 Pukul 22.00 WIB
- Tautan pendaftaran : s.id/PakarSejarahEps8 , scan QR Code atau buka tautan link.tree di bio.
- Tautan Zoom Meeting akan diberikan H-1.
- Gratis materi & e-sertifikat untuk seluruh peserta.
- Tersedia media promosi menarik untuk peserta yang beruntung.
Live via zoom
Live Streaming Youtube
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
#munasprok #webinar #ilmusejarah #kelasdaring
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
@munasprok
@MuseumNasProk

www.munasprok.go.id
LOMBA LAGU
PERJUANGAN
Tingkat SMA/Sederajat
Total Hadiah
RP 27.000.000
AYO IKUTAN!!
21 JULI 2021
PUKUL 23.55 WIB
Pendaftaran paling lambat <<
Persyaratan selengkapnya kunjungi https://s.id/LombaLaguPerjuangan , scan QR Code di samping atau buka tautan Link.Tree di bio
#munasprok #lomba #laguperjuangan #agustusan #kemerdekaan
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
@munasprok
@MuseumNasProk

WEBINAR
PERMUSEUMAN
BERSAMA PAKAR (Eps.1)
31 MEI 2021
10.00-12.00 WIB
Masa Depan Museum Pasca Pandemi :
Menata Ulang Kesiapan Museum
Pembicara
Prof. (Ris). Dr. M. Alie Humaedi, M.A., M.Hum
(Peneliti Ahli Utama LIPI)
Dr. Hj. Yunita Iriani Syarief, M. Hum
(Widyaiswara Ahli Madya BPSDM Jawa Barat)
Moderator
Rosita Budi Suryaningsih, S.Ant.
(Kurator Koleksi Museum Penerangan)
- Batas pendaftaran : 28 Mei 2021 Pukul 22.00 WIB
- Tautan pendaftaran : s.id/WebinarMuseumEd1 , scan QR Code atau buka tautan Link.Tree di bio.
- Tautan Zoom Meeting akan diberikan pada H-1
- Gratis materi & e-sertifikat untuk seluruh peserta
Live via zoom
Live Streaming Youtube
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
#munasprok #webinar #permuseuman #kelasdaring
Museum Perumusan Naskah Proklamasi
@munasprok
@MuseumNasProk

Museum, Kelindan Pandemi dan Era Society 5.0

Mawaddatul Khusna Rizqika

Museum Nasional

Sekitar setahun lebih kita telah menjalani situasi dan kondisi yang benar-benar berubah dari sebelumnya. Organisme yang berukuran sangat kecil (mikroskopik) dan sifatnya parasit bernama Covid-19 telah menginfeksi jutaan manusia dalam tempo yang terhitung singkat. Hingga 28 Mei 2021 telah dilaporkan ke WHO secara global terdapat 16.040.871 kasus Covid-19 yang terkonfirmasi positif dengan jumlah kematian 3.494.758 jiwa. Nominal yang tidak main-main hingga memaksa seluruh penduduk dunia untuk segera beradaptasi dan mengubah cara hidup. Kontak atau interaksi secara fisik sebisa mungkin diminimalkan dan sangat dibatasi supaya memutus mata rantai penularan virus.

Di sisi lain, manusia tetaplah makhluk sosial. Selain sebagai entitas biologis, manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat melepaskan diri dari kehidupan bermasyarakat. Berbagai kebutuhan manusia yang sifatnya material maupun spiritual sebagian hanya dapat dipenuhi atas bantuan orang lain. Manusia hidup dengan berproses bersama dengan manusia lainnya dengan cara berinteraksi dan bersosialisasi. Lantas dalam situasi pandemi ini bagaimana kebutuhan sosial manusia dapat terpenuhi? Bagaimana pula posisi museum dalam kondisi ini? Apakah interaksi antara pengunjung dan museum dapat tetap dilakukan?

Terkait situasi terkini, museum sebagai ruang sosial menawarkan peluang bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sosialnya. Museum tidak hanya bergerak di ranah fisik terkait pelestarian koleksi, melainkan pada area pemaknaan yang lebih luas. Ketika saat ini ruang gerak dibatasi, maka teknologi menjadi salah satu solusi bagi manusia untuk beradaptasi. Perkembangan teknologi turut mengubah perilaku. Dunia maya mampu menembus batas-batas yang sebelumnya ada pada ruang fisik. Terlebih saat ini masyarakat Indonesia telah berada pada era revolusi industri

Gambar 1. Pandemi Covid-19 berdampak pada perilaku manusia, termasuk prosedur kunjungan ke museum. (Sumber: Mawaddatul Khusna Rizqika, 2021)

4.0. Semua lini kehidupan manusia berdampingan dengan kemajuan teknologi, khususnya informasi dan komunikasi. Demikian halnya dengan dunia permuseuman.

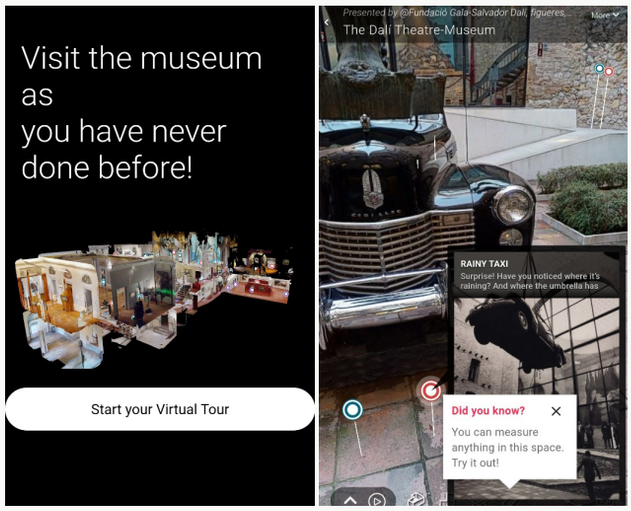
Mau tidak mau, suka tidak suka, meski berat dalam menghadapi situasi pandemi saat ini lembaga museum diharapkan tetap mampu melaksanakan fungsi yang diembannya. Secara garis besar fungsi pokok museum mengarah kepada tiga komponen besar, yakni riset, preservasi, dan komunikasi. Pelestarian koleksi secara fisik tetap dijalankan, tetapi penyebarluasan informasi dilaksanakan dengan memanfaatkan teknologi. Banyak *platform* digital yang tersedia untuk memfasilitasi dan menghubungkan manusia yang berada di berbagai belahan dunia.

Namun, apakah penggunaan teknologi di museum sudah cukup memuaskan bagi pengunjung dalam menikmati museum di era pandemi? Salah satu hal yang perlu dikritisi adalah penggunaan teknologi yang berlebihan justru akan "menjauhkan" pengunjung alih-alih mendekatkan.

Ketika pandemi membatasi jarak dan teknologi digunakan dengan berlebihan, yang terjadi adalah manusia lebih sibuk dalam menjalani kehidupan di dunia maya dibandingkan merasakan kesadaran bahwa manusia hidup di dunia nyata. Jika hal ini terjadi di museum, maka pengunjung justru malah disibukkan menikmati teknologi, tetapi luput dalam mendapatkan pesan-pesan yang disajikan di museum.

Salah satu contohnya adalah penggunaan media sosial pada lembaga museum. Tidak dapat dipungkiri bahwa peran media sosial di masa pandemi seperti ini sangatlah vital. Media sosial menjadi alat untuk menghidupkan proses komunikasi, yang juga menjadi bagian dari kehidupan sosial antara pengunjung dan pihak museum. Pada awal pandemi, pengunjung berbondong-bondong berpindah dari dunia nyata ke dunia maya untuk berinteraksi. Pengelola museum di Indonesia dan bahkan dunia cukup cepat beradaptasi dan bergerak. Manusia "dipaksa" untuk lebih cepat dan harus bisa menguasai teknologi informasi dan komunikasi. Sebagai contoh, pada pandemi ini orang-orang menjadi sangat familiar dengan pertemuan atau konferensi secara luring menggunakan aplikasi Zoom Cloud Meetings atau aplikasi-aplikasi lainnya. Bahkan, pelajar Sekolah Dasar pun sudah sangat mahir menggunakan aplikasi ini dalam proses belajar.

Namun, apakah setelah satu tahun pandemi ini strategi tersebut masih relevan? Ataukah penggunaan media massa dan jejaring media sosial oleh lembaga museum pada era pandemi ini justru turut berperan dalam terjadinya "tsunami informasi" di dunia maya? Merujuk pada buku karangan Bill Kovach dan Tom Rosentiel (2010) yang berjudul *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*, tsunami informasi digambarkan sebagai kepungan informasi yang datang dari segala arah. Informasi tersebut menjadi *blur* atau melebur batasnya dengan iklan, komodifikasi, sensasi, bahkan berita bohong. Gelombang informasi yang berlebihan akan menciptakan kejenuhan dan membuat manusia susah untuk berpikir jernih lagi. Terlebih sudah satu tahun pandemi berlangsung. Sudah satu tahun pula ruang gerak fisik manusia dibatasi, sementara dunia maya mulai mengarah kepada kejenuhan dan terasa mulai sesak.

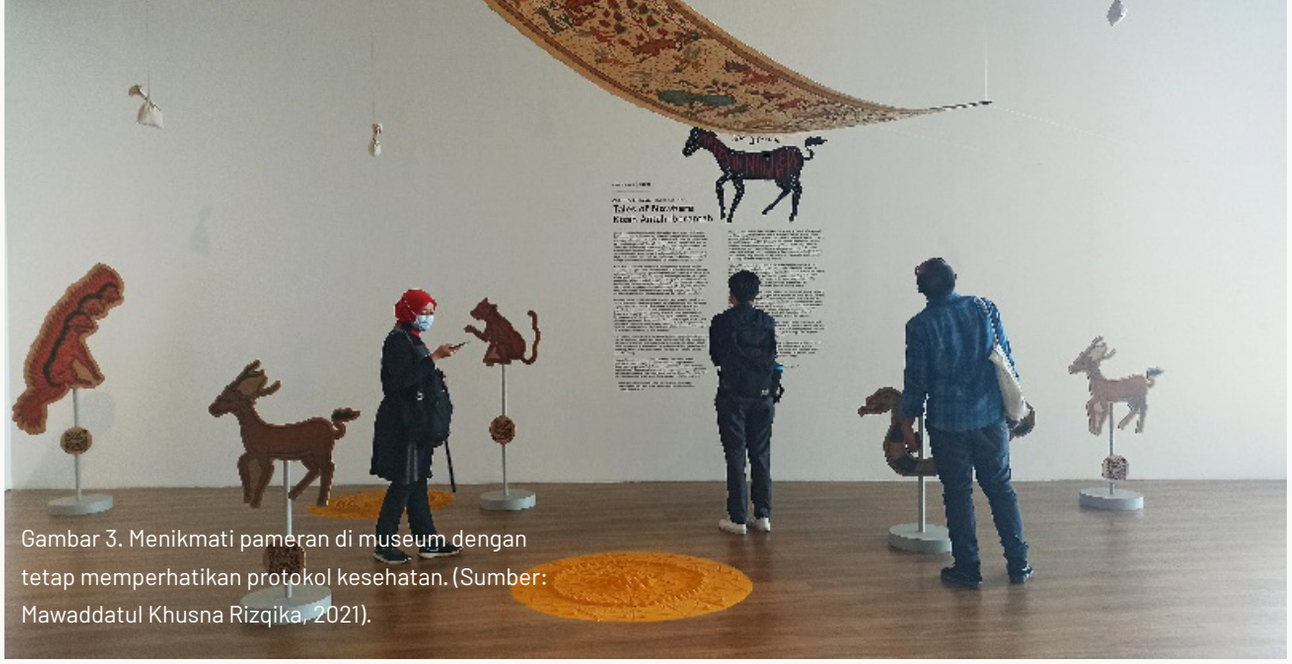


Gambar 2. Tur virtual The Dali Theatre-Museum dilengkapi fitur yang interaktif. (Sumber: www.matterport.com)

Keresahan akan ketimpangan antara sisi teknologi dan kemanusiaan ini salah satunya telah ditangkap oleh negara Jepang. Jauh sebelum pandemi, pihak pemerintah Jepang telah sadar betul bahwa pengunaan teknologi di beberapa lini ternyata juga memiliki sisi negatif bagi kehidupan manusia. Beberapa di antaranya adalah ketimpangan sosial, ekonomi, pendidikan, serta kesehatan. Prediksi situasi masa depan seperti ini membuat pemerintah Jepang pada tahun 2016 menawarkan suatu konsep yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan sosial terkait kehidupan manusia dan teknologi, yakni Society 5.0 atau Masyarakat 5.0.

Konsep *Super Smart Society* ini mengedepankan aspek teknologi dengan tetap berpusat pada manusia itu sendiri. Kolaborasi manusia dengan teknologi informasi, baik *Artificial Inteligence* (AI) dan *Internet of Think* (IoT), digunakan untuk menyelesaikan permasalahan sosial yang terintegrasi pada dunia nyata dan maya. Konsep ini bertujuan untuk memanusiakan manusia dengan teknologi. Akses kesehatan, ekonomi, dan pendidikan diharapkan menjangkau banyak kalangan dengan lebih luas. Manusia tetaplah menjadi pusat, sementara teknologi adalah basisnya. Dipandang dari sisi antropologi, teknologi adalah bagian dari kebudayaan. Teknologi diciptakan untuk memudahkan hidup manusia dan membuatnya menjadi lebih nyaman. Bukan sebaliknya.

Jika diadaptasi dalam dunia permuseuman, teknologi selayaknya menjadi jembatan penghubung antara aspek edukasi dan hiburan.



Gambar 3. Menikmati pameran di museum dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. (Sumber: Mawaddatul Khusna Rizqika, 2021).

Dalam artian bahwa museum tidak benar-benar akan mengubah dirinya menjadi museum digital, melainkan bertransformasi menjadi museum *hybrid*. Pengelola museum diharapkan mampu mengintegrasikan ruang fisik dan ruang *cyber*. Sikap yang dibutuhkan adalah berpikir kritis, kreatif, dan solutif. Selain itu, juga responsif terhadap pengunjung. Hubungan yang terjalin antara pengelola museum dan pengunjung bersifat resiprosikal. Tentu saja, hubungan yang terjalin tersebut dipermudah dengan bantuan teknologi. Penggunaan media sosial sebagai cara menjangkau pengunjung lebih luas selayaknya dipahami bukan sebagai postingan belaka, melainkan menjadi bagian atas interpretasi koleksi-koleksi museum. Relevansi antara koleksi dan nilai-nilai kemanusiaan sangat dibutuhkan saat ini. Teknologi adalah alat, bukan pusat dari kegiatan.

Riset atau kajian permuseuman dipusatkan pada hal-hal terkait kondisi terkini. Salah satu contoh kajian yang relevan adalah keterkaitan koleksi museum dengan isu kesehatan dan isu gotong-royong di era pandemi. Fokus pada narasi konten, bukan semata pada tampilan teknologi. Pada pelaksanaan proses kajian tersebut masyarakat diberikan ruang untuk lebih terlibat, sehingga perspektif yang didapat menjadi lebih kaya dan luas. Dari sisi preservasi, pelestarian koleksi diarahkan kepada pemaknaan bahwa koleksi bukanlah benda mati, tetapi benda yang harus terus dihidupkan secara bersama-sama baik oleh pihak museum maupun masyarakat. Rasa kepemilikan bersama akan menciptakan semangat untuk menjaga secara bersama pula.

Pengunjung diberikan akses untuk menikmati museum secara langsung maupun virtual. Kunjungan langsung memberikan kesempatan pengunjung untuk menjernihkan pikiran. Selain itu, juga memberi jeda atau fase istirahat bagi hubungan antara manusia dan dunia digitalnya. Protokol kesehatan tetap diterapkan dengan ketat guna melindungi pihak pengelola maupun pengunjung dalam kondisi pandemi ini. Dokumentasi data pengunjung, pembatasan jumlah pengunjung dan waktu kunjungan, penggunaan peralatan perlindungan seperti masker, serta kebersihan adalah hal mutlak yang harus diperhatikan. Sementara akses masyarakat untuk mendapatkan informasi terkait museum dipermudah dan diperluas secara digital.

Penggunaan teknologi di museum dapat menjadi bumerang jika tidak diterapkan hati-hati. Oleh karena itu, penggunaannya harus diterapkan secara proporsional. Tampilan teknologi canggih dapat membantu menangkap imajinasi. Situasi pandemi merupakan waktu yang sangat tepat bagi insan permuseuman untuk memikirkan dan merumuskan kembali arah lajunya. Museum bergerak bersama masyarakat dunia dalam memulihkan situasi pada masa pandemi ini. Hubungan museum dan masyarakat didekatkan oleh teknologi, sehingga terjadi inklusivitas bagi seluruh pengunjung. Museum masa depan adalah museum yang inovatif dan turut berkontribusi secara nyata terhadap kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Mengangkat nilai-nilai kemanusiaan bisa menjadi salah satu solusi, sekaligus menyadarkan kembali akan pentingnya jati diri.

Ini Saatnya Museum Menjadi Milik Rakyat!

Amira Aufa Fitri

FIB Universitas Indonesia

Melihat judul artikel ini, akan timbul pertanyaan. "Memangnya, selama ini museum bukan milik rakyat?" Jawabannya, memang benar museum itu milik rakyat, tetapi, seberapa banyak rakyat yang merasa memiliki museum? Ketika hari libur tiba, kebanyakan orang akan pergi menikmati nuansa alam, seperti pantai atau gunung. Sebagian lagi akan mengunjungi objek wisata populer, seperti taman hiburan atau kebun binatang. Tidak sedikit juga yang memilih untuk menghabiskan waktu luang dengan berbelanja di mall. Jika diurutkan, mungkin pergi ke museum bukanlah opsi pertama yang dipikirkan oleh mayoritas warga. Bahkan, belum tentu mereka

datang ke museum sebulan sekali. Dengan adanya pandemi, kunjungan museum pun dibatasi. Pengunjung yang tidak banyak pada masa normal, semakin menjadi-jadi selama pandemi. Contoh kurangnya pengunjung dapat dilihat di Museum Bali, salah satu museum yang terkenal di Pulau Dewata. Meskipun terletak di pusat kota Denpasar, rata-rata pengunjung per hari selama pandemi hanya berkisar sebanyak lima orang saja.

Sebenarnya, apa penyebab dari sedikitnya pengunjung museum di Indonesia? Jawabannya sederhana, yaitu rakyat tidak merasa dekat dengan museum. Museum dipandang sebagai tempatnya 'sejarawan' atau 'arkeolog', sedangkan mereka yang tidak tahu sejarah merasa bukan bagian dari komunitas museum. Sama halnya dengan galeri seni, yang dianggap sebagai sesuatu yang eksklusif dan elitis. Kalau tidak paham seni, ya, untuk apa masuk ke galeri? Padahal, sejarah dan peninggalan-peninggalannya harusnya menjadi ingatan kolektif rakyat. Jika rakyat paham akan sejarahnya sendiri, akan timbul perasaan memiliki akan bangsa ini. Sebab, bangsa Indonesia lahir atas semangat rakyat, bukan kekuatan segelintir orang saja.

Pemahaman akan sejarah akhir-akhir ini selalu dikaitkan dengan peningkatan literasi rakyat, khususnya para pelajar. Literasi adalah kunci dari berkembangnya pendidikan bangsa. Di satu sisi hal ini memang sangat tepat, namun di sisi lain kita selalu mengasosiasikan literasi dengan membaca buku. Padahal, informasi-informasi baru bisa diperoleh dari berbagai sumber. Di sinilah peran museum seharusnya dikembangkan, sebagai sarana literasi alternatif. Banyak sekali pendekatan yang bisa dilakukan oleh museum untuk menjangkau lebih banyak peminat.

Bekerjasama dengan Seniman dan Komunitas

Pernahkah kalian dengar ungkapan yang mengatakan jika seorang politikus ingin mendapat dukungan rakyat, maka dia harus mendekati seniman? Ungkapan itu benar adanya. Namun, bukan berarti seniman merupakan alat untuk mendapat dukungan rakyat. Ungkapan yang lebih tepat adalah untuk mendapat dukungan rakyat, kita harus merakyat. Untuk merakyat haruslah kita paham situasi lapangan. Haruslah kita hadir di tengah-tengah mereka, memahami persoalan apa yang sedang dihadapi massa, mengetahui apa yang menjadi cita-cita dan keinginan mereka, berjuang bersama mereka. Seniman adalah corong masyarakat. Mereka dengan jujurnya mengungkapkan apa yang menjadi keresahan masyarakat dalam karya, baik itu lagu, lukisan, maupun puisi. Seniman juga seringkali menjadi *agent of change*. Jika kita melihat kembali pada sejarah bangsa Indonesia, seniman-seniman lah yang membakar semangat rakyat, membangkitkan emosi rakyat, menggerakkan masyarakat.

Melalui uraian di atas, seharusnya banyak sekali hal yang bisa dilakukan museum untuk berkolaborasi dengan seniman atau komunitas lokal. Contoh-contoh nyata telah terlihat di kota Bandung. Museum Geologi Bandung menggelar acara rutin yang unik bernama "*Day & Night at The Museum*". Acara ini merupakan acara edukatif yang dikemas secara menyenangkan, antara lain terdapat pertunjukan musik secara langsung, gelar pameran kuliner, *talkshow*, hingga permainan-permaianan. Di masa pandemi, acara ini disajikan secara virtual dari pagi hingga malam.

Peran komunitas dalam pemanfaatan peran museum juga terlihat di museum Asia-Afrika. Sejumlah komunitas yang bernaung di Sahabat Museum KAA (SMKAA) selama pandemi rutin menggelar diskusi daring setiap akhir pekan. Komunitas ini bekerjasama dengan Museum KAA untuk memberikan edukasi sejarah bagi para audien nya. Demikian pula dengan komunitas literasi *Asian-African Reading Club* (AARC). Mereka menayangkan aktivitas diskusi buku daring secara berkala setiap Rabu petang. Selama pandemi,

AARC sedikitnya telah menamatkan empat buku.

Hal-hal sederhana bisa mulai dilakukan di museum. Contohnya, menggelar konser pemusik lokal di dalam museum, penampilan drama sejarah, diskusi-diskusi informal, dan sebagainya. Semua kegiatan tersebut dapat disiarkan secara daring. Dengan jaringan yang dimiliki komunitas, kegiatan-kegiatan tersebut akan dengan mudah sampai ke telinga orang-orang. Melalui kegiatan ini, rakyat akan mulai memandang museum sebagai tempat yang menarik, dan jauh dari kesan seram atau membosankan.

Pendekatan Komunikasi Melalui Budaya Populer

Generasi muda masa kini selalu terpapar dengan informasi yang didapatnya dari telepon genggam. Entah itu berbentuk tulisan, foto, maupun video. Meskipun sumber informasi melimpah di hadapan mereka, generasi muda cenderung mengabaikan informasi yang dirasa tidak menarik. Bila dibaca sedikit sudah membosankan, tidak heran mereka akan meninggalkan laman tersebut dan membaca sesuatu yang lain. Hal ini sangat berbeda dengan generasi yang lebih tua, di mana dahulu untuk mendapatkan suatu informasi tidak semudah sekarang, sehingga cenderung akan menghargai apa yang dibacanya. Berkembangnya teknologi informasi ini menjadi tantangan bagi para pembuat konten. Konten yang dibuat haruslah unik, menarik, sekaligus edukatif.

The Museum of English Rural Life memiliki cara komunikasi yang menarik untuk dijadikan perbandingan dengan yang biasa dilakukan selama ini. Daripada menggunakan bahasa yang berat dan berisi informasi sejarah yang membosankan, mereka memilih untuk menggunakan *meme* atau topik-topik populer dalam unggahan-unggahan akun media sosialnya. Melalui akun twitternya, museum asal Inggris ini memberi pengumuman dan informasi dengan pesan yang seperti ditulis oleh 'manusia', bukan dari sebuah institusi formal. Tentu saja hal ini disukai oleh para audien. Hal-hal yang berbau formal dilupakan demi menciptakan suasana komunikasi yang menyenangkan. Hingga kini, akun Twitter MERL telah mencapai lebih dari 158.000 pengikut.

Sumber: twitter.com

Sudah saatnya aturan-aturan baku yang tidak sesuai lagi dengan perkembangan zaman ditinggalkan. Untuk tetap eksis, sebuah *'brand'* harus memperhatikan apa yang disukai oleh masyarakat saat ini. Di sini museum dapat kita asosiasikan dengan sebuah *'brand'*, di mana kelangsungan hidupnya ditentukan dari dukungan khalayak ramai. Museum harus mempunyai caranya sendiri untuk 'beriklan' dan mendapatkan perhatian yang dibutuhkannya.

Memaksimalkan Fungsi Preservasi dan Riset di Masa Pandemi

Museum tidak hanya sebuah tempat bagi dipajangnya koleksi-koleksi bersejarah. Di balik yang terlihat, museum memiliki berbagai fungsi, antara lain fungsi komunikasi, preservasi, dan riset. Pandemi Covid-19 yang datang tanpa diprediksi telah memaksa museum untuk menekan fungsi komunikasinya. Kunjungan dibatasi, diadakan tur virtual, hingga seminar daring dilakukan untuk

beradaptasi. Namun, di sisi lain, saat-saat ini merupakan kesempatan bagus bagi museum untuk mengembangkan fungsi preservasi dan riset nya. Waktu luang bagi para pekerja museum yang tercipta berkat pandemi menjadi semacam *blessing in disguise*.

Dalam hari-hari normal, waktu pekerja museum sering tersita untuk fungsi komunikasi museum. Padahal, demi meningkatkan kualitas museum, fungsi preservasi dan riset ini sangat menentukan. Dana yang biasanya dialihkan untuk tujuan publikasi atau pameran temporer bisa dialihkan untuk membiayai preservasi dan riset bagi keperluan museum. Menurut Ellis G. Burcaw, sebuah museum ialah institusi yang memelihara koleksinya secara sistematis. Yang dimaksud dari pemeliharaan sistematis ini adalah dokumentasi yang menyeluruh, catatan yang permanen dan baik (registrasi dan pengatalogan), pemeliharaan dan penjagaan keamanan yang terus menerus, dan penempatan objek yang terorganisir (gudang) yang masuk akal dan dapat diakses. Meskipun teori nya sudah dipahami para pekerja preservasi, namun dalam pelaksanaannya di situasi normal seringkali belum maksimal. Dengan kurangnya pengunjung yang datang, seharusnya laporan rutin bisa selalu dilakukan, seperti laporan tentang perubahan suhu yang mempengaruhi wujud koleksi. Dengan rutinnya laporan yang diberikan, akan didapat pengaturan suhu yang sesuai standar, dan koleksi akan tetap terjaga.

Fungsi riset seringkali dikesampingkan dalam perkembangan museum di Indonesia, apalagi di tingkat daerah. Para pekerja museum cenderung memperhatikan jumlah kunjungan dan menjaga koleksi supaya tetap rapi. Peran kurator menjadi penting untuk dibicarakan di sini. Beberapa museum di Indonesia masih belum banyak memiliki kurator. Kurator seharusnya mampu menggabungkan kerjasama perguruan tinggi, kolektor, jurnalis, kritikus, hingga seniman dalam menghasilkan riset-riset yang terus diperbarui. Tanpa adanya riset yang mumpuni, penyampaian koleksi kepada rakyat akan kurang bermakna. Melalui riset, akan ditemukan pola penyampaian yang menarik untuk diterima oleh rakyat. Pandemi ini memberikan waktu supaya museum menjadi lebih produktif dalam menghasilkan riset-riset yang selama ini belum berjalan maksimal.

Masa Depan Museum Bisa Lebih Dari Yang Kita Bayangkan

Pernahkah terpikir, bahwa museum-museum di Indonesia bisa menjadi pilihan pertama warga ketika hendak berlibur? Atau, turis-turis internasional berbondong-bondong untuk memasuki museum? Mungkin sebagian orang masih skeptis dan tersenyum pesimis ketika mendengar harapan ini. Dengan tingkat literasi yang masih rendah dan kurangnya pendanaan bagi perkembangan museum, harapan ini akan sulit tercapai.

Namun, bukankah fungsi-fungsi museum yang disebutkan di atas belum dilaksanakan dengan baik? Jika poin-poin yang sudah disebutkan perlahan-lahan dapat diwujudkan, bukan tidak mungkin kita akan melihat perkembangan yang signifikan. Bahkan, ketika dukungan datang dari pihak-pihak yang sebelumnya tidak berkontribusi bagi museum, masa depannya bisa lebih dari yang kita bayangkan. Harapan tersebut akan terwujud jika terjadi kerjasama oleh kita semua. Jika belum tertarik untuk mengunjungi museum, kita bisa lebih dahulu menambah pengetahuan kita mengenai sejarah. Dengan mengetahui sejarah, akan timbul pertanyaan-pertanyaan baru, yang lama-kelamaan menimbulkan ketertarikan. Ketertarikan inilah yang kemudian mampu menggerakkan kita untuk mengunjungi museum dan berperan dalam peningkatan kualitas pendidikan bangsa.

Museum : Rumah Besar Mesin Waktu

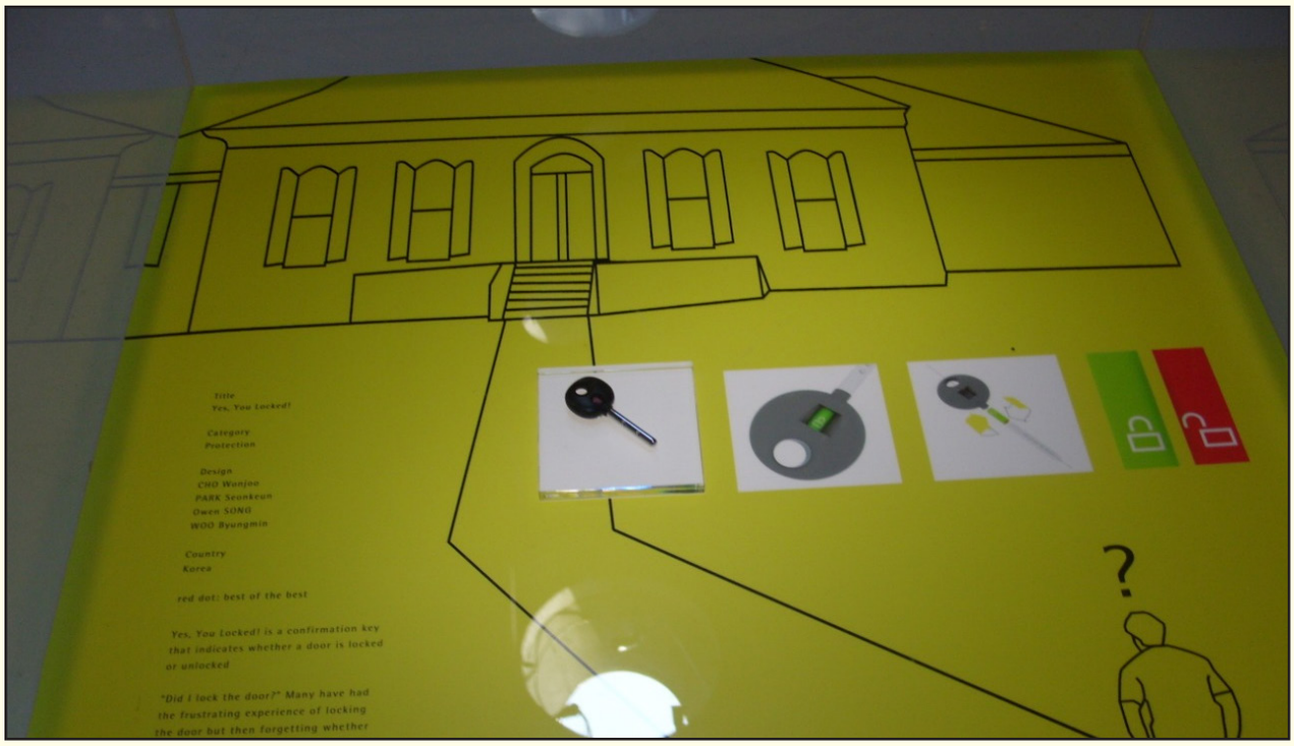
Oleh : Sufiyanto, B.A

(Desainer Grafis Kontestan Rijkstudio Award 2020,
Pegiat komunitas reka ulang sejarah juang)

Seiring berjalannya waktu, masyarakat awam terlanjur memberikan label kepada museum yang bertema sejarah selalu saja sebagai "Rumah" masa lalu. Dimana Masyarakat sebagai pengunjung berpengharapan untuk mendapat informasi sebanyak banyaknya dari koleksi museum sebagai kepingan *puzzle* nostalgia sejarah. Dari ruangan ke ruangan, dari koleksi ke koleksi tentu saja informasi yang disampaikan kepada pengunjung cukup beragam namun dari waktu ke waktu penyampaiannya terkesan stagnan. Komunikasi visual terkadang kurang diperhatikan, malah kecenderungan mencontek konsep dari museum lain kerap kali terasa, walaupun tidak secara langsung mengadaptasi konsep yang sama. Pengunjung akan mengkomparasi tidak bisa merasakan esensi khas dari sebuah museum karena visual yang disajikan terasa seragam dengan gaya tren visual yang sedang berlaku.

Dapatkah museum menciptakan penyampaian kisah dalam pameran koleksi dengan cara yang baru?

Sudah lebih dari satu tahun dalam masa pandemi, adalah masa yang sulit untuk semua industri dan lembaga pendidikan yang museum termasuk di dalamnya. Kendala *social distancing* dan pembatasan pengunjung, serta pembatasan kegiatan yang melibatkan jumlah orang tertentu



dirasa sebagai suatu hal yang selama ini tidak pernah diperhitungkan. Hal ini menyebabkan museum secara langsung dan instan masuk kedalam era baru, tidak melalui proses *bargaining* dan langsung menuju arena digital yang harus dipersiapkan secara cepat dan analisa yang akurat. Inilah mengapa Museum lantas layak disebut "Rumah Besar" mesin waktu. Karena museum sejarah berpacu dengan waktu untuk menyajikan peristiwa masa lalu yang dinikmati di masa kini dengan kemasan maju melampaui hingga ke masa depan. Tidak bisa dipungkiri memang, Museum secara fisik adalah tempat yang paling memberikan pengalaman berharga kepada setiap individu yang berkunjung dengan efek yang berbeda. Namun di masa sekarang ini museum harus dengan lantang mampu menjawab tantangan waktu selain berfungsi sebagai tempat untuk berkontemplasi secara ragawi. Museum secara konsep dan ide harus dapat hadir ditengah masyarakat dengan memanfaatkan sebesar besarnya dunia digital seperti kanal sosial media dengan melihat kenyataan daya baca atau peminatan literasi masyarakat yang semakin menurun. Berapa banyak generasi baru menghabiskan banyak waktu di sosial media tanpa mendapatkan nilai-nilai pendidikan pembangunan karakter sejarah yang nasionalis. Jika kita mau menganalisa jumlah *traffic* atau lalu lintas pengunjung resmi *website* museum, tentu jumlahnya sangat berbeda atau tidak sebanyak jumlah pemakai sosial media jika di terjemahkan kedalam bentuk grafik. Inilah langkah awal mengapa museum harus bisa melahirkan "museum baru" di masa pandemi : Museum baru di dunia digital.

Masa depan akan dipenuhi dengan hal yang baru, tentu saja berkaitan dengan pengunjung yang tidak bisa dipisahkan teknologi, ekonomi, demografi. Terkadang keraguan terhadap teknologi banyak terjadi karena dianggap hanya sebagai ide utopis yang terlihat sulit untuk diwujudkan. Kekuatan komunikasi visual yang kemudian akan menjadi jembatan sebagai aset museum untuk dapat terus bertahan mengikuti perkembangan jaman. Komunikasi visual adalah sebuah konsep komunikasi melalui penglihatan; merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. Komunikasi visual menkombinasikan seni, lambang, tipografi atau penggunaan huruf, gambar, desain grafis dalam penyampaiannya.

Kondisi ini secara umum terjadi dan relatif sama dihadapi hampir semua museum yang belum menerapkan teknologi visual secara efisien. Museum sebagai lembaga perlu memikirkan kembali dan mengerjakan ulang ruang pameran untuk mempromosikan pemahaman yang lebih dalam tentang koleksi yang dimiliki, interaktivitas yang lebih besar, dan rangkaian aktivitas yang lebih lengkap. Pengunjung sebagai individu atau pengunjung yang tergabung dalam komunitas perlu dilibatkan agar museum mendapatkan perspektif baru yang lebih segar sebagai alternatif konsep yang mungkin selama ini tidak dapat tereksplor secara baik oleh para pegawai yang bekerja di museum. Pengembangan fasilitas baik secara masif ataupun parsial yang mulai mengadaptasi teknologi menjadi sesuatu hal penting dan tidak bisa diabaikan oleh pihak museum.

Dengan peningkatan pelayanan dan koleksi yang berbasis teknologi visual, museum akan menjadi lebih interaktif dan mandiri. Metode baru ini, pengunjung dapat dikategorikan berdasarkan minat dan proses kontrol yang tepat secara statistik. Pengunjung akan dengan mudah mengakses semua fasilitas di museum dan merasakan pengalaman baru bersentuhan dengan teknologi. Lebih jauh lagi, museum dapat berfokus pada sesuatu yang lebih besar yaitu program yang berorientasi pada pengunjung berusia muda karena di rentang usia itulah generasi emas dilahirkan. Keterlibatan pengunjung individu dan komunitas akan banyak membantu museum saat menghadapi masa depan di masa pandemi yang tidak pasti.

Museum yang sudah berfokus pada pelayanan baru melalui kanal sosial media dan dunia digital adalah museum yang dapat menarik segmen populasi yang lebih besar. Peluang yang terbuka untuk para profesional secara individu atau pengunjung yang tergabung dalam komunitas, dapat turut serta memberikan sumbangsih nyata untuk perkembangan museum dengan pemikiran dan konsep baru. Melibatkan Masyarakat banyak dapat menjadi gerakan menuju kemitraan kelembagaan yang lebih besar dan promosi yang lebih luas. *Influencer-influencer* baru akan lahir dari museum yang mengadaptasi gaya baru ini.

Hadirnya teknologi visual dalam koleksi museum dengan desain yang lebih mudah di akses, ramah, dan fleksibel akan menjadi penyeimbang fungsi museum fisik sebagai ruang aktif dan kontemplatif. Teknologi yang akan diterapkan bervisi masa depan ini tentu saja tidak harus mengorbankan citra museum secara tradisional yang dapat dikunjungi secara fisik. Artinya museum tetap dapat hadir dalam posisi yang unik sebagai tempat edukasi dan rekreasi untuk semua segmen usia.

Museum yang memiliki aset bangunan sebagai cagar sejarah sedikit banyaknya juga diuntungkan oleh bangunan yang harus dijaga kelestarian dan keasliannya. Kajian arsitektur dapat turut serta dieksplorasi dalam pelestariannya. Bagaimana bangunan bisa dijadikan sebagai ikon dengan pemanfaatan teknologi visual untuk tempat beraktifitas para pengunjung, baik itu yang datang secara fisik maupun pengunjung *website* yang awalnya tertarik melalui promosi media sosial.

Museum dan masyarakat sebagai pengunjung hanya perlu disambungkan dengan satu jembatan nyata, agar masyarakat turut serta merasa memiliki museum sebagai bagian dari kehidupan pendidikan bukan hanya sekedar situs kunjungan secara kolektif tanpa meninggalkan kesan khusus. Kehadiran museum di tengah masyarakat harus diperkuat melalui pola kerja yang sinergis. Melalui program baru dengan menyaring ide dari masyarakat, museum dapat secara komprehensif dapat memperkuat jaringan eksistensinya.

Kita sekarang sedang berada di masa penterjemahan konsep ideal bagaimana museum dapat diterima dari sudut pandang pengunjung sebagai indikator kesuksesannya. Potensi besar ini harus disambut dengan keseriusan pemangku kebijakan agar museum tetap pada jalurnya sebagai lembaga pendidikan dan berevolusi menjadi lembaga edukasi dan wahana rekreasi yang bernilai untuk perkembangan generasi baru bangsa Indonesia.

Musik: Gaya Munasprok Berkreasi di Masa Pandemi

Dinda Deselia
Memory Full

"Siapa sih, Mbak yang mau ke museum saat pandemi gini? Dikasih izin untuk buka dengan terbatas pun, museum bukan destinasi wisata pertama yang akan dikunjungi."

Celetuk seseorang sesaat setelah saya mengeluh sedih museum harus ditutup kembali karena pandemi. Mendengar jawaban seperti itu, sedih saya bukannya mereda, namun justru makin berdebar di hati, miris karena nyatanya museum merupakan salah satu destinasi wisata yang paling terdampak akibat pandemi.

Padahal, bicara soal pandemi dan masa krisis, dua hal penting dan paling utama yang perlu diperjuangkan adalah pendidikan dan kesehatan. Kesehatan tentu perlu sebagai modal untuk kita mampu menghadapi virus Covid-19. Penerapan protokol kesehatan dan promosi hidup sehat harus terus disadari dan dipraktikkan oleh tiap-tiap individu masyarakat. Namun pendidikan pun tak kalah penting.

Darimana kita dapat mempelajari sejarah pandemi di dunia dan di Indonesia, pola

penanganannya, hingga kisah di balik penyebaran virus besar-besaran itu kalau bukan dari pendidikan?

Bagaimana kita bisa bangkit secara ekonomi maupun sosial, kalau bukan dengan pendidikan?

Pendidikan adalah aspek penting untuk mempertahankan sebuah bangsa dan museum memegang peranan besar untuk itu. Museum bukan hanya melestarikan warisan budaya dan sejarah bangsa, tetapi juga menyediakan ruang untuk mempromosikan pendidikan, memberikan inspirasi dan membangun dialog yang kritis. Selain itu, museum juga berperan penting dalam memperkuat kohesi sosial, menumbuhkan kreativitas dan menjadi pembawa memori kolektif.

Sayangnya, mau tidak mau, suka tidak suka, sama seperti sekolah, museum sebagai sebuah ruang publik tetap harus dibatasi sementara selama pandemi Covid-19. Menurut data yang dikumpulkan oleh UNESCO terkait kondisi museum di seluruh dunia, hampir 90% museum di seluruh dunia tutup selama pandemi Covid-19. Akibat penutupan itu pula lah, 10% sisanya memutuskan untuk tidak akan pernah buka kembali. Museum Perumusan Naskah Proklamasi merupakan salah satu dari total 90% museum di seluruh dunia yang tutup selama pandemi. Setidaknya sekitar hampir 1 tahun museum ditutup untuk kunjungan umum.

Penutupan tersebut juga merupakan realisasi dari kebijakan pemerintah terkait pembatasan gerak masyarakat seperti kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengubah tatanan kehidupan masyarakat hampir pada semua aspek. Pada akhirnya, dengan tatanan kehidupan baru, museum harus memutar otak untuk tetap bisa menjalankan fungsinya sekalipun di masa pandemi.

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi serta internet menjadi penting dalam hal promosi maupun pendistribusian konten museum yang tak bisa diakses secara langsung. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi media dan internet adalah pengoptimalan media sosial yang salah satunya cukup populer adalah pengoptimalan pemanfaatan YouTube. Seperti yang dikutip oleh *cnnindonesia.com*, jumlah netizen Indonesia yang menonton YouTube hampir menyaingi jumlah netizen yang menonton televisi. Data tersebut diperoleh dari Survei *Google* pada Januari 2018 yang menyatakan bahwa YouTube ditonton oleh 53% pengguna internet, sedangkan 57% netizen juga menonton televisi. Dikutip pula oleh liputan6.com, survei yang dilakukan pada 2000 responden berusia di atas 18 tahun yang memiliki TV, *smartphone*, dan *desktop* PC di wilayah Amerika Serikat menunjukkan 68% dari responden mengaku lebih sering menonton video dari YouTube dibandingkan TV konvensional.

Data yang diperoleh tersebut hadir sebelum pandemi melanda Indonesia, artinya saat itu aktivitas masyarakat masih terpusat secara langsung dan bukan secara virtual seperti saat pandemi. Dapat diperkirakan bahwa penggunaan *YouTube* dan media sosial lainnya pun pasti mengalami kenaikan jumlah pengguna dibandingkan sebelum pandemi. Di satu sisi, walau aktivitas menjadi terbatas, pemusatan aktivitas di internet merupakan pula sebuah peluang, terutama bagi museum untuk bisa melakukan pengembangan media sosial, inovasi kegiatan dan program, serta promosi konten museum.

Museum Perumusan Naskah Proklamasi merupakan salah satu museum yang sukses memanfaatkan peluang tersebut. Kesuksesan tersebut dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pengikut media sosial Munasprok dan pelanggan kanal YouTube Museum Perumusan Naskah Proklamasi (Munasprok). Dari amatan singkat yang saya lakukan pada kanal YouTube Munasprok, kanal YouTube Munasprok terbilang kurang aktif sebelum pandemi. Penonton video-video yang dipublikasikan sebelum pandemi hanya berjumlah di bawah 100 penonton. Jauh berbeda ketika saya menengok beberapa konten Munasprok yang tayang saat pandemi. Jumlah penontonnya beragam, mulai dari 150 hingga 63.000 penonton dengan total jumlah pelanggan 3.800. Kini, ketika menonton video-video *YouTube* Munasprok, saya harus menunggu sekitar 5 detik untuk menonton iklannya terlebih dahulu. Peningkatan yang signifikan ini merupakan sebuah prestasi bahwa museum pun bisa bertahan walau di masa krisis kesehatan pandemi Covid-19.

Satu konten kanal YouTube Munasprok yang menyita perhatian saya adalah konten yang memadukan pendidikan sejarah dan musik. Dengan judul Serenada Sejarah, jajak bicara yang dipandu oleh dua host musisi serta satu narasumber kurator Munasprok ini menampilkan pembahasan tokoh-tokoh kemerdekaan dalam tiap episodenya. Hal yang menarik dari konten ini adalah penggunaan musik sebagai medium untuk penyampaian pendidikan sejarah. Ide tersebut tergolong inovatif, unik, dan kreatif, karena sebelumnya pembelajaran sejarah terkesan monoton dengan komunikasi satu arah dan medium film dokumenter monoton yang terkesan sulit untuk menjamah generasi muda. Dengan menggunakan medium musik dalam pembelajaran sejarah, Serenada Sejarah mengajak kita untuk mengingat kisah perjuangan para tokoh dari hanya mendengarkan musik.

Misalnya pada beberapa episode, Serenada Sejarah membawakan lagu yang disukai para tokoh kemerdekaan serta ciptaannya sendiri, seperti Terang Bulan pada episode tokoh Iwa Koesomasoemantri, Rayuan Pulau Kelapa pada episode tokoh Bung Hatta, dan Bersuka Ria pada episode Bung Karno. Setelah menonton episode-episode Serenada Sejarah tersebut, saya jadi kenal lagu tersebut sekaligus ingat Bung Karno beserta kisahnya saat mempersiapkan kemerdekaan RI setiap kali mendengar lagu Bersuka Ria.

Tidak hanya Serenada Sejarah, beberapa konten unik, kreatif, dan inovatif lainnya dengan unsur musik dan sejarahnya pun juga bisa kita saksikan di kanal YouTube Munasprok. Satu favorit saya dan favorit 63.000 netizen YouTube lainnya adalah Konser Musik Mini yang diselenggarakan di dalam Munasprok dengan menampilkan penyanyi rap Tuan Tiga Belas saat Pameran Tahunan diselenggarakan. Tidak terbayangkan sebelumnya bahwa museum terkhusus bangunan bersejarah seperti Munasprok mengadakan konser musik di dalamnya. Koleksi Munasprok yang bernilai tinggi sebagai latar konser menjadi aksen unik tersendiri yang membuat konser mini menjadi terlihat elegan dan klasik. Bagi saya, sebuah mahakarya.

Bicara tentang pameran, tidak hanya Munasprok, museum lainnya pun beralih pada konsep *virtual*. Mulai dari pameran yang menggunakan konsep dan tema tersendiri sampai kunjungan ke museum dibuat dengan konsep virtual, sehingga walau di rumah saja, masyarakat Indonesia tetap bisa mempelajari sejarah dan menikmati koleksi museum. Pameran virtual yang diselenggarakan Museum Perumusan Naskah Proklamasi terbilang inovatif dan kreatif. Hal tersebut dibuktikan dengan konsep pengambilan gambar atau videografi dan editing yang memberikan sensasi pada penonton seperti sedang benar-benar berada di tempat. Gambar tokoh dan kisah perjuangan kemerdekaan ditampilkan serupa hidup di hadapan penonton,

padahal hanya di layar YouTube semata. Terlebih, ketika Tuan Tiga Belas bernyanyi di antara ruang-ruang pameran, rasanya seperti mustahil museum yang katanya monoton karena membahas sejarah itu malah justru menjadi yang paling relevan dengan teknologi dan karakter generasi muda.

Jika dulu museum cukup memberikan tampilan koleksi-koleksi yang terpajang rapih di museum, kini tugas museum jauh lebih besar, terlebih dengan perkembangan teknologi yang tak kenal henti ditambah kondisi pandemi yang mengubah pola aktivitas masyarakat menjadi *virtual*. Museum perlu menggunakan medium dan teknologi yang ada untuk menyampaikan pesan dan kontennya, koleksi dan makna sejarahnya, secara lebih efektif dan efisien.

Seperti kata tokoh ahli komunikasi Marshall McLuhan, *"medium is the message"*. Kata *'medium'* di kutipan tersebut bukan hanya bermakna medianya, tapi juga termasuk pada berbagai inovasi, teknologi baru, dan cara-cara inovatif manusia dalam menyampaikan pesan, sedangkan kata *'message'* berarti pesan atau materi yang ingin disampaikan. Menurut McLuhan, medium tak kalah penting dari pesan yang ingin disampaikan, bahkan medium yang digunakan pun merupakan pesan itu sendiri, karena tanpa medium yang tepat, pesan sepenting dan seberharga apapun tidak akan mampu menyentuh audiens seperti yang diharapkan. Singkatnya, tanpa teknologi digital yang mumpuni dan kreatifitas manusia dalam pengemasan konten, pesan sepenting sejarah tokoh kemerdekaan beserta kisah kemerdekaannya tidak akan mampu diterima dan dipahami dengan efektif dan efisien oleh audiens. Pada konteks Munasprok, saya bisa katakan bahwa penggunaan musik dan teknologi audiovisual adalah medium yang tepat untuk menyampaikan pesan sejarah kemerdekaan Indonesia.

Pada akhirnya, sumber daya manusia menjadi aspek yang juga penting dalam kesuksesan museum, terkhusus di masa pandemi. Harapannya, sumber daya manusia yang ada di Munasprok dapat terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan zaman, sehingga mampu menjadikan Munasprok sebagai tempat yang tak hanya menjalankan fungsinya untuk memberikan edukasi sejarah, tapi juga sebagai tempat yang terus relevan dengan teknologi, zaman, dan karakteristik lingkungan serta generasi muda, pun menjadi percontohan bagi museum lainnya di Indonesia, bahkan di dunia.

Kini, ketika semua pihak bersatu padu memajukan museum dengan berbagai inovasi dan kreativitas, mementingkan medium dan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, kata-kata seperti yang saya tuliskan di awal tulisan menjadi tidak relevan. Yang ada mungkin begini, *"Siapa sih yang gak mau ke museum? Tempat keren begini gak mungkin kita lewatkan. Harus berkunjung!"*

JELAJAH VIRTUAL : PROGRAM PUBLIK MUSEUM DI MASA PANDEMI

Kartum Setiawan

Komunitas Jelajah Budaya

Merebaknya pandemi Covid 19 yang melanda dunia dan sebagian Indonesia sejak Maret 2020 memaksa sebagian masyarakat harus tinggal di rumah. Berbagai aktivitas yang melibatkan banyak orang dibatasi dengan tujuan untuk mengurangi penularan Covid 19. Aktivitas yang dibatasi antara lain perekonomian, perkantoran, sekolah, tempat wisata dan lain sebagainya termasuk museum dibatasi pengunjungnya, bahkan beberapa waktu saat kasus pandemi melonjak dan banyak yang terpapar museum ditutup untuk pengunjung.

Museum sebagai lembaga yang berfungsi untuk melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengkomunikasikan kepada masyarakat. Sesuai dengan tugasnya mengkomunikasikankoleksinyakepadamasyarakat dengan berbagai program publik museum. Melalui program publik yang diselenggarakan oleh museum maupun bekerjasama dengan berbagai komunitas dan masyarakat umum keberadaan museum dinantikan kehadirannya ditengah-tengah masyarakat. Hal ini sesuai dengan tema buletin Munasprok kali ini "Masa Depan Museum di Masa Pandemi".

Selama pandemi melanda Indonesia para pengelola museum harus tetap dapat beradaptasi dengan keadaan dan terus berkreativitas untuk mengkomunikasikan program publik ke masyarakat. Dengan majunya dunia teknologi saat ini, berbagai aktivitas dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Bagi masyarakat yang ingin berkunjung dan memenuhi kebutuhan wisata sejarah melalui museum tanpa harus

meninggalkan rumah dan tanpa menghiraukan pandemi Covid 19 yang belum berakhir. Melalui pemanfaatan teknologi digital guna memenuhi wisata sejarah melalui museum dengan program publik yang dilaksanakan secara virtual. Program publik museum secara virtual tour atau jelajah virtual merupakan konsep baru progran publik museum di tengah pandemi.

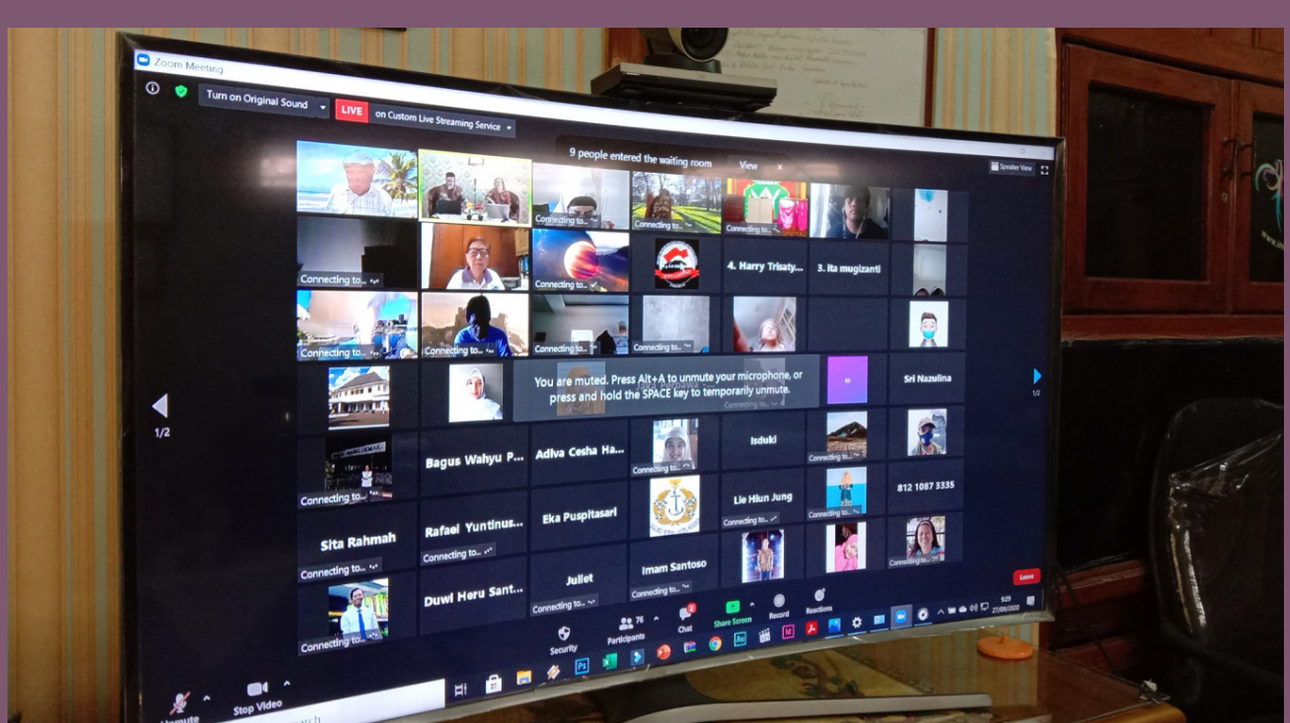
Jelajah virtual merupakan salah satu program publik unggulan yang diselenggarakan

oleh Museum Perumusan Naskah Proklamasi bekerjasama dengan Komunitas Jelajah Budaya dalam menghadapi tantangan di era pandemi ini. Kegiatan Jelajah Virtual yang dilaksanakan pada tanggal 27 September 2020 dengan tema Tapak Tilas Lokasi Bersejarah Sekitar Proklamasi dan pada tanggal 15 Oktober 2020 Jelajah Museum di DKI Jakarta: Tiga Tonggak Sejarah Bangsa dilaksanakan secara virtual. Selain menampilkan gambar secara visual pada setiap tayangan dilengkapi dengan host dan narasumber yang semakin menambahkan informasi secara detail peristiwa sejarah tersebut.

Tapak Tilas Lokasi Bersejarah Sekitar Proklamasi

Jelajah Virtual yang pertama kali diselenggarakan Munasprok dan KJB ini menyajikan sembilan video yang meliputi tempat-tempat bersejarah sekitar Proklamasi Kemerdekaan RI. Pada setiap jelajah virtual diawali dengan tayangan video, kemudian setelah selesai dilanjutkan dengan penjelasan dari narasumber. Pada kegiatan ini narasumber terdiri dari Dr. Rusdhy Hoesein seorang sejarawan dan Kartum Setiawan, M.Hum dari Komunitas Jelajah Budaya. Berikut ulasan sejarah tempat-tempat bersejarah dibalik proklamasi.

1. Ex-Lapangan Terbang Kemayoran, merupakan lokasi yang sekarang berada di kawasan Pekan Raya Jakarta (PRJ) Kemayoran Jakarta Pusat. Awalnya kawasan PRJ merupakan bekas bandara Kemayoran yang dibangun sejak tahun 1934 dan digunakan mulai 8 Juli 1940. Persitiwa bersejarah yang berkaitan dengan proklamasi adalah saat tanggal 14 Agustus 1945 Soekarno dan Mohammad Hatta baru tiba penerbangannya dari Dallat Vietnam. Kedua tokoh tersebut disambut oleh masyarakat termasuk para pemuda yang sudah menanti kedatangannya. Di bandara inilah Soekarno mengatakan secara singkat "Kalau dulu Indonesia merdeka sebelum jagung berbuah, maka sekarang dipastikan Indonesia merdeka sebelum jagung berbunga."
2. Gedung Gunseikan, adalah bangunan yang selama pendudukan Jepang digunakan sebagai Kantor Pusat Administrasi Militer Jepang. Bangunan yang sekarang menjadi kantor pusat Pertamina, awalnya gedungnya dimiliki oleh NV De Bataafsche Petroleum Maatshappij (BPM) yang berlokasi dipojok antara Jalan *Koningsplein Oost* (Medan Merdeka Timur) dan *Willemslaan Straat* (Perwira). Soekarno, Mohammad Hatta dan Ahmad Subardjo, mengunjungi kantor Gunseikanbu di Jawa untuk menanyakan kebenaran kekalahan Jepang atas Sekutu.
3. Gedung Joang 45 menempati bangunan yang sangat bersejarah dimana saat itu para pemuda memanfaatkan gedung ini menjadi sekolah pendidikan politik. Peranan pemuda menjadi penggerak semangat nasionalime dan persatuan bangsa dalam menegakan kemerdekan RI dibuktikan melalui gerakan pemuda Menteng 31.
4. Asrama BAPERPI (Badan Pemusyawaratan Pelajar-Pelajar Indonesia) berada di Jalan Cikini No. 71. Pada tanggal 15 Agustus 1945 para pemuda melakukan rapat untuk mendesak Bung Karno dan Bung Hatta mempercepat proklamasi kemerdekaan, salah satunya melalui upaya memboyong dua tokoh tersebut



ke Rengasdengklok Karawang.

5. Gedung Mikrobiologi FKUI yang beralamat di Jalan Pegangsaan Timur 17 dulu dikenal sebagai Eykman Institut merupakan lokasi yang bersejarah dimana sekelompok pemuda melakukan rapat guna mendesak Bung Karno dan Bung Hatta agar segera menproklamasikan kemerdekaan Indonesia. Pada pukul 20.30 malam, tanggal 15 Agustus 1945 Chaerul Saleh berkumpul di belakang ruang Laboratorium Bakteriologi yang berada di Jalan Pegangsaan Timur.

6. Rengasdengklok, merupakan daerah di Karawang, Jawa Barat. lokasi ini menjadi salah satu bagian penting dalam proses Kemerdekaan Bangsa Indonesia. Pada 16 Agustus 1945, Soekarno dan Mohammad Hatta dibawa ke Rengasdengklok untuk kemudian didesak agar mempercepat proklamasi kemerdekaan Republik Indonesia. Selama berada di Rengasdengklok, Karawang Bung Karno,Bung Hatta dan Ibu Fatmawati yang disertai anak pertamanya Guntur Soekarnoputra ditempatkan di asrama Peta. Kemudian dari asrama tersebut dipindahkan ke sebuah rumah milik Djiau Kie Siong.

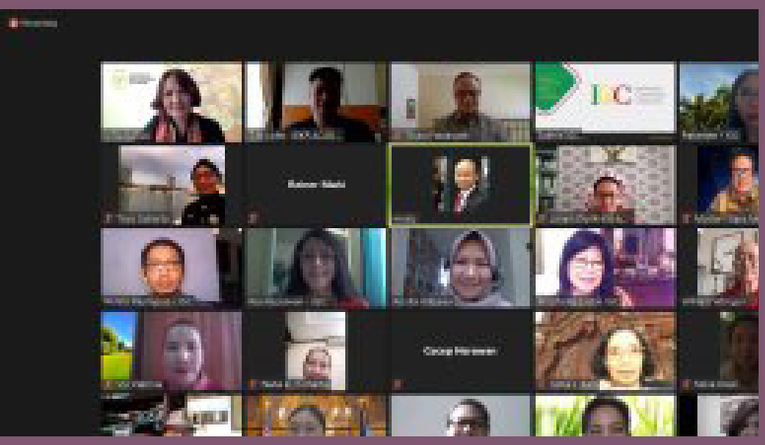
7. Museum Perumusan Nakah Proklamasi berada di Jalan Imam Bonjol No. 1 Jakarta Pusat. Dari gedung inilah dirumuskan naskah proklamasi pada tanggal 16 malam hingga 17 Agustus 1945 dini hari. Gedung yang pada masa Pendudukan Jepang digunakan sebagai kediaman Laksamana Muda Tadashi Maeda.

8. Tugu Proklamator berada di Jalan Pegangsaan Timur No. 56, merupakan tempat dimana pada tanggal 17 Agustus 1945 dibacakan naskah proklamasi oleh Soekarno.- Hatta. Pernyataan Kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1945 yang diucapkan di Jalan Pegangsaan Timur No. 56 pada pukul 10.00 WIB tidak dilaksanakan begitu saja, namun ada proses perjalanan sejarah sehingga naskah proklamasi dapat dibacakan secara khidmat di teras rumah Bung Karno.

9. Gedung Antara, bangunan yang berada di Jalan Antara ini merupakan bangunan bersejarah yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi kemerdekaan Indonesia setelah proklamasi 17 Agustus 1945. Selain dari gedung Antara teks proklamasi juga disiarkan melalui radio yang berada di Jalan Medan Merdeka.

Tiga Tonggak Sejarah Bangsa

Jelajah Virtual Tiga Tonggak Sejarah Bangsa merupakan kegiatan virtual tour kedua yang diselenggarakan oleh Munasprok. Kegiatan ini sekaligus untuk memperingati Hari Museum



Indonesia yang diperingati setiap tanggal 12 Oktober. Pada peringatan museum tahun 2020 tema yang diangkat adalah Museum dan Solidaritas. Hal ini sesuai dengan kondisi dunia dan juga Indonesia yang sedang mengalami pandemi Covid 19, sehingga tema solidaritas dipilih untuk tahun 2020. Sementara kegiatan Jelajah Virtual Tiga Tonggak Sejarah Bangsa mengunjungi secara virtual museum-museum yang paling bersejarah di Jakarta terdiri dari Museum Kebangkitan Nasional, Museum Sumpah Pemuda, dan Museum Perumusan Naskah Proklamasi dengan narasumber Panji Kiansantang seorang sejarawan dan motivator. Berikut ulasan mengenai peran pemuda dalam solidaritas dalam membentuk kesadaran berbangsa dan bernegara:

1. Museum Kebangkitan Nasional yang berada di Jalan Abdul Rahman Saleh No. 26 menempati bangunan cagar budaya yang dulu digunakan sebagai gedung Stovia yang merupakan lembaga pendidikan yang menjadi tempat berkumpulnya para pelajar bumi putera dari berbagai wilayah Nusantara. Pada hari yang sangat bersejarah 20 Mei 1908, jam sembilan pagi, para siswa Stovia berkumpul di aula Stovia Batavia untuk membentuk organisasi Budi Utomo.
2. Museum Sumpah Pemuda yang terletak di Jalan Kramat Raya No. 106, awalnya digunakan sebagai pondokan pelajar yang sedang menempuh pendidikan di Batavia. Peristiwa bersejarah adalah pengakuan dari pemuda dan pemudi Indonesia yang mengikrarkan satu tanah air, satu bangsa dan satu bahasa. Sumpah pemuda merupakan babak baru bagi perjuangan bangsa Indonesia karena perjuangan yang bersifat lokal, akan sia-sia. Melalui persatuan dan kesatuan, cita-cita kemerdekaan dapat diraih.
3. Museum Perumusan Naskah Proklamasi berada di Jalan Imam Bonjol No, 1 merupakan bangunan yang menjadi saksi sejarah puncak perjuangan bangsa Indonesia dalam meraih kemerdekaan. Peristiwa proklamasi merupakan awal dari realisasi hasrat bangsa Indonesia untuk merdeka yang dicetuskan pada tanggal 17 Agustus 1945.

Kegiatan jelajah virtual membuat persepsi baru terhadap masyarakat, bahwa museum di masa pandemi tetap dapat memberikan edukasi yang menyenangkan melalui kegiatan tour virtual. Berdasarkan hal tersebut, maka paradigma permuseuman di Indonesia pun makin berkembang Pada awalnya kegiatan museum hanya berpusat pada koleksi, namun dengan paradigma baru maka aktivitas permuseuman dipusatkan pada masyarakat. Peran museum bukan hanya sekedar menjadi tempat penyimpanan benda langka dan mahal, melainkan sebagai sebuah lembaga kebudayaan yang melayani masyarakat.

Daftar Pustaka

Anwar, Rosihan. *Kisah-Kisah Jakarta Setelah Proklamasi.* Pustaka Jaya. 1976

Dinas Kebudayaan Dan Permuseuman Propinsi DKI Jakarta. *Jakarta Kota Joang*.Dinas Kebudayaan Dan Permuseuman Propinsi DKI Jakarta, 2003

Hatta, Mohammad. *Mohammad Hatta Memoir*. Jakarta: Tinta Mas, 1979.

Hanafi, AM. *Menteng 31,Membangun Jembatan Dua Angkatan Markas Pemuda Revolusioner Angkatan 45*. Dinas Kebudayaan Dan Permuseuman Propinsi DKI Jakarta, 2014

Ruang Anak

Matchmaking

Berilah tanda panah yang cocok untuk gambar sebelah kiri dan dicarikan namanya disebelah kanan, selamat mencoba.

PETA INDONESIA

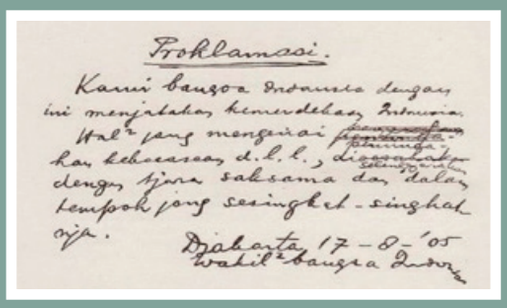
BENDERA INDONESIA

MONAS

GARUDA PANCASILA

Ir. Soekarno

Naskah
Proklamasi



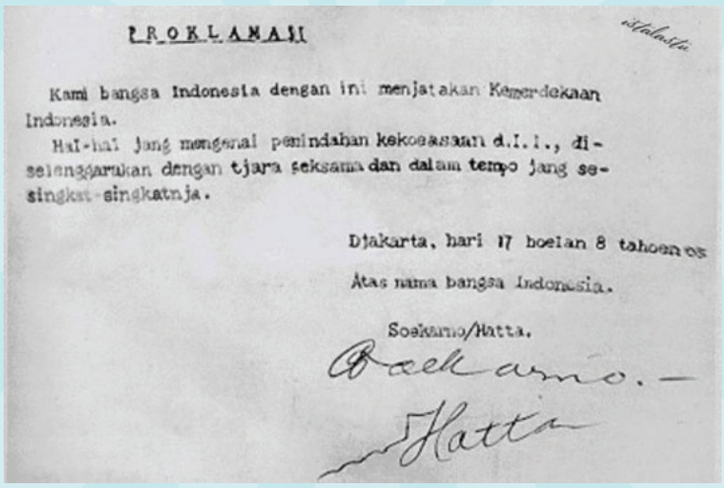
Tanggal Peristiwa
Perumusan
Naskah Proklamasi

16081945

Museum Perumusan
Naskah Proklamasi

TAHUKAH KAMU

Hari kemerdekaan Indonesia jatuh pada tanggal 17 Agustus 1945. Dinyatakan merdeka setelah Soekarno membacakan naskah proklamasi. Isi dari naskah proklamasi sebagai berikut.



PROKLAMASI

Kami bangsa Indonesia dengan ini menjatakan Kemerdekaan Indonesia.

Hal-hal jang mengenai pemindahan kekoeasaan d.l.l., diselenggarakan dengan tjara seksama dan dalam tempo jang sesingkat-singkatnja.

Djakarta, hari 17 boelan 8 tahoen 05

Atas nama bangsa Indonesia.

Soekarno/Hatta.

Soekarno.—

Hatta

Sebelum pembacaan naskah proklamasi Ir. Soekarno, Drs. Moh. Hatta dan Mr. Ahmad Soebarjo saling menyumbangkan pikirannya secara lisan untuk perumusan naskah proklamasi. Berkumpul di tempat Laksamana Maeda yang saat ini berlokasi di Jl. Imam Bonjol No. 1 Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat 10310.

Nama : Fidelia Simamora

Alamat : Wisma Harapan - Tangerang Banten

IG = @delia_0809

Pagi hari berlinang air mata

Ada aku disini prok prok prok

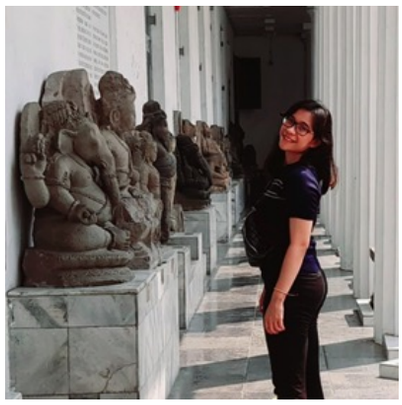
Fidel ingin berbagi cerita

Cerita tentang acara Munasprok

Munasprok di masa pandemi banyak mengadakan acara seperti kunjungan virtual, diskusi daring, tinjauan buku, tebak koleksi dan komik digital yang bisa dinikmati oleh siapa saja dan juga gratis. Aku inget banget pertama kali aku ikut acara Munasprok tentang diskusi daring. Selain itu konten yang paling aku suka yaitu serenada sejarah, soalnya tidak memakan waktu yang lama serta penjelasan yang simple, sekalian bisa nyanyi bareng hehehe.

Ada banyak cerita yang tercipta dari setiap acara Munasprok, akhirnya aku bertemu dengan sahabat museum yang kece banget salah satunya yaitu Fida, kita saling bertukar info tentang acara museum dan ikut jawab pertanyaan yang diberikan.

Salam sahabat museum, museum dihatiku :)



Nama : Sindy, S.Hum.

TTL : Jakarta, 27 Februari 1995

Pendidikan Terakhir : S-1 Ilmu Filsafat, Universitas Indonesia

Pada tanggal 18 Mei 2020, saya mengikuti webinar pertama saya. Webinar dengan tema "**10 Tahun Revitalisasi Museum dan Tantangan Musem Pasca Pandemi Covid-19**" tersebut diselenggarakan oleh Museum Perumusan Naskah Proklamasi atau yang biasa kita kenal dengan MUNASPROK. Karena acaranya dikemas dengan menarik, mulai dari relevansi tema, pengemasan materi, acara, hingga narasumber yang ahli di bidangnya, eksplorasi pengetahuan yang saya lakukan tidak selesai hanya sampai satu webinar saja. Munasprok berhasil membuat saya kembali tertarik mengikuti webinar berikutnya dengan berbagai tema menarik seperti: "Mengenal Fotografi", "Konservasi Artefak Logam", "Kreasi Styrofoam" dan "Sosiodrama" .

Sungguh berbagai program kegiatan Munasprok yang saya ikuti di kala masa Pandemi COVID-19 merupakan suatu panasea. Eksporasi pengetahuan yang saya dapat dari kegiatan tersebut sungguh berharga dan membantu saya dalam keluar dari rasa cemas akan kondisi Pandemi dengan mengekpslorasi berbagai ilmu mulai dari sejarah, arkeologi, fotografi, kreatifitas, dan sebagainya.

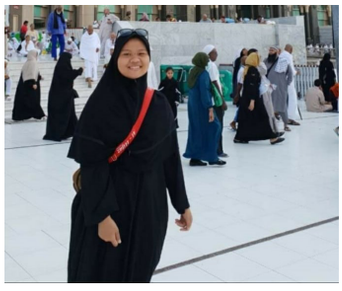
Nama : Abel Chelsea Aprylia

Asal sekolah : SMPN 15 TANGSEL

Umur : 14 tahun

Username ig : @wwwabelchelseacom

Saya pernah mengikuti penyuluhan Museum di sekolah (daring) Episode 3 pada tanggal 13, April 2021. Virtual tour yang memberikan pengetahuan tentang apa yang ada dan peristiwa apa yang pernah terjadi didalam museum tersebut. pesan ku adalah semoga penyuluhan berikutnya lebih banyak waktunya untuk lebih mengetahui tentang sejarah museum perumusan proklamasi.



Nama : Saabirah Atikah Faadhillah Hartono

TTL : Jakarta, 7 Desember 2003

Pendidikan : Mahasiswa FMIPA UI

Sewaktu saya kelas 10 SMA, saya pernah mengikuti Lomba Melukis Poster di Museum Perumusan Naskah Proklamasi. Meskipun saya tidak mendapat predikat juara, saya mendapat pengalaman yang sangat berharga. Saya bisa menyalurkan hobi saya, berkenalan dengan peserta lain yang berasal dari SMA sejabodetabek, dan goodie bag yang keren. Saya berharap munasprok mengadakan kegiatan lomba lagi meskipun sekarang sedang pandemi. Semangat Munasprok.

Salam Museum di Hatiku

Nama : Susi Alipah, S.Pd

TTL : Tegal, 07 Oktober 1982

Email : uchyekoajah@gmail.com

Instansi Mengajar : SDN Kalijambe 01 Kec. Tarub Tegal Jawa Tengah

Keuntungan terpenting dari Penyuluhan Museum Sekolah secara virtual di era pandemi dapat menyajikan data pada berbagai skala dan menampilkan gambar dari berbagai sudut pandang secara bersamaan (misalnya, Ruang Pertemuan dengan Maeda, Ruang Perumusan Naskah Proklamasi, Ruang Pengesahan Naskah Proklamasi, Ruang Pengetikan dan Penandatanganan, serta baju-baju yang pernah dipakai para tokoh proklamasi. Banyak ilmu dan informasi yang didapatkan setelah masuk museum tersebut. Untuk para orangtua tidak ada salahnya untuk mengajarkan dan mengenalkan tentang kemerdekaan bangsa Indonesia kepada anak-anaknya. Lokasinya yang stategis memudahkan untuk mengunjungi Museum Perumusan Naskah Proklamasi.

Nama : Eko Setyo Nurkhamdani
TTL : Tegal, 24 November 1983
Unit Kerja : SMA Negeri 1 Warureja
Nama Kegiatan : Penyuluhan Museum Tingkat SMA

Kunjungan maya yang sungguh memberi kesan mendalam pada saya. Tentu saja juga menambah khasanah ilmu pengetahuan saya tentang sejarah, terutama sejarah Indonesia.Saya sangat berharap, pemerintah dalam hal pengelola museum selalu berusaha memberi pelayanan terbaik kepada pengunjung, mereka mendapat kesan sangat baik dari mengunjungi sumber pengetahuan dan sejarah ini. Kesan yang baik ini tentu saja akan membuat mereka dengan suka rela memberi testimoni atau pengalaman positif mengunjungi museum pada orang lain. Selanjutnya, seperti yang ingin kita harapkan, museum akan menjadi rujukan utama bagi siapa saja yang ingin belajar sejarah. Dengan demikian rencana besar bangsa ini untuk menjadi pemimpin besar dan bengsa bangsa akan terwujud di masa yang akan datang.

Nama : Indra Bayu Nugroho
Usia : 18 tahun
Asal instansi : SMA Negeri 1 Singgahan
TTL : Rembang, 14 Desember 2003

Saya pernah mengikuti kegiatan seminar oleh Munasprok dengan tajuk 75 tahun Indonesia merdeka secara daring kegiatan tersebut sangat menarik tema yang diangkat sangat relevan dengan keadaan generasi muda serta cara narasumber menyampaikan materi sangat interaktif dan mudah dicerna sehingga pokok penting dari materi dapat mudah dipahami oleh peserta.

KURASI

Kita Ulas Ragam Koleksi

Museum Perumusan Naskah Proklamasi

Cap/stempel Pasukan Hantu Maut
Koleksi Museum Perumusan Naskah Proklamasi
Nomor Inventaris 273.13.1

Cap/stempel Pasukan Hantu Maut berbentuk segi tiga, bahan batu andesit berwarna hitam, pada bagian bawah cap berbentuk segi tiga terdapat tulisan " Pasukan Hantu Maut " di setiap sudut terdapat tanda bintang.

Pasukan Hantu Maut adalah pasukan gerilyawan Republik Indonesia yang berasal dari pemuda kampung Pujokusuman di Yogyakarta. Pasukan ini ditugaskan untuk melawan tentara Belanda yang menguasai Yogyakarta sejak Agresi Militer Belanda kedua 19 Desember 1948. GBPH Poedjokoesoemo yang merupakan putra Sri Sultan Hamengku Buwono VIII, menggagas pembentukan Pasukan Hantu Maut.

Pasukan Hantu Maut ini berperan melakukan gangguan-gangguan terhadap kedudukan Belanda di Yogyakarta selama Jenderal Soedirman melakukan perang gerilya.

Pembentukan Kabinet RI I

The first Cabinet

Sesuai dengan sistem pemerintahan presidensial maka dibentuk kabinet pertama pada 2 September 1945 yang dipimpin oleh Presiden Soekarno. Tampak pada gambar sebagian menteri Kabinet RI yang pertama. Duduk nomor dua dari kiri Menteri Sosial Mr. Iwa Kusumasumantri, Menteri Luar Negeri Mr. Ahmad Soebardjo, Presiden Soekarno, Wakil Presiden Moh. Hatta, Menteri Dalam Negeri R.A.A. Wiranatakusumah, dan Menteri Negara Mr. Sartono.

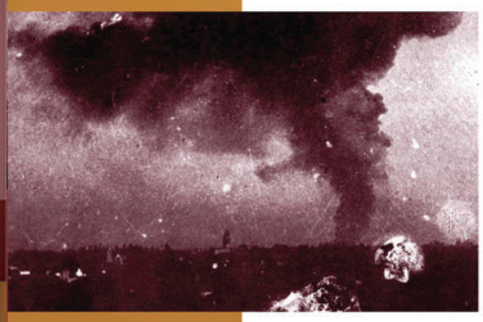
Consistent with the Presidential government, the first Cabinet was formed on September the 2nd 1945 led by the President Soekarno. Sitting at number two from the left to right: Minister of Social Mr. Iwa Kusumasumantri, Minister of International Affair Mr. Ahmad Soebardjo, President Soekarno, and Vice President Moh. Hatta, Minister of Domestic Affair R.A.A. Wiranatakusumah and State Minister Mr. Sartono.

Pertempuran 5 hari 5 malam di Palembang

Five Day and Night Battle in Palembang

Pertempuran terjadi pada 1 – 5 Januari 1947 diawali ketika Belanda melakukan provokasi penembakan di tempat-tempat umum dan pos Tentara Republik Indonesia (TRI). Pertempuran baru berakhir setelah adanya persetujuan gencatan senjata pada 6 Januari 1947.

This battle occurs on the 1st-5th Januaбy 1947 started with the Dutch provoked the Republic army by shooting at public places and sentry post. The battle ended with the ceasefire on January 6th 1947.



Bandung Lautan Api

The Bandung Inferno

Pada 23 Maret 1946 kota Bandung Selatan dibakar sebelum ditinggalkan oleh para pejuang. Hal ini dikarenakan Sekutu memberikan ultimatum yang berbunyi: "Sebelum pukul 24.00 tanggal 24 Maret 1946 semua pasukan bersenjata harus sudah keluar dari kota Bandung bagian selatan sejauh radius 11 km", karena tidak rela Bandung diduduki Sekutu, rakyat Indonesia di Bandung berani berkorban dengan melakukan bumi hangus. Peristiwa ini dikenal dengan nama Bandung Lautan Api.

In March 23rd 1946 the fighters of Bandung torched their own houses in Southern Bandung. This incident resulted from the ultimatum from the allies which stated: "All fighters must leave Southern Bandung Intact Before midnight at March 24th 1946 to a radius of 11 km", for they rather torched their hometown than seeing the allies marched in.

Peristiwa Surabaya

The Surabaya Incident

Diawali dengan kedatangan tentara Sekutu (AFNEI) di Surabaya pimpinan Brigjen A.W.S. Mallaby pada 25 Oktober 1945. Pada 27 Oktober 1945 Sekutu membebaskan perwira-perwira yang ditawan RI sehingga menimbulkan bentrokan fisik. Pemerintah RI mengeluarkan pernyataan penghentian tembak menembak namun tidak diindahkan oleh sekutu dan terjadi pertempuran pada 10 November 1945.

Incited with the arrival of the allies troop under the command of Brigadier General A.W.S Mallaby on 25th October 1945. On the 27th October, the allies release the officer detained by the Indonesian fighter which caused the conflict. The Indonesian government ordered the ceasefire which was ignored by the allies and the battle escalate on November 10th 1945.

Suasana setelah penghentian tembak menembak yang disepakati oleh para pemimpin pemerintah RI dengan tentara Sekutu. Pada gambar tampak Brigadir Jenderal Mallaby dan Dr. Soegiri sedang berkeliling kota memberitahukan adanya penghentian tembak menembak (foto kanan).

Scene after the ceasefire between the government of Indonesia and allies. Shown Brigadier General Mallaby and Dr. Soegiri announcing the ceasefire around town (right photo).