



konsep penyajian museum

konsep peny

ojian museum

konsep penyajian museum

Tim Penyusun:

Ketua:

R. Tjahjopurnomo

Tim Penulis:

- Yunus Arbi
- Kresno Yulianto
- R. Tjahjopurnomo
- M Ridwan Abdulroni Kosim
- Osrifoel Oesman
- Sukasno

Konsep Desain dan Lay out:

- Sukasno

Diterbitkan oleh:

Direktorat Permuseuman
Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Jakarta
cetakan pertama, 2011

ISBN 978-602-19627-0-1



Direktorat Permuseuman
Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Daftar isi

SAMBUTAN	2		
1. Pendahuluan		2. Kebijakan Permuseuman Indonesia	
1.1. LATAR BELAKANG	10	2.1. LANDASAN KEBIJAKAN	23
1.2. MAKSUD DAN TUJUAN	14	2.2. KEBIJAKAN PENYAJIAN ATAU PAMERAN	26
1.3. SASARAN	16		
1.4. KELUARAN	18	4. Konsep Penyajian Pameran	
1.5. TAHAPAN KEGIATAN	18	4.1. MUSEUM DAN KURATOR	53
1.6. RUANG LINGKUP KEGIATAN	18	4.3. LANGKAH-LANGKAH PENYUSUNAN GAGASAN TATA RUANG PAMERAN TETAP DI MUSEUM	56
3. Evaluasi dan telaah Dokumen Proposal Revitalisasi Fisik Museum		4.3. PEMILIHAN DAN PEMILAHAN KOLEKSI.....	61
3.1. EVALUASI UMUM	35	4.4. KONSEP TATA PAMER YANG KOMUNIKATIF	61
3.2. EVALUASI KHUSUS	37	4.5. KONSEP RANCANGAN DESAIN	64
3.3. TELAAH KHUSUS DOKUMEN DALAM KONTEKS KONSEP PENYAJIAN PAMERAN	40	4.6. KONSEP TATA RUANG PAMER MUSEUM	66
3.4. DISKUSI KELOMPOK	43	4.7. KONSEP TATA PAMER YANG KOMUNIKATIF	67
5. Desain Komunikasi Visual Dalam Ruang Pameran tetap		6. Konsep tata Ruang Pameran tetap	
5.1. RUANG LINGKUP DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	71	6.1. KONSEP REVITALISASI MUSEUM.....	107
5.2. METODE DESAIN	74	6.2. KONSEP RUANG PAMERAN	109
5.3. PRINSIP DASAR DESAIN	76	6.3. KONSEP RANCANGAN FURNITURE-PERABOT PERAGA BENDA KOLEKSI PAMER	118
5.4. DASAR PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	78	6.4. DOKUMEN RANCANGAN	122
5.5. FUNGSI DAN PERAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM KONTEK MUSEUM	82		
5.6. DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DIMUSEUM	90		
5.7. PERLUNYA PEMAHAMAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI MUSEUM	96		

Indonesia Sudah dari awal kemerdekaan pemerintah telah menempatkan museum sebagai **salah satu institusi penting** dalam pembangunan kebudayaan bangsa. Museum didirikan untuk kepentingan **pelestarian warisan budaya** dalam rangka pembinaan dan pengembangan kebudayaan bangsa, dan juga sebagai sarana pendidikan nonformal. Oleh karena itu, pemerintah menganggap bahwa museum menjadi urusan yang perlu ditangani **pembinaan, pengarahannya, dan pengembangannya** dalam rangka pelaksanaan kebijakan politik di bidang kebudayaan.

Sambutan



Memaknai dan menyikapi amanat seperti tersebut di atas, pemerintah menetapkan Program Prioritas Nasional melalui Instruksi Presiden Nomor 1 Tahun 2010 tentang Percepatan Pelaksanaan Prioritas Pembangunan khususnya Prioritas 11: Kebudayaan, Kreativitas, dan Inovasi Teknologi. Program pada Prioritas 11 tersebut adalah pengelolaan kekayaan budaya/keperbakaan yang salah satu aktivitasnya adalah Revitalisasi Museum. Berdasarkan hal tersebut, Revitalisasi Museum menjadi salah satu Program Unggulan yang tertuang dalam Rencana Strategis Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata 2010-2014.

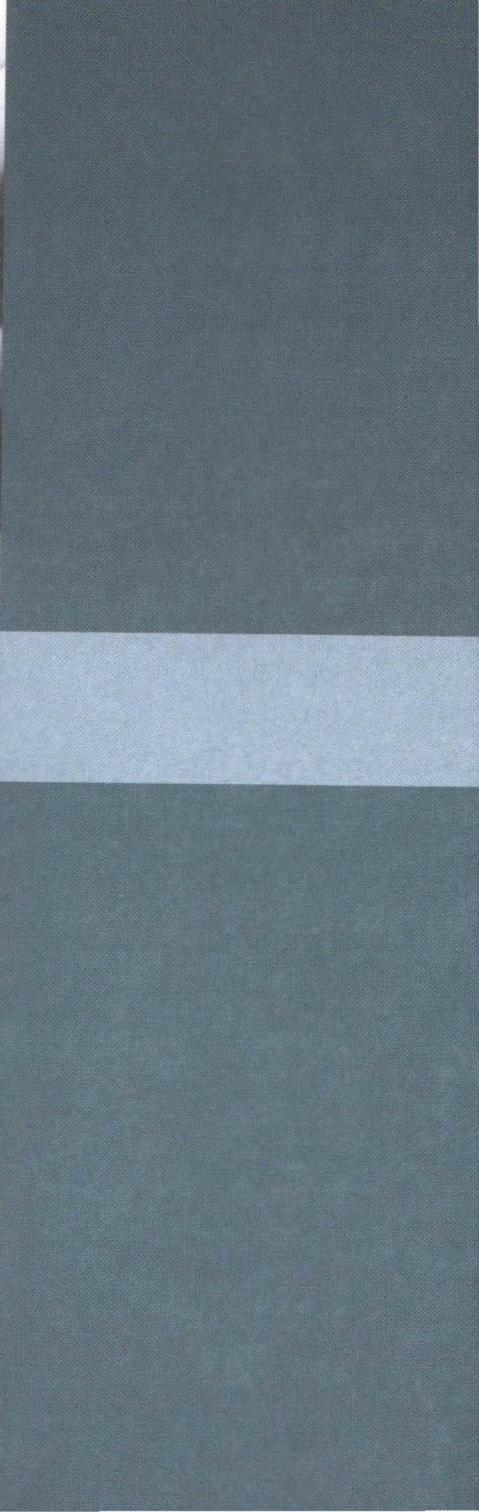
Revitalisasi Museum merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas museum dalam melayani masyarakat sesuai dengan fungsi museum. Pada pelaksanaannya, revitalisasi ini mengacu pada tiga pilar kebijakan permuseuman, yaitu mencerdaskan bangsa, memperkuat kepribadian bangsa, ketahanan nasional dan wawasan nusantara. Revitalisasi Museum terdiri atas enam aspek, yaitu fisik, manajemen, jejaring, program, kebijakan, dan pencitraan. Keenam aspek ini akan diimplementasikan di 87 museum bekerja sama dengan pemerintah daerah. Revitaliasi Museum tahun 2011 difokuskan pada aspek fisik yang ditujukan bagi 30 museum swasta dan negeri melalui mekanisme Tugas Pembantuan

Buku *Konsep Penyajian Museum* ini berisi langkah-langkah penyusunan gagasan tata ruang pameran tetap di museum, konsep tata pameran yang kreatif, dan konsep rancangan desain ruang museum. Buku ini bisa menjadi acuan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi bagi museum yang direvitalisasi, sehingga pelaksanaan Revitalisasi Museum aspek fisik dapat berdaya guna dan berhasil guna.



Ir. Aurora F. R. Tambunan M.Si

Direktur Jenderal Sejarah dan Purbakala
Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata



Bab 1

Pendahuluan

1.1. LATAR BELAKANG	10
1.2. MAKSUD DAN TUJUAN	14
1.3. SASARAN	16
1.4. KELUARAN	18
1.5. TAHAPAN KEGIATAN	18
1.6. RUANG LINGKUP KEGIATAN	18

*“A museum introduces people to our world by examining **how we see, hear and feel**. Perception is the basis for what each of us finds out about the world and how we interpret it — whether we do it directly with our eyes or use helpful tools.”*

Frank Oppenheimer, *The Exploration*

1.1. Latar Belakang

Direktorat Museum memiliki tugas untuk melaksanakan penyiapan rumusan kebijakan, standar, norma, kriteria, dan prosedur serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang permuseuman. Dalam melaksanakan tugas tersebut, Direktorat Museum menyelenggarakan fungsi yang salah satunya adalah pelaksanaan dan penyiapan bahan rumusan kebijakan di bidang permuseuman serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang registrasi, pengamanan dan pengendalian, pemeliharaan dan perawatan, serta penyajian dan kerja sama permuseuman. Terkait dengan tugas dan fungsi tersebut, maka dalam rangka menunjang program Revitalisasi Museum yang tengah berlangsung saat ini, Direktorat Museum perlu membuat konsep penyajian museum, khususnya tata pameran tetap yang merupakan medium utama museum dalam berkomunikasi dengan pengunjung. Revitalisasi museum telah ditetapkan sebagai salah satu program prioritas melalui Instruksi Presiden No.1 Tahun 2010 tentang Percepatan Pelaksanaan Prioritas Pembangunan Nasional Tahun 2010.

Revitalisasi museum pada dasarnya adalah program yang berupaya untuk meningkatkan kualitas museum dalam melayani masyarakat sesuai dengan fungsi museum yang sebenarnya. Pada gilirannya museum diharapkan dapat menjadi tempat yang dirasakan sebagai kebutuhan masyarakat untuk dikunjungi. Dalam Revitalisasi MUSEUM INDONESIA 2010 – 2014 ini dicantumkan enam aspek museum yang sudah waktunya dilakukan perubahan yaitu

- (1) aspek fisik yang meliputi penataan eksterior, penataan interior, dan fasilitas utama
- (2) aspek manajemen yang meliputi manajemen sumberdaya manusia, manajemen koleksi, manajemen layanan pengunjung, dan manajemen keuangan
- (3) aspek program yang meliputi program di dalam museum (*in house*) dan program di luar museum (*outreach*),

- (4) jaringan, yang meliputi pemberdayaan masyarakat dan kemitraan dalam dan luar negeri,
- (5) kebijakan yang memuat penyusunan Norma Standar dan Pedoman Kriteria, dan Pencitraan Kampanye Gerakan Nasional Cinta Museum, Publikasi cetak dan elektronik, dan pelayanan pengunjung. Melalui keenam aspek inilah museum-museum yang akan direvitalisasi diharapkan dapat meningkatkan pelayanan museum dalam menghadapi pemangku kepentingan yang setiap saat dapat berubah dari masa ke masa.



Salah satu sasaran program revitalisasi museum ini adalah penataan kembali penyajian koleksi pada ruang tata pameran museum-museum di Indonesia yang secara bertahap dilakukan sejak tahun 2010 sampai dengan 2014. Untuk tahun 2011 jumlah museum yang akan direvitalisasi pada aspek fisiknya terutama pada tata pameran yang ada di 30 museum. Museum-museum yang akan direvitalisasi tata pamernya pada tahun 2011 ini telah mengajukan usulan pra rancangan secara umum pada tahun 2010. Di dalam revitalisasi museum ini, tidak saja faktor estetis maupun kenyamanan pengunjung saja yang dipentingkan, tetapi kualitas informasi yang lebih diutamakan. Oleh karena itu, diperlukan pula upaya peningkatan mutu sajian informasi pada museum-museum tersebut. Banyak museum cenderung menampilkan hampir semua koleksinya padahal belum tentu informasi yang disampaikan koleksi tersebut sudah sesuai dengan visi dan misi museum. Untuk menjaga agar kualitas informasi koleksi itu bermakna bagi pengunjung, maka idealnya setiap koleksi memerlukan kajian terlebih dahulu sebelum disajikan di ruang tata pameran.

Terdapat dua pertimbangan mengapa konsep penyajian museum perlu dirumuskan secara cermat.

Pertama, karena koleksi museum pada dasarnya merupakan warisan budaya. Bagaimana pun warisan budaya merupakan landasan operasional bagi proses penanaman rasa patriotisme yang harus diwariskan



dari generasi ke generasi. Warisan budaya pada hakikatnya merupakan landasan untuk membangun sesuatu wacana khusus seperti misalnya identitas. Penyampaian identitas ini bertujuan agar masyarakat sadar akan identitasnya atau memperkuat identitas yang telah disadarinya, sehingga pada gilirannya dapat membangkitkan keyakinan bahwa mereka memiliki potensi untuk mampu mengembangkan diri.

Pertimbangan **ke dua** adalah telah bergesernya orientasi layanan museum yang bermula *object oriented* kini *people oriented*. Oleh karenan itu jika sebelumnya para kurator telah menyajikan koleksinya kepada pengunjung, namun tujuan penyajiannya hanyalah menyampaikan informasi, dalam arti bahwa koleksi disajikan menurut sudut pandang bidang ilmu kurator. Sebagai akibatnya maka koleksi pun diklasifikasikan berdasarkan bidang ilmu sehingga terkelompok menjadi koleksi etnografi, arkeologi dan seterusnya, yang dikelola oleh ahli antropologi atau ahli arkeologi sebagai kuratornya. Hal ini berarti bahwa para kurator dalam memamerkan koleksinya belum memberikan makna terhadap apa yang disajikannya, sehingga pengunjung menjadi tidak memperoleh makna apapun dari kunjungannya ke museum. Atas dasar inilah

maka tidak mengherankan apabila museum hanya dikenal sebagai tempat penyimpanan dan pelestarian benda langka.

Sebaliknya apabila konsep penyajian orientasinya telah berubah dari koleksi ke masyarakat maka museum tidak hanya melestarikan dan kemudian memamerkan koleksinya, namun berubah menjadi bagaimana koleksi itu dapat bermakna bagi masyarakat, bagaimana koleksi itu dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat, bagaimana koleksi itu dapat memberi identitas masyarakat, bagaimana masyarakat dapat menemukan kembali akar budayanya. Tidak dipungkiri bahwa dari sejumlah museum yang ada di Indonesia memang terdapat museum yang sajian tata pamernya sudah berorientasi kepada pengunjung, meski ada pula museum yang penyajian koleksinya masih cenderung mengutamakan estetika ketimbang makna koleksi. Bagaimana pun harus disadari bahwa fungsi museum adalah menyampaikan informasi baik beragam sejarah alam maupun budaya yang mampu mengilhami pembentukan identitas budaya untuk memenuhi keinginan masyarakat. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan penyajian itu sendiri maka penyampaian informasi museum ini harus pula memenuhi prinsip-prinsip desain komunikasi visual.

Di samping perubahan sikap dan perlakuan kurator terhadap koleksi, para ahli museologi pun harus mengubah sikap dan pandangannya terhadap pengunjung. Pada masa datang, penelitian terhadap pengunjung ini harus lebih dicermati, misalnya apa obyek koleksi yang akan direspon pengunjung, bagaimana pemaknaan pengunjung terhadap koleksi tersebut, dan apa manfaatnya koleksi bagi pengunjung terutama jika dikaitkan dengan masa kini. Bagaimana pun ekshibisi merupakan media komunikasi yang efektif antara museum dengan pengunjung, dengan asumsi bahwa setiap pengunjung datang ke museum untuk melihat ekshibisi yang diselenggarakan.



Ikatan emosional antara benda koleksi dengan museum, sudah dapat dipastikan sangat erat, namun tidaklah menjadi jaminan dalam penyajiannya di ruang pameran tetap, juga sesuai dengan visi-misi dari museum tersebut. Untuk itu, sangatlah penting bagi manajemen museum khususnya kurator di museum, untuk menguasai dan memahami visi-misi museum, kemudian riwayat atau sejarah dari benda koleksi yang akan dipamerkan serta penguasaan terhadap wawasan sosial yang berkembang pada masanya.

Pemahaman tentang identitas diri museum (*corporate museum identity*) merupakan bagian terpenting yang harus diketahui oleh pihak manajemen museum dan kurator museum. Dengan program revitalisasi museum, tuntutan perkembangan terhadap museum tidak bisa dihindari, hal ini menuntut pihak museum untuk melibatkan pihak lain dalam peran serta membangun museum. Seperti telah disampaikan dalam paparan di atas, salah satu program revitalisasi museum adalah renovasi ruang pameran tetap museum. Dalam hal ini jelas bahwa museum akan melibatkan pihak lain dalam membantu proses pembangunannya. Untuk itu manajemen museum dan kurator museum dituntut untuk memahami identitas museum dan barang koleksi agar mampu menjelaskan juga memberikan wawasan kepada pihak lain tentang tata ruang pameran tetap sekaligus konsep penyajian benda koleksi yang akan di pameran.



1.2. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penyusunan konsep penyajian museum ini adalah :

1. Memberikan arahan dan acuan kerja dalam melaksanakan revitalisasi fisik museum terutama dalam penyempurnaan tata pamerannya.
2. Mendorong museum-museum daerah agar mampu melaksanakan kegiatan peningkatan kualitas informasi pada pameran tetapnya yang sesuai dengan tujuan dan fungsi informasi koleksi bagi pengunjung pada masa kini dan mendatang.

Dalam konteks program revitalisasi museum di Indonesia, salah satu aspek utamanya adalah peningkatan kualitas penyajian informasi melalui strategi komunikasi visual. Melalui peningkatan ini diharapkan pameran tetapnya dapat berlangsung secara optimal, penampilannya dapat dipertanggungjawabkan dengan baik, dan berhasil dipahami publik. Pameran di museum dapat dikatakan sukses apabila telah berhasil mencapai tujuan yang diemban museum tersebut, dan setidaknya telah melakukan beberapa hal berikut, yaitu:

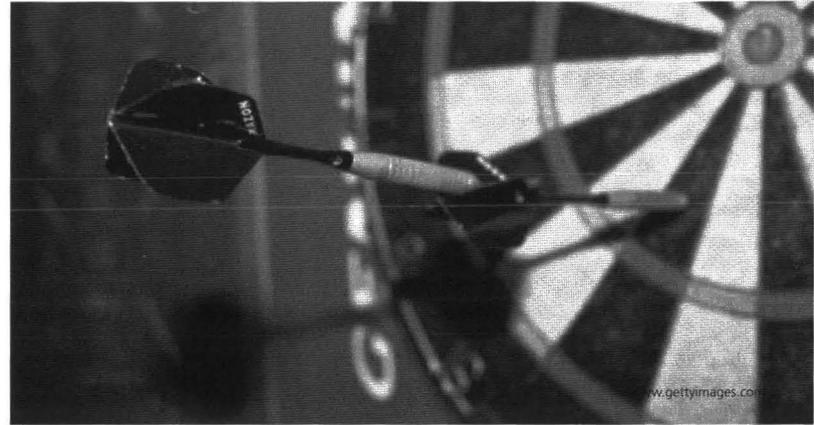
1. Menampilkan objek yang tampak nyata dan hidup.
2. Langsung mengena pada sasaran yang dimaksud.
3. Dapat dipahami oleh berbagai kalangan.
4. Dapat dikenang (*memorable*).
5. Menggunakan teknik penyampaian modern sehingga memudahkan pemahaman pengunjung.
6. Menyertakan *display* yang komprehensif untuk menjelaskan suatu objek.



1.3. Sasaran

Sasaran dari kegiatan ini menyiapkan acuan atau pedoman dalam upaya mewujudkan kualitas penyajian informasi pameran tetap bagi museum-museum yang akan melakukan revitalisasi fisik agar proses-proses dalam pelaksanaan penyajian dapat terlaksana dengan baik. Agar informasi tentang koleksi tersebut berkualitas dan dapat memberi makna kepada pengunjung maka sebelum koleksi itu disajikan di ruang pameran sebaiknya perlu dilakukan kajian terlebih dahulu.

Kajian terhadap informasi koleksi dimulai sejak koleksi itu masuk ke museum. Informasi yang melekat pada koleksi itu masih mentah, yakni masih berupa informasi fisik. Tahap selanjutnya informasi tersebut akan diolah oleh kurator dan peneliti mulai dari daerah penemuan atau asal koleksi, pencarian dokumentasi koleksi sebelum masuk ke museum, hingga penelitian bahan dan unsur kimia dalam koleksi. Selanjutnya hasil penelitian itu akan didokumentasikan oleh pekerja museum yang ahli dalam bidang komputasi atau basis data. Pendokumentasian ini diawasi oleh manajer koleksi. Dokumentasi ini juga melibatkan konservator yang harus mengetahui umur atau catatan lain tentang koleksi. Dokumentasi tadi dievaluasi dan diberikan pada penulis dan presenter. Saat informasi tersebut sudah didokumentasikan, maka akan kembali diteliti oleh kurator dan peneliti untuk menuliskan segala informasi terkait dengan koleksi yang kemudian dievaluasi oleh pihak manajemen museum. Apabila informasi mengenai koleksi terlalu banyak, maka pihak manajemen dapat memotongnya, atau apabila informasi koleksi tidak sejalan dengan tema besar museum, pihak manajemen dapat membatalkannya untuk memamerkan koleksi tersebut. Dalam tahap keempat ini museum dapat membuat semacam uji coba kelayakan informasi yang ditampilkan dalam pameran yang langsung melibatkan beberapa ahli. Pada tahap akhir, informasi yang telah terpilih akan dipamerkan bersamaan dengan koleksi. Namun sebelumnya pihak museum harus menentukan target dari informasi tersebut, karena orang yang berbeda, pada saat yang berbeda, memerlukan tipe informasi yang berbeda-beda pula.



Bila kajian terhadap informasi sudah dilakukan maka pada tahap selanjutnya, informasi tersebut dapat dituangkan dalam berbagai bentuk, misalnya label, audio, video dan komputer multimedia. Informasi hendaknya juga disampaikan dalam dua bahasa. Berbagai bentuk penyampaian informasi ini memiliki kelebihan dan kelemahan, namun label dinilai lebih efektif karena memiliki keuntungan lebih murah, mudah digunakan oleh banyak orang dalam waktu bersamaan, dan lebih cepat digunakan. Label yang dicetak pun memiliki keuntungan dapat dibentuk lebih indah dengan memilih tipografi yang indah.



1.4. Keluaran

Keluaran dari kegiatan ini adalah acuan penataan ruang bagi konsultan perencana yang akan melakukan penyiapan dokumen perencanaan fisik dan penataan interior ruang tata pameran tetap museum-museum yang direvitalisasi di tahun 2011. Manfaat dengan adanya naskah konsep penyajian bagi 30 museum yang akan direvitalisasi ini diharapkan :

- a. Terciptanya mutu sajian dan kualitas informasi yang dapat memberi nilai pembelajaran bagi pengunjung melalui tata pamernya
- b. Terciptanya ruang pameran tetap dengan alur yang jelas.

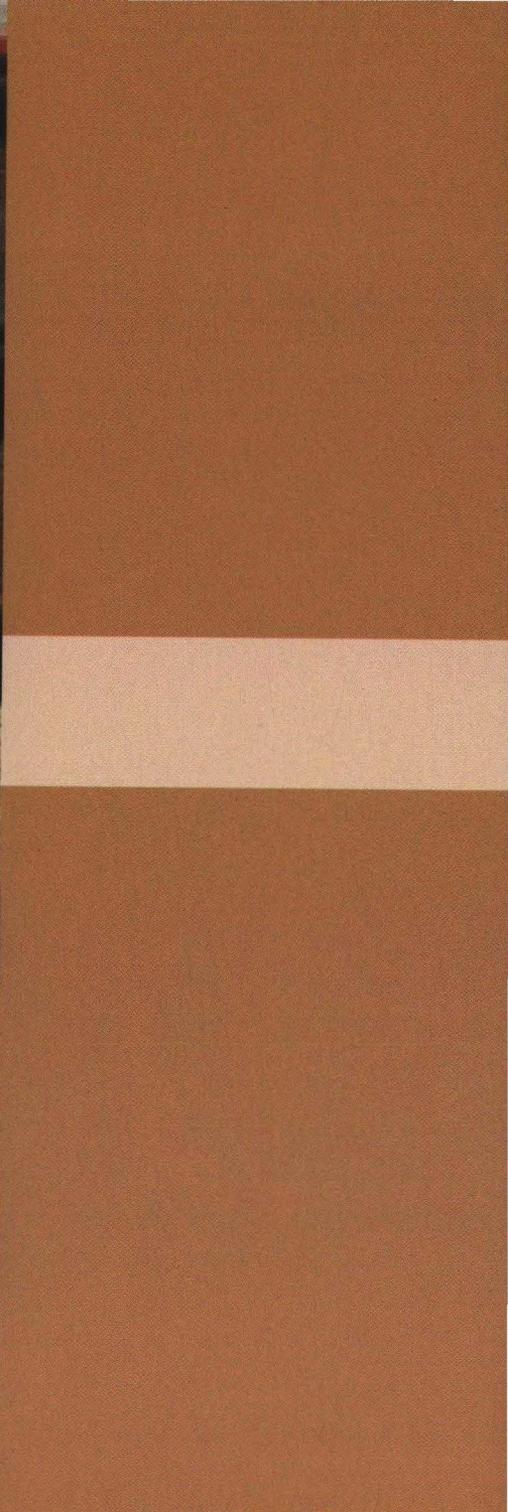
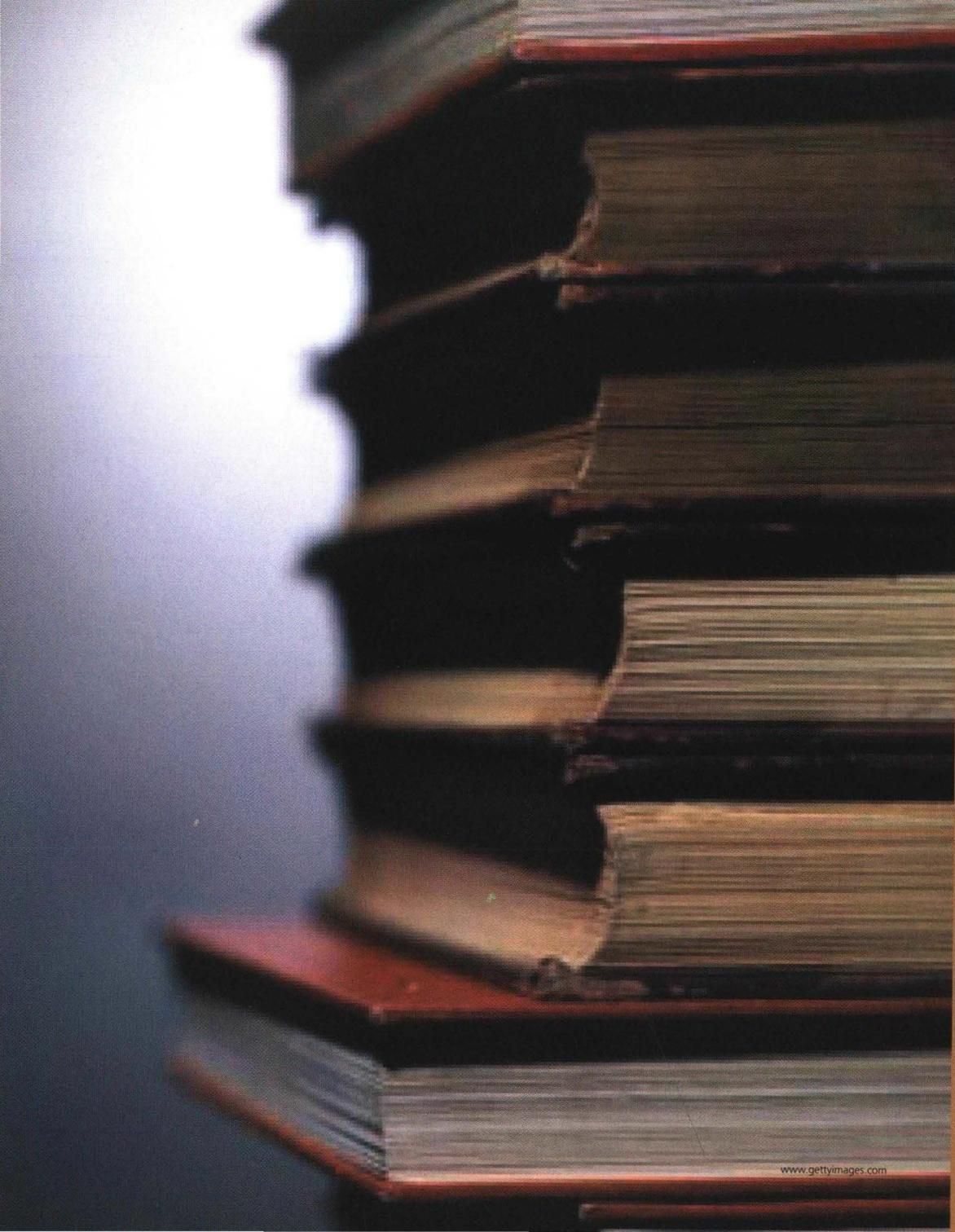
1.5. Tahapan Kegiatan

Secara garis besar ruang lingkup kegiatan, dapat diuraikan sebagai berikut :

1. mengumpulkan dan mengkaji dokumen pra-rancangan umum yang telah diajukan oleh 30 museum yang akan melakukan revitalisasi fisik pada tahun 2011 ini.
2. Mengelompokkan usulan dokumen pra rancangan 30 museum berdasarkan bobot dan variabel pekerjaan revitalisasi fisik yang akan dilaksanakan dan peninjauan lapangan dalam upaya menemukan potensi dan permasalahan.
3. Mengkonsolidasikan berbagai input, gagasan dan konsep tentang penyajian museum dengan melibatkan masyarakat, pemerintah daerah.
4. Melakukan analisa, kajian dan perumusan pemecahan permasalahan dalam meningkatkan mutu sajian pameran tetap.
5. Menyusun dokumen konsep penyajian pameran tetap sebagai acuan bagi konsultan perencana pada 30 museum yang akan melakukan revitalisasi.

1.6. Ruang Lingkup Kegiatan

Dalam pembuatan pedoman, *Kerangka Kerja Logis* merupakan alat utama dalam menelaah, menyusun strategi, rencana kegiatan dan lain sebagainya. Untuk itu dirasa perlu untuk melampirkan *Kerangka Kerja Logis* dalam ruang lingkup kegiatan. Keluaran dari kegiatan ini adalah naskah atau pedoman yang akan diacu bagi konsultan perencana dalam merancang tata pameran museum yang akan direvitalisasi.



Bab

Kebijakan Permuseuman Indonesia

2.1. LANDASAN KEBIJAKAN	23
2.2. KEBIJAKAN PENYAJIAN ATAU PAMERAN	26

Dalam rangka penyusunan naskah Konsep Penyajian Museum bagi ke 30 museum yang akan direvitalisasi fisik pada tahun ini, **perlu dilakukan evaluasi dan telaah** terhadap dokumen proposal revitalisasi fisik museum 2011 yang telah diajukan oleh masing-masing Museum (tabel 1 lampiran). Ketigapuluh museum terdiri atas 21 museum umum dan 9 museum khusus.

Pemerintah sudah dari awal kemerdekaan telah menempatkan museum sebagai salah satu institusi penting dalam pembangunan kebudayaan bangsa. Museum didirikan adalah untuk kepentingan pelestarian warisan budaya dalam rangka pembinaan dan pengembangan kebudayaan bangsa, dan juga sebagai sarana pendidikan nonformal, oleh karena itu pemerintah menganggap bahwa museum itu menjadi urusan yang perlu ditangani pembinaan, pengarahan, dan pengembangannya dalam rangka pelaksanaan kebijakan politik, sosial dan ekonomi di bidang kebudayaan. Oleh karena itu, dari museum-museum di Indonesia diharapkan dapat terlaksana kegiatan fungsional yang khas bagi museum sebagai lembaga social cultural edukatif, yakni sebagai suka peninggalan sejarah perkembangan alam, manusia dan kebudayaan, sebagai pusat dokumentasi dan informasi, sebagai pusat studi dan rekreasi, yang melayani kepentingan-kepentingan lingkungan sosial budayanya bagi usaha-usaha pencerdasan kehidupan bangsa dalam menuju masyarakat Indonesia yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila.

Kebijakan permuseuman Indonesia berpangkal dari kebijakan nasional dan penyesuaian dengan kebijakan internasional (*International Council of Museums*). Keduanya tidak bersifat kontradiktif, akan tetapi saling mengisi, sesuai dengan tujuan hidup bernegara antartetangga. Walaupun demikian, dalam hubungan kerja sama internasional, maka kepentingan nasional selalu harus lebih didahulukan.



2.1. Landasan Kebijakan

Tiga landasan kebijakan yang diambil pemerintah yaitu:

Landasan Ideal.

Landasan ideal permuseuman Indonesia adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari landasan ideal pembinaan dan pengembangan kebudayaan nasional, yaitu Pancasila.

2. Landasan Konstitusional

- a. Undang-Undang Dasar 1945 pasal 31:
 - (1) Tiap-tiap warga Negara berhak mendapatkan pengajaran.
 - (2) Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pengajaran nasional yang diatur oleh undang-undang.
- b. Undang-Undang Dasar 1945 pasal 32:

Pemerintah memajukan kebudayaan nasional Indonesia. Ini mengandung arti seperti tersebut dalam penjelasan pasalnya, yaitu “ Kebudayaan bangsa ialah kebudayaan yang timbul sebagai buah usaha budi-daya rakyat Indonesia seluruhnya. Kebudayaan lama dan asli yang terdapat sebagai puncak-puncak kebudayaan di daerah-daerah di seluruh Indonesia, terhitung sebagai kebudayaan bangsa. Usaha kebudayaan harus menuju ke arah kemajuan adab, budaya dan persatuan, dengan tidak menolak bahan-bahan baru dari kebudayaan asing yang dapat memperkembangkan atau memperkaya kebudayaan bangsa sendiri, serta mempertinggi derajat kemanusiaan bangsa Indonesia.

- c. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya. Pasal 18 (2): Museum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi berupa benda, bangunan, atau struktur yang telah ditetapkan sebagai cagar budaya atau yang bukan cagar budaya, dan mengkomunikasikannya kepada masyarakat.

Dalam penjelasan disebutkan, bahwa oleh karena itu, kebudayaan Indonesia yang mencerminkan nilai-nilai luhur bangsa harus dilestarikan guna memperkuat jati diri bangsa, mempertinggi harkat dan martabat bangsa, serta memperkuat ikatan rasa kesatuan dan persatuan bagi terwujudnya cita-cita bangsa pada masa depan.

Kebudayaan Indonesia yang memiliki nilai-nilai luhur harus dilestarikan guna memperkuat pengamalan Pancasila, meningkatkan kualitas hidup, memperkuat kepribadian bangsa dan kebanggaan nasional, memperkuat persatuan bangsa, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai arah kehidupan bangsa.

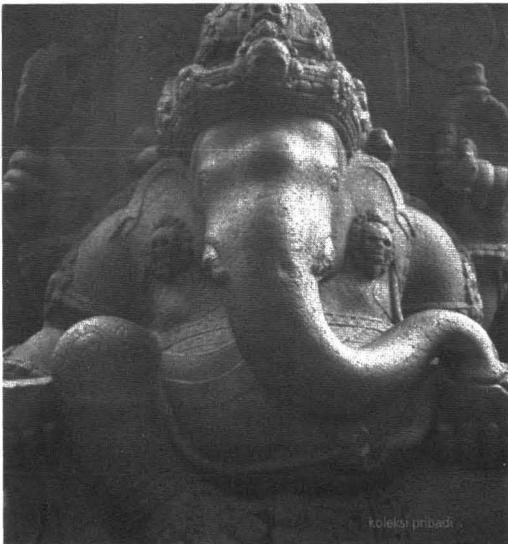
3. Landasan Operasional

- a. Nilai budaya Indonesia, yang mencerminkan nilai luhur bangsa harus dibina dan dikembangkan untuk memperkuat penghayatan dan pengamalan Pancasila, memperkuat kepribadian bangsa, mempertebal rasa harga diri dan kebanggaan nasional, serta memperkokoh jiwa kesatuan.
- b. Kebudayaan nasional terus dibina dan diarahkan pada penerapan nilai-nilai kepribadian bangsa yang berlandaskan Pancasila.
- c. Dengan timbulnya kebudayaan bangsa yang berkepribadian dan berkesadaran nasional, sekaligus dapat dicegah nilai-nilai sosial budaya yang bersifat feodal dan kedaerahan yang sempit, serta ditanggulangi pengaruh kebudayaan asing yang negatif, sedang dilain pihak ditumbuhkan kemampuan masyarakat untuk menyaring dan menyerap nilai-nilai dari luar yang positif, yang memang diperlukan bagi pembaharuan dalam proses pembangunan.
- d. Usaha-usaha pembauran bangsa perlu lebih ditingkatkan di segala bidang kehidupan, baik di bidang ekonomi maupun sosial budaya, dalam rangka usaha memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa, serta memantapkan ketahanan nasional.

- e. Tradisi dan peninggalan sejarah yang mempunyai nilai perjuangan bangsa, kebanggaan, serta kemanfaatan nasional, tetap dipelihara dan dibina untuk memupuk, memperkaya, dan memberi corak khas kepada kebudayaan nasional.

Direktorat Museum, dewasa ini dengan selalu mengacu pada pokok-pokok pemikiran di atas, telah menetapkan tiga pilar utama yang dijadikan kebijakan dalam rangka kegiatan operasional museum, yaitu:

1. Mencerdaskan bangsa
2. Kepribadian bangsa
3. Ketahanan nasional dan wawasan nusantara.



2.2. Kebijakan Penyajian atau Pameran

Pada 1980 pemerintah mengelompokan museum menjadi dua kelompok, yaitu museum umum dan museum khusus. Sejauh ini penyajian koleksi dikelompokan berdasarkan kepada jenis koleksinya. Dengan perkataan lain, museum umum adalah museum yang memiliki berbagai cabang ilmu, sedangkan museum khusus adalah museum yang hanya memiliki satu cabang ilmu.

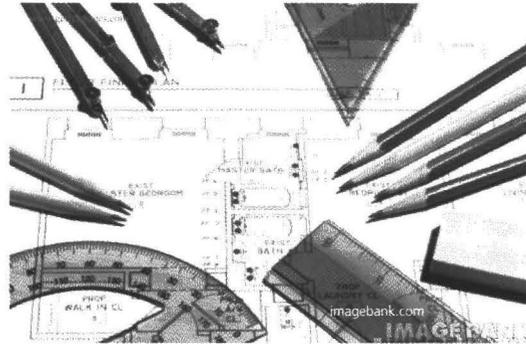
Dalam implementasi kebijakan, peran museum sebagai tempat untuk melestarikan warisan sejarah alam dan budaya bangsa, diwujudkan dengan pendirian museum-museum umum di setiap ibukota provinsi di Indonesia. Sementara jenis museum khusus didirikan museum-museum khusus yang menggambarkan sejarah perjuangan bangsa, yang terkait dengan jenis koleksi tertentu dan yang mewakili cabang jenis ilmu tertentu.

Penyajian di museum harus melalui sebuah kajian yang matang dan juga perencanaan yang matang pula, dengan selalu berlandaskan pada tiga pilar kebijakan permuseuman Indonesia, yaitu pertama mencerdaskan bangsa; kedua kepribadian bangsa; dan ketiga ketahanan nasional dan wawasan nusantara. Tiga faktor yang perlu diperhatikan dalam kaitan kegiatan penyajian museum adalah:

1. Faktor pengunjung museum
2. Faktor kebijakan dan perencanaan
3. Faktor metode penyajiannya

Fungsi pokok museum terhadap pengunjung adalah berkomunikasi. Dasar utama dari komunikasi museum adalah filsafat dasar atau dasar ideal masing-masing museum. Filsafat dasar setiap museum berhubungan dengan tujuan museum itu didirikan dan jenis koleksi diantara berbagai museum merupakan petunjuk akan persamaan filsafat dasar.

Semestinya hubungan antara museum dengan pengunjung harus diartikan sebagai komunikasi. Museum dan koleksinya dapat dianggap sebagai komunikator. Komunikator adalah orang yang menguasai bahan dan data informasi tentang koleksi museum, umumnya disebut kurator museum. Pameran pun dapat dianggap sebagai media komunikasi, yaitu yang menyampaikan



cerita atau riwayat dengan koleksi sebagai mata rantai skenario. Pengunjung museum dapat dianggap sebagai komunikator, yaitu yang melihat pameran koleksi itu.

Pameran merupakan cara yang efektif bagi museum untuk berkomunikasi dengan pengunjung. Setiap penyelenggaraan pameran, selalu diawali dengan sebuah gagasan besar tentang apa yang ingin disampaikan kepada masyarakat luas. Gagasan kemudian diwujudkan dengan menyajikan berbagai koleksi yang dilengkapi dengan teks, gambar, foto, ilustrasi dan pendukung lainnya. Perencanaan pameran merupakan faktor penting untuk menentukan strategi kerja dan tahapan pelaksanaan hingga evaluasi, serta dibutuhkan keterlibatan banyak pihak dan keahlian dan ketrampilan khusus bagi yang terlibat di dalamnya.

Pameran juga bermakna untuk menyampaikan misi museum kepada pengunjung. Pemilihan koleksi, tema-tema pameran yang diangkat, program pendukung serta informasi dan interpretasi yang disampaikan merupakan gambaran keunikan dan kekhasan museum atau tempat diselenggarakan pameran. Sementara masyarakat turut berperan dan ikut menentukan apakah pameran tersebut mampu menyentuh, menarik, komunikatif, akrab dengan pemahaman mereka. Pameran adalah inti dari pengalaman yang ditawarkan museum kepada masyarakat. Setiap museum mempunyai karakteristiknya masing-masing, dan melalui pamerannya, museum dapat merefleksikan karakteristik tersebut melalui isi, gaya, dan cara pengungkapan. Terlepas dari jenis museum tempat pameran itu berada atau jenis informasi yang disampaikan di dalamnya, pameran museum memiliki tiga prinsip yang bersifat universal, yaitu:

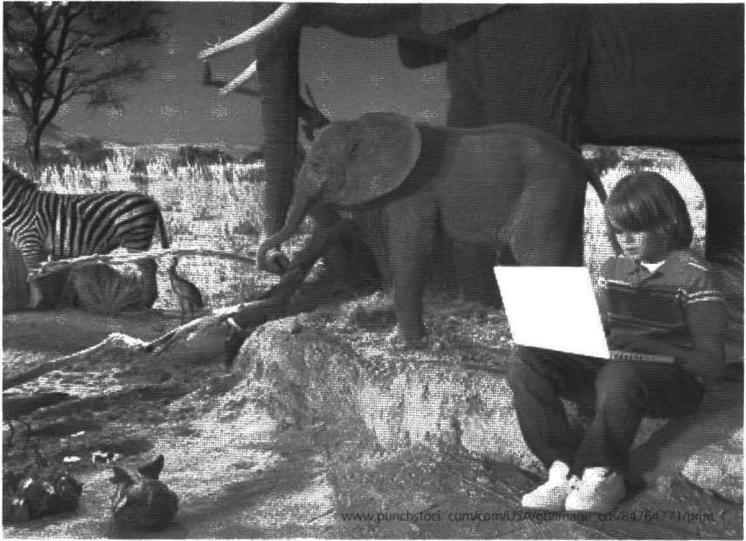
1. Fungsi utama dari pameran adalah untuk mengkomunikasikan sesuatu.
2. Pameran adalah media untuk berkomunikasi.
3. Pameran merupakan suatu pengalaman, bukan produk

Sejak pertengahan tahun 1970-an di beberapa negara di Eropa, kajian tentang hubungan permuseuman dengan publik mulai banyak dilakukan. Pergeseran paradigma museum dari sebuah “gudang benda purbakala” menjadi berorientasi ke publik pengunjung terjadi pada akhir dekade 90-an. Pergeseran ini mulai terjadi di Eropa dan Amerika dan lambat laun mempengaruhi Asia. Di Indonesia, pengelolaan museum yang semula berada di bawah Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, kini berada dalam naungan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. Berkaitan dengan itu, museum dimotivasi untuk melakukan pembenahan diri dengan mengarahkan fungsinya sebagai tempat wisata budaya. Kehadiran museum-museum ini telah meningkatkan minat masyarakat untuk memanfaatkannya sebagai ruang pembelajaran yang tidak terikat (*free choice learning*) dan sekaligus sebagai ruang rekreasi.

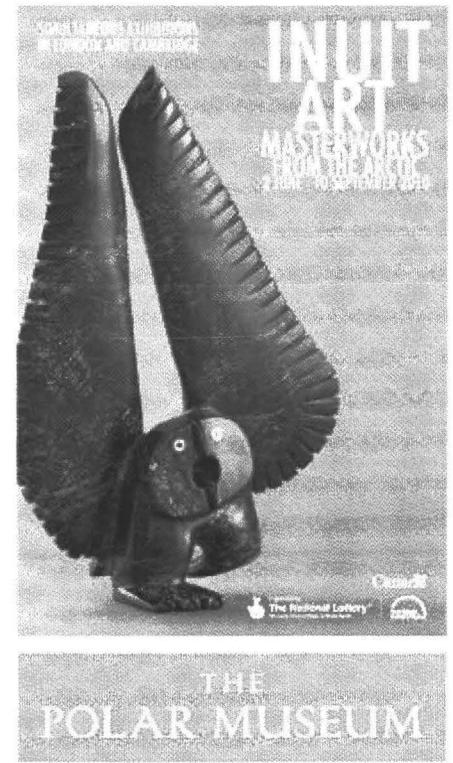
Tentang kajian publik dalam kaitannya dengan museum bukan hal yang aneh mengingat bahwa koleksi museum merupakan potensi sumberdaya budaya yang harus memberi manfaat kepada publik. Koleksi museum yang merupakan salah satu potensi arkeologi publik harus bisa memberi manfaat bagi semua pihak. Pihak yang dimaksud di sini mencakup pemerintah, dunia ilmu dan masyarakat secara umum.

Museum pada dasarnya adalah suatu badan pembina budaya yang fungsi pelayanan masyarakatnya amat menonjol. Insititusi museum tugas utamanya adalah menyimpan, merawat, dan memamerkan benda-benda warisan budaya. Secara tegas *International Council of Museum* (ICOM) mendefinisikan bahwa museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum yang berfungsi mengumpulkan, merawat, mengkomunikasikan dan memamerkan, untuk tujuan studi, pendidikan dan kesenangan, bukti-bukti material dan nonmaterial manusia dan lingkungannya.

Sebagai lembaga pelestarian benda-benda budaya, dengan demikian museum tidak saja berfungsi sebagai pusat informasi, namun sekaligus sebagai media pendidikan yang memberikan layanan edukatif-kultural bagi masyarakat luas. Oleh karena itu maka sarana pelayanan masyarakatnya yang utama adalah sistem pengelolaan yang baik dengan pusat perhatian pada **pertama**, registrasi dan inventarisasi koleksi yang sistematis serta mudah ditelusuri dan dirujuk silang, **kedua**, teknik dan metode perawatan yang dapat diandalkan dan **ketiga**, program pameran yang terarah sesuai dengan tujuan-tujuan yang harus ditetapkan untuk kurun-kurun waktu tertentu.



Melalui paparan itu terlihat hubungan fungsional yang akrab antara tenaga pengelola museum dengan koleksi museum. Baik yang menyangkut kegiatan pengumpulan, registrasi, katalogisasi, studi dan riset, perawatan, perbaikan dan kegiatan presentasi dan pameran koleksi, maupun yang berkaitan dengan berbagai cara pemberian informasi kepada publik museum. Sementara itu ada lagi masalah penting yang perlu mendapat kajian mendalam yakni hubungan antara koleksi museum dengan publik. Misalnya bagaimana cara yang tepat dalam mengkomunikasikan koleksi museum terhadap publik sehingga mereka apresiatif terhadap museum.

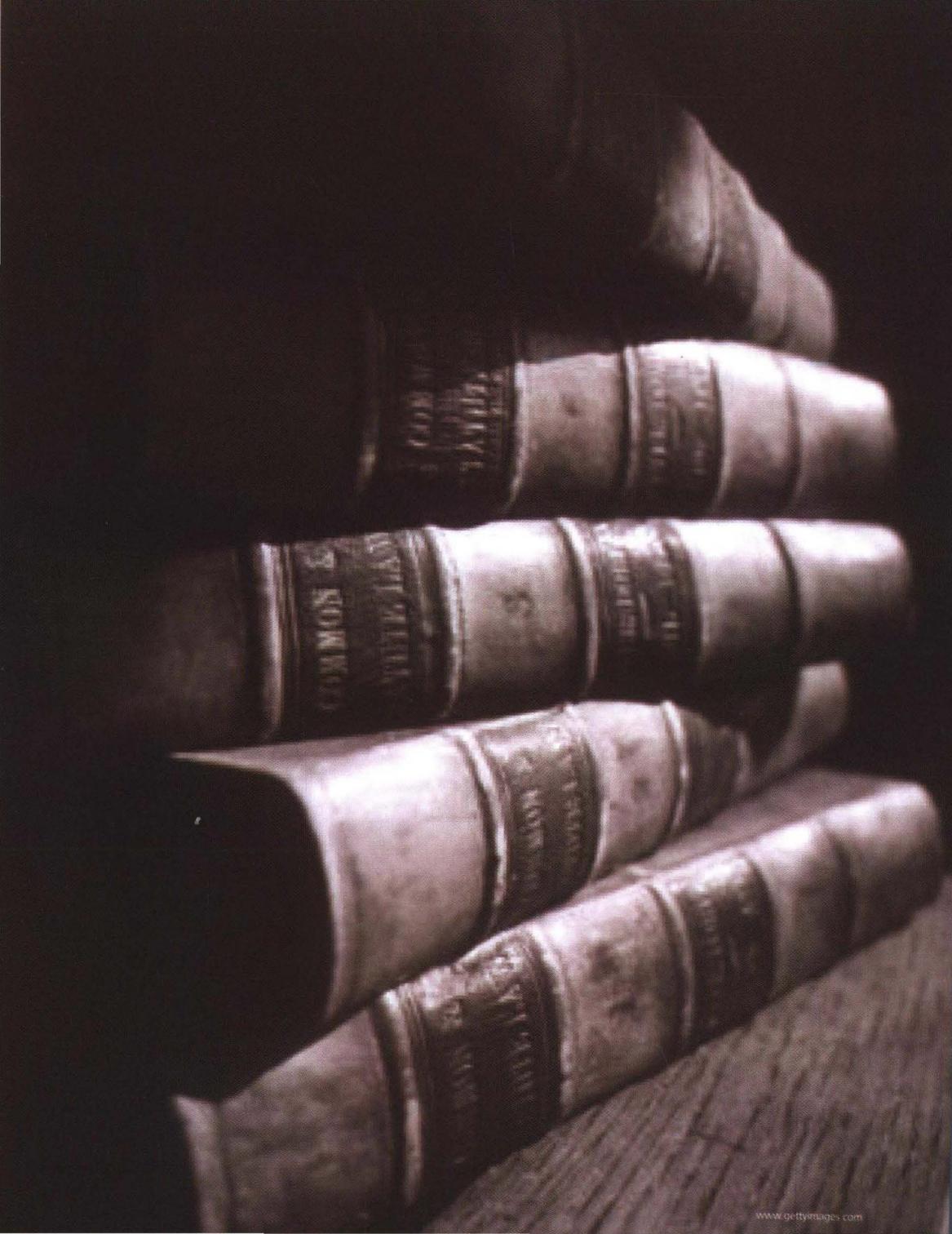


Masalah inilah yang masih kurang banyak dikaji. Padahal salah satu tugas yang diemban museum adalah mengkomunikasikan koleksi kepada publik. Hubungan dengan publik yang dimaksud di sini tidak melulu dengan pengunjung, tetapi juga segenap *stakeholder* museum.

Museum adalah salah satu elemen yang menyimpan warisan budaya yang menghubungkan manusia dari masa lalu ke masa kini. Warisan budaya tersebut adalah bukti peradaban manusia yang telah melewati sebuah proses sosial hingga terletak di museum, dan akhirnya menjadi sebuah dokumen sejarah. Oleh karena itu koleksi museum harus dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang memuat berbagai nilai dan makna dari peradaban manusia tersebut. Jika pesan yang disampaikan belum dapat diterima publik, maka misi museum sebagai pusat informasi budaya dapat dikatakan belum sepenuhnya terwujud. Dengan demikian hubungan antara pengelola museum (*creator*), koleksi (sumber informasi) dan pengunjung (*user*) harus dapat dijalin secara berkesinambungan (*sustainable*).

Berdasarkan pengertian dan jangka waktu pelaksanaan, serta jenis dan sifatnya pameran museum dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 1. Pameran tetap**, ialah pameran yang diselenggarakan dalam jangka waktu sekurang-kurangnya selama tiga tahun. Tema pameran sesuai dengan visi dan misi museum. Idealnya koleksi yang disajikan di ruang pameran tetap adalah 25 sampai dengan 40 persen dari koleksi yang dimiliki museum. Pameran tetap yang sudah berusia lima tahun dapat direnovasi, dengan tujuan untuk meningkatkan cara penyajian koleksi dengan sistematika penyajian yang lebih disesuaikan dengan perkembangan dan kemajuan zaman, serta yang lebih memberikan informasi kepada pengunjung.
- 2. Pameran khusus atau pameran temporer**, ialah pameran yang diselenggarakan dalam jangka waktu antara satu minggu sampai dengan tiga bulan, dengan mengambil tema khusus, dengan tujuan untuk mengundang lebih banyak pengunjung ke museum, dan untuk mengenal, serta menghayati jenis koleksi yang disajikan.
- 3. Pameran keliling**, ialah pameran yang diselenggarakan di luar museum pemilik koleksi dalam jangka waktu tertentu, dengan tema khusus, dan bertujuan untuk memperkenalkan suatu khasanah budaya daerah yang satu kepada daerah lainnya, sehingga memperoleh hubungan antar suku bangsa atau budaya.



Bab

Evaluasi dan Telaah Dokumen Proposal Revitalisasi Fisik Museum

3.1. EVALUASI UMUM	35
3.2. EVALUASI KHUSUS	37
3.3. TELAHAH KHUSUS DOKUMEN DALAM KONTEKS KONSEP PENYAJIAN PAMERAN	40
3.4. DISKUSI KELOMPOK	43

Museum didirikan adalah untuk kepentingan **pelestarian warisan budaya dalam rangka pembinaan dan pengembangan kebudayaan bangsa**, dan sebagai sarana pendidikan nonformal, oleh karena itu pemerintah menganggap bahwa museum itu menjadi urusan yang perlu ditangani pembinaan, pengarahan, dan pengembangannya dalam rangka pelaksanaan kebijakan politik di bidang kebudayaan.

Dalam rangka penyusunan naskah Konsep Penyajian Museum khususnya ruang Pameran Tetap bagi ketigapuluh (30) museum yang akan direvitalisasi fisik pada tahun ini, maka perlu dilakukan evaluasi dan telaah terhadap dokumen proposal revitalisasi fisik museum 2011 yang telah diajukan oleh masing-masing Museum (tabel 1 lampiran). Ketigapuluh museum terdiri atas 21 museum umum dan 9 museum khusus. Seperti diketahui program tahun ini menekankan pada aspek fisik, sebagai salah satu aspek dari enam aspek program revitalisasi museum ke depan. Pada tahun ini juga akan dilakukan proses perancangan desain yang baru kemudian dilanjutkan pelaksanaan pekerjaan fisik.

Evaluasi dilakukan dengan dua cara, yang pertama melakukan evaluasi umum dengan membuat parameter pemeriksaan dokumen tentang persyaratan dan kriteria, dan kedua melakukan evaluasi khusus dengan membuat parameter berdasarkan kategori pekerjaan fisik yang akan dilakukan sesuai ruang lingkup pekerjaan. Selain itu juga dilakukan telaah khusus dengan mengambil beberapa variabel dominan dari unsur-unsur perancangan desain penyajian ruang pameran tetap di dalam Museum.

Parameter dalam evaluasi umum mengacu dari buku Pedoman Pelaksanaan Revitalisasi Fisik Museum di Indonesia 2011 (selanjutnya disingkat PPRFMI 2011) yang memuat persyaratan dan kriteria dalam ketentuan administrasi, bahwa proposal yang diajukan harus berisi: 1) KAK (Kerangka Acuan Kerja); 2) RAB (Rencana Anggaran Biaya) dan SBU (Standar Biaya Umum); 3) Data pendukung; dan 4) gambar kondisi sekarang dan gambaran sesudahnya, yang selanjutnya diikuti oleh enam ketentuan lainnya (PPRFMI 2011:10—1).

Demikian juga halnya dengan parameter dalam evaluasi khusus mengacu dari batasan lingkup pekerjaan fisik, secara garis besar berdasarkan skala prioritas adalah: 1) penataan interior; 2) penataan eksterior; 3) rehabilitasi fisik bangunan; 4) perbaikan dan pengadaan fasilitas penunjang; 5) perluasan bangunan museum; dan 6) pendirian museum baru dengan ketentuan tambahan (PPRFMI 2011:6—7).

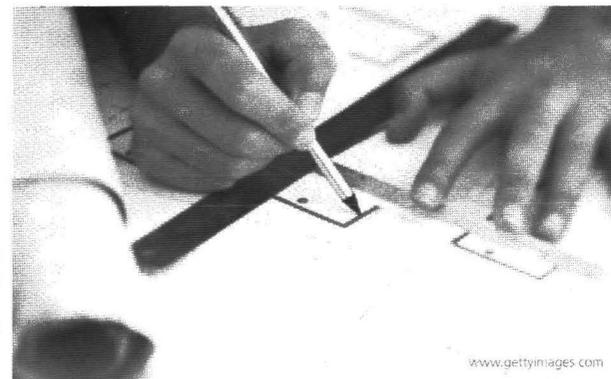
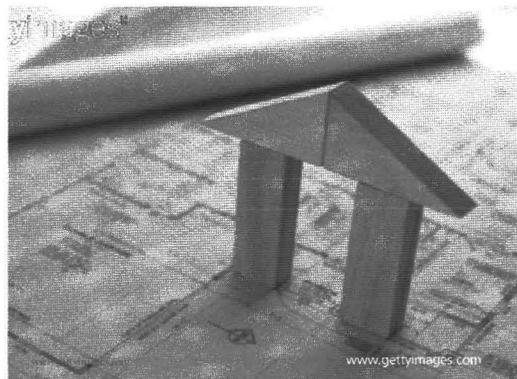
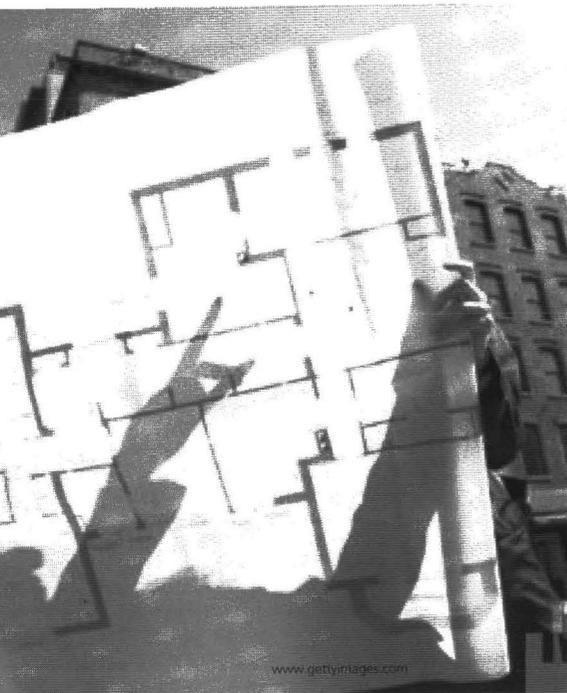


Telaah khusus mengambil variabel alur cerita (*storyline*), model alur penyajian, denah *layout* ruang pameran tetap, alur pengunjung, detil desain interior dan furniture peraga benda koleksi, dan kelengkapan data pendukung antara lain berupa foto-foto, alat dan peralatan kebutuhan ruang pameran tetap. Keenam variabel ini seharusnya ada di dalam setiap dokumen yang berisi kondisi keadaan sekarang (*existing condition*) dan proposal desain baru.

3.1. Evaluasi Umum

Hasil evaluasi umum memperlihatkan dokumen Proposal Revitalisasi Fisik Museum 2011 yang diajukan oleh masing-masing museum secara umum memang memenuhi kriteria dan ketentuan seperti yang telah disyaratkan oleh buku Pedoman Pelaksanaan Revitalisasi Fisik Museum di Indonesia 2011, baik secara administrasi, teknis, dan khusus, namun apabila dicermati satu persatu dari masing-masing dokumen tersebut maka diperoleh temuan menarik.

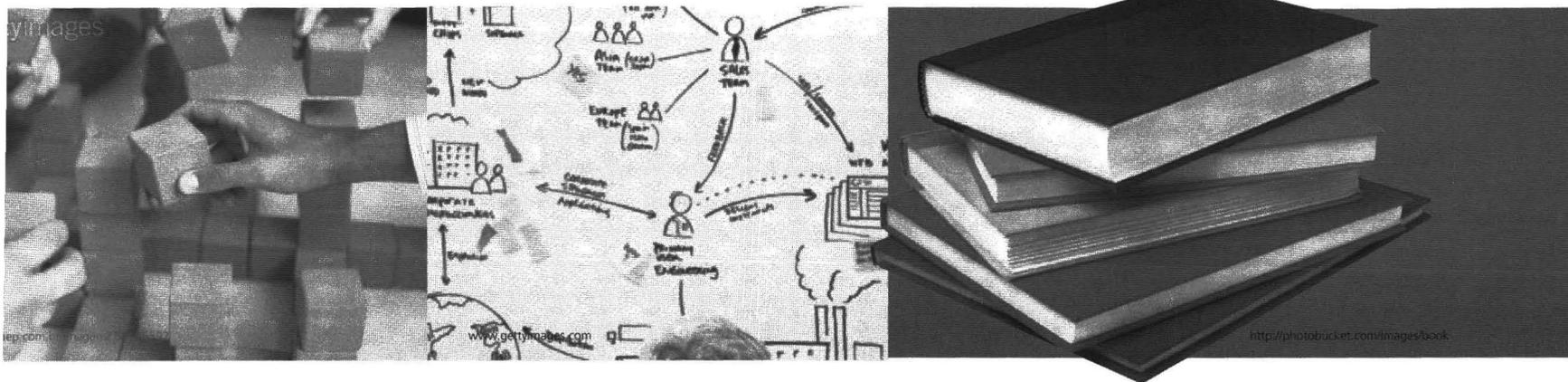
Parameter pertama adalah Kerangka Acuan Kerja (KAK) dan kedua adalah Rencana Anggaran Biaya (RAB). Ketigapuluh atau semua museum mengajukan KAK dan RAB dalam dokumen proposalnya dengan semua item telah terisi, tetapi tentunya dengan tingkat kelengkapan, uraian, dan penjelasan masing-masing museum berbeda satu sama lain. Parameter ketiga adalah data pendukung, walaupun



hampir semua dokumen proposal masing-masing museum memasukkan data ini, namun kelengkapannya tidak memadai dan tidak jelas memuat keterangan yang dapat memahami uraian dalam RAB. Tidak demikian dengan parameter keempat yaitu dokumen gambar existing dan gambar rencana desain yang baru. Proposal yang memasukkan gambar existing ada 23 dokumen, sedangkan yang membuat usulan gambar desain yang baru hanya ada 17 dokumen, berarti ada 13 Museum yang samasekali tidak membuat usulan desain revitalisasi yang baru. Temuan ini memprihatinkan karena hampir mencapai 50% dari jumlah dokumen terkumpul, yang seharusnya menjadi dokumen penting untuk menghitung rencana anggaran biaya (RAB) pekerjaan fisik revitalisasi masing-masing museum.

Para pihak museum sebagai pengaju proposal revitalisasi fisik tampaknya terpaku kepada legalitas formal administrasi, penyusunan KAK, dan pembuatan RAB yang menepati kriteria penting sebagai syarat utama pengajuan, sehingga terkesan mengabaikan faktor kelengkapan proposal gambar desain yang baru. Selanjutnya tentu akan mengundang pertanyaan bagaimana ketiga belas museum tersebut mempertanggungjawabkan perhitungan RAB yang semestinya mengacu pada dokumen gambar rencana desain yang baru.

Sebuah pembuatan dokumen proposal seperti pekerjaan revitalisasi fisik museum yang baik selayaknya mengacu kepada: tahap 1, adalah membuat KAK tentunya harus dengan uraian rinci sesuai dengan format yang telah ditentukan; tahap 2 adalah membuat atau mengumpulkan dokumen existing atau gambar keadaan kondisi sekarang terutama gambar rencana bangunan museum yang ditempati; tahap



3 adalah membuat gambar rencana desain yang baru dengan titik sentral adalah membuat denah *layout* ruang pameran, yang didasari atas konsep alur cerita (*story line*) dan model alur penyajian pameran, juga dilengkapi gambar-gambar detil interior dan furniture; kemudian tahap 4 adalah menyusun RAB yang dihitung berdasarkan pekerjaan tahap tiga; dan tahap 5) adalah menyiapkan data pendukung atau bisa juga sebagai lampiran yang memuat gambar foto, spesifikasi teknis alat dan peralatan yang baru, dan lain-lain.

3.2. Evaluasi Khusus

Evaluasi khusus dilakukan dengan cara mencermati Rencana Anggaran Biaya (RAB) masing-masing museum, yaitu memperhatikan jumlah anggaran yang diperuntukkan bagi pekerjaan revitalisasi fisik masing-masing museum dengan mengambil parameter 6 kategori pekerjaan yang boleh dilakukan yaitu: 1) penataan interior; 2) penataan eksterior; 3) rehabilitasi fisik bangunan; 4) pengadaan fasilitas penunjang; 5) perluasan bangunan museum; dan 6) pendirian museum baru. (PPRFMI 2011:6—7).

Dari evaluasi khusus terhadap RAB ketigapuluh museum ini maka diperoleh gambaran pengelompokan jenis pekerjaan yaitu;

1. pekerjaan penataan interior, termasuk di dalamnya pengadaan fasilitas penunjang;
2. pekerjaan rehabilitasi fisik bangunan termasuk penataan eksterior dan perluasan bangunan; dan
- 3) pekerjaan pendirian museum baru.

1. Penataan Interior.

Seperti yang tertera dalam buku pedoman pelaksanaan penataan interior merupakan pekerjaan skala prioritas utama dalam program revitalisasi fisik museum. Berdasarkan jenis ruangan dalam museum, pekerjaan penataan interior meliputi: a) penataan kembali ruang Pameran Tetap; b) penataan ruang Penyimpanan (*Storage*); c) penataan ruang Laboratorium; d) penataan ruang Pengenalan; e) penataan Bengkel kerja preparasi; dan f) pengadaan ruang dan fasilitas penunjang. Dari RAB pekerjaan fisik 30 museum, 26 museum memang mengajukan pekerjaan penataan interior, lebih dari 20 museum mengkhususnya RAB-nya pada penataan interior ruang pameran tetap dan ruang penyimpanan (*storage*) berikut dengan furnitur-nya. Permasalahannya tampak pada kekurangan bahkan ketiadaan usulan gambar desain yang baru sebagai dasar perhitungan RAB.

2. Rehabilitasi fisik bangunan.

Dari tinjauan terhadap dokumen proposal revitalisasi masing-masing museum, 21 museum juga mengajukan pekerjaan rehabilitasi fisik bangunan. Dalam RAB, lebih dari 10 museum memperlihatkan ketidakjelasan apakah rehabilitasi fisik hanya meliputi ruang-ruang yang termasuk dalam penataan interior seperti ruang pameran tetap dan ruang penyimpanan, atau keseluruhan dari bangunan dan perluasan dari bangunan museum.

3. Pendirian Museum.

Lingkup pekerjaan revitalisasi fisik museum yang termasuk dalam kategori pendirian museum baru ada dua museum: 1) pendirian Museum khusus baru Gayo, Aceh Tengah dengan kelengkapan dokumen gambar cukup memadai termasuk desain gambar detil pelaksanaan (DED); sedangkan yang kedua adalah Museum khusus baru Jombang di Jawa Timur, boleh dikatakan hampir tidak ada dokumen gambar perencanaan, kecuali menyertakan data pendukung dan memasukkan item pekerjaan kajian dan konstruksi bangunan seperti yang tertuang dalam RAB-nya.

Tinjauan Jumlah Anggaran 30 Museum

Jumlah anggaran Tugas Pembantuan (TP) untuk program Revitalisasi Fisik Museum tahun 2011 yang dialokasikan bagi ketiga puluh (30) museum mencapai sembilan puluh empat milyar rupiah (94 M). Dua puluh empat (24) museum diantaranya memperoleh anggaran antara satu sampai dua setengah milyar rupiah (1--2,5 M), empat (4) museum memperoleh anggaran lima milyar rupiah (5 M), satu (1) museum memperoleh anggaran tujuh milyar rupiah (7 M), dan satu (1) museum memperoleh anggaran limabelas milyar rupiah (15 M).

Tugas Pembantuan

1. RAB 1--2,5 Milyar.

24 museum yang akan memperoleh anggaran 2,5 M ini secara umum lebih dari 50% menitikberatkan pada pekerjaan penataan ruang pameran tetap terutama pada pembuatan furnitur peraga dan penataan interior-nya, sebagian lagi sekitar 7 museum memfokuskan pekerjaan rehabilitasi fisik bangunan, baru kemudian pekerjaan penataan interior, dan 2 museum tidak begitu jelas fokus pekerjaannya.

2. RAB 5 Milyar.

4 museum dari 30 museum yang memperoleh anggaran ini. Dua adalah:

- a) museum Kartini di Jawa Tengah, sebagian besar anggarannya diperuntukkan untuk rehabilitasi atau renovasi fisik bangunan yang memang mempunyai makna bersejarah;
- b) museum propinsi La Galigo di Makasar, sekitar 60% anggaran diperuntukkan bagi penataan interior, dan 40% akan digunakan untuk renovasi atau melestarikan bangunan museum yang merupakan bangunan cagar budaya Benteng Rotterdam. Terkesan kurang jelas uraian dalam RAB dan usulan perencanaan interior dan usulan renovasinya. Dua museum lainnya yang mendapat anggaran ini masuk dalam kategori pendirian museum baru.

3. RAB 7 Milyar.

Museum yang memperoleh anggaran sebesar ini adalah Museum Jambi yang menekankan pekerjaan fisik interior dan eksterior, namun dokumen proposal ini sama sekali hampir tidak layak, tidak ada menawarkan desain baru, tidak membuat denah (*layout*) interior ruang pameran, tidak ada *storyline* dan model alur penyajian pameran, kecuali menyertakan data pendukung pekerjaan fisik.

4) RAB 15 Milyar.

Gabungan pekerjaan penataan interior dan rehabilitasi fisik bangunan yang diajukan oleh museum propinsi Sumatera Selatan ini merupakan anggaran paling besar, tetapi sangat memperhatikan bahwa dokumen proposal sama sekali tidak ada gambar atau desain baru dan sedikit menyertakan gambar eksisting, dan data pendukungnya.

3.3. Telaah Khusus Dokumen dalam konteks Konsep Penyajian Pameran

Dari hasil evaluasi umum dan khusus terhadap ketigapuluh dokumen Proposal Revitalisasi Fisik Museum 2011 yang telah dilakukan, maka dianggap perlu melakukan telaah lebih khusus terhadap dokumen penataan interior ruang pameran tetap, dalam konteks hubungannya dengan pekerjaan Konsep Penyajian Pameran. Variabel yang ditelaah adalah; 1) Konsep Alur cerita (*Story line*); 2) Model Penyajian pameran; 3) Denah interior ruang Pameran; 4) Skematik alur pengunjung dan sirkulasi ruang; 5) Gambar atau sketsa interior dan furnitur; dan 6) data pendukung.

1) Variabel Konsep alur cerita (*Storyline*).

Dari penelusuran dokumen proposal ketigapuluh museum, hanya 12 museum yang menyajikan konsep alur cerita, dan 18 museum lainnya sama sekali tidak menyertakan konsep alur cerita baik yang eksisting maupun baru. Dari 12 museum yang membuat konsep alur cerita hanya 5 museum yang membuat keduanya, bila diperiksa lebih lanjut, maka 9 museum hanya menyertakan konsep alur cerita eksisting dan 6 museum membuat konsep alur cerita yang baru.

2) Variabel Model alur penyajian pameran.

Demikian pula halnya dengan pengajuan model alur penyajian ruang pameran, hanya 6 museum yang membuat alur penyajian pameran secara lengkap, artinya menyertakan model lama atau eksisting sekarang dengan konsep kronologis dan menawarkan alur penyajian baru yang berbeda dengan yang lama. Dari pilihan 4 model yang ditawarkan sebagian besar dari 6 museum memilih model tematis. Museum yang tetap memakai konsep alur penyajian lama dengan rata-rata konsep kronologis ada 8 museum, sedangkan hanya 5 museum membuat model yang baru dengan konsep gabungan dan tematis. Dengan demikian dari 30 museum ada 11 museum yang membuat model penyajian pameran yang baru. Ada sedikit catatan mengenai model penyajian pameran yang dibuat oleh 11 museum tersebut, sebagian besar menyatu dan terlihat dalam denah (*layout*) ruang pameran.

3) Denah interior ruang pameran.

Dalam sebuah dokumen perencanaan bangunan, denah merupakan induk rencana sejumlah gambar dan landasan bagi perhitungan rencana anggaran biaya. Konteks dalam rencana revitalisasi ini, denah interior

pameran harus berisi pembagian ruang-ruang yang dilengkapi furnitur atau benda peraga koleksi museum, dan detail gambar penyelesaian interior ruangan. Tentunya berikut berlaku untuk ruang-ruang lainnya sesuai skala prioritas. Dalam dokumen revitalisasi ketigapuluh museum, 14 museum menyajikan gambar denah (*layout*) ruang pameran secara lengkap, baik yang eksisting maupun usulan baru, 3 museum meskipun ada gambarnya tetapi tidak lengkap dalam arti agar bisa dihitung RAB-nya dengan baik. Kemudian 6 museum hanya mampu menyajikan gambar eksisting denah *layout* ruang pameran saja, tentu sekaligus mengundang pertanyaan bagaimana cara RAB disusun? Pertanyaan yang sama terhadap 7 museum yang tidak mempunyai gambar denah (*layout*) ruang pameran.

4) Alur pengunjung.

Konsep mengenai alur atau sirkulasi pengunjung dalam sebuah museum hendaknya menyatu dengan konsep penyajian ruang. Sebaiknya dapat terlihat pada gambar denah *layout* ruangan. Dari pengajuan gambar denah (*layout*) ruang pameran yang memperlihatkan adanya arah alur pengunjung hanya 11 dari 30 museum.

5) Desain interior dan furniture.

Jumlah anggaran penataan interior dan furnitur utamanya ruang pameran dan penyimpanan dalam RAB yang terdapat pada dokumen proposal ketigapuluh museum, sesungguhnya merupakan program utama revitalisasi fisik museum 2011. Walaupun semua museum membuat RAB, sayangnya hanya 11 museum yang menyajikan gambar-gambar detail interior dan furniture yang baru sebagian berupa sketsa dan menyertakan gambar eksisting berupa foto. Sedangkan 13 museum lainnya ada yang hanya menyajikan gambar atau foto kondisi eksisting dan sketsa standar detail furnitur untuk program baru. Masih ada empat museum yang sama sekali tidak menyertakan dokumen apapun.

6) Data pendukung.

Pengecualian ada pada dokumen ini karena dari 28 museum hanya tiga museum yang tidak atau sedikit sekali mengajukan dokumen data pendukung. Kebanyakan dari data pendukung adalah foto-foto, brosur untuk produk furnitur, material bahan, alat dan peralatan keamanan, dan lain-lain.

Model Penyajian pameran.

Demikian pula halnya dengan pengajuan model penyajian ruang pameran di dalam museum, hanya 6 museum yang membuat model penyajian pameran secara lengkap, artinya menyertakan model lama atau eksisting sekarang dengan konsep kronologis dan menawarkan model penyajian baru yang berbeda dengan yang lama,

dari pilihan 4 model yang ditawarkan sebagian besar memilih model tematis. Museum yang tetap memakai konsep penyajian lama dengan rata-rata konsep kronologis ada 8 museum, sedangkan hanya 5 museum membuat model yang baru dengan konsep gabungan dan tematis. Dengan demikian dari 30 museum ada 11 museum yang membuat model penyajian pameran yang baru. Ada sedikit catatan konsep penyajian pameran yang dibuat oleh museum-museum tersebut sebagian terlihat dalam denah layout ruang pameran.

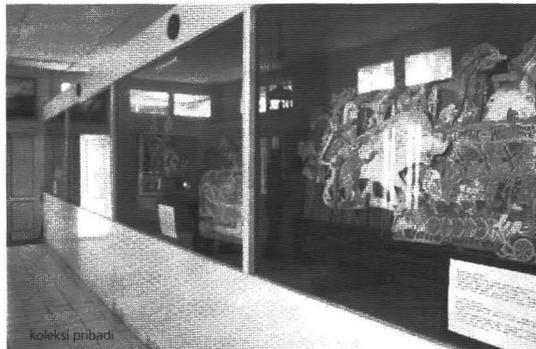
Denah layout ruang Pameran.

Dari 30 dokumen ada 14 yang 17 lengkap tidak jelas ada 3. Hanya buat baru saja 5 buat eksisting saja

Alur pengunjung dan sirkulasi

Desain interior dan furniture

Data Pendukung



3.4. Diskusi Kelompok

Di dalam menjangkau masukan untuk konsep penyajian pameran tetap museum maka dilakukan dengan metode *Focus Group Discussion (FGD)*, yaitu salah satu teknik pengumpulan data kualitatif dari 30 tenaga museum yang berasal dari berbagai jenis museum di Indonesia. Diskusi kelompok ini dipimpin oleh seorang moderator dan dibantu oleh 1 atau 2 orang yang bertugas untuk merekam jalannya diskusi. FGD dimaksudkan untuk membicarakan topik-topik yang dianggap penting terutama dengan materi diskusi mengenai implementasi keempat pendekatan (kronologis, taksonomik, tematik, dan gabungan) dalam penyajian tata pameran pada museum mereka masing.

1. PENGERTIAN FGD

Focus Group Discussion (FGD) adalah salah satu teknik pengumpulan data kualitatif dari sekelompok kecil individu (6-12 orang) yang relatif homogen. Diskusi kelompok terfokus ini dipimpin oleh seorang moderator (biasanya si peneliti sendiri), dibantu oleh 1 atau 2 orang yang bertugas untuk merekam jalannya diskusi. FGD dimaksudkan untuk membicarakan topik-topik yang dianggap penting dalam suatu penelitian.

2. KEGUNAAN FGD

1. Sangat dianjurkan dalam 'action research' dimana interaksi sosial sangat berperan dan bila konteks sosial dianggap penting.
2. Untuk memperoleh pemahaman tentang daerah/masalah penelitian, utamanya untuk menggali ide-ide baru
3. Untuk memperoleh pemahaman mengenai dinamika masyarakat, yakni pengetahuan, sikap, persepsi dan kepercayaan (beliefs) mengenai masalah-masalah tertentu baik di masa lampau, sekarang maupun yang akan datang
4. Untuk memfokuskan penelitian dan memformulasikan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan dalam daftar pertanyaan

Sebelum dilakukan diskusi terbuka dengan seluruh peserta, terlebih dahulu peserta undangan berdiskusi dahulu dalam empat kelompok dengan harapan dapat diperoleh masukan yang efektif. Hasil diskusi kelompok ini dapat diketahui bahwa:

Secara umum, pendekatan gabungan banyak digunakan dalam penyajian materi pada pameran tetap baik pada museum umum maupun museum khusus di Indonesia. Masukan yang menarik dari hasil diskusi adalah pola pembagian ruang pada areal museum juga dipengaruhi oleh tradisi budaya lokal. Salah satu

contoh adalah Museum Provinsi Bali yang menggunakan konsep pembagian dari ruang profan sampai ke ruang suci. Konsep pembagian ruang ini diterapkan pada penempatan bangunan yang digunakan untuk ruang pameran, seperti bangunan teben, ruang Sementara pendekatan kronologis, taksonomik, dan tematik digunakan dalam penataan interiornya.

Penyajian pameran tetap dimulai dari arah utara yaitu ruang Tabanan, disini menggunakan tematik, sedangkan dari masing-masing vitrin menggunakan pendekatan taksonomik, karena yang dipamerkan adalah berbagai jenis topeng dalam satu vitrin, ada 3 vitrin yaitu topeng, wayang, dan keris.

Di gedung Karangasem penyajian menggunakan tematik, karena yang dipamerkan berupa perlengkapan upacara yang ada di Bali. Kemudian gedung Buleleng, pada umumnya menggunakan sistem tematik dengan menyajikan kain tradisional Bali baik itu bahan maupun ragam hias, teknik pembuatan dan cara pengerjaannya, seperti kain Gringsing yang menggunakan teknik ikat ganda.

Gedung timur menggunakan sistem kronologis yang dipamerkan dari benda prasejarah sampai zaman sejarah. Dari sistem berburu sampai perundagian. Selanjutnya zaman sejarah yang ditandai dengan pengenalan tulisan, dimulai dari jaman kerajaan sampai dengan kemerdekaan. Di lantai 2 dipamerkan berbagai seni rupa Bali dari zaman klasik sampai dengan zaman modern yang dibawa oleh pelukis-pelukis asing.

Museum Propinsi Kalimantan Barat mempunyai gedung pameran tetap dan pameran temporer. Konsep penyajian museum ini mengacu pada tiga kelompok etnis di Kalimantan Barat, yaitu etnis Dayak, Etnis Cina, dan Etnis Melayu. Penyajian diawali dengan ruang pengenalan dilantai satu, selanjutnya penataan koleksi berdasarkan kelompok klasifikasi, yang terdiri dari historika, heraldika, numismatik dll. Sedangkan di lantai 2 tentang daur kehidupan berupa pendekatan kronologi dari Suku Dayak, Suku Melayu dan Suku Cina. Pengenalan suku dayak, dimulai dari vitrin pernikahan, kelahiran dayak, sunantan dayak, seni tato, vitrin kematian, diorama sandong, perisai, baju dayak, senjata tradisional dayak, ruang panipu (pelaminan dayak), perdukunan, dapur dan peralatan, kemudian dilanjutkan dengan vitrin kehamilan orang melayu, kelahiran, vitrin filologika, ada peralatan melayu, senjata dan alat berburu suku dayak dan hasil tenun ikat dan songket, kemudian dipojokkan ada koleksi dari suku cina, pelaminan melayu. Pendekatan yang berhubungan dengan taksonomik, yaitu vitrin ruang tamu, dapur suku dayak. Setelah ruang 2 selesai kita turun ke ruang keramik.

Penataan untuk jenis museum sejarah, seperti Museum Kebangkitan Nasional lebih tepat menggunakan pendekatan kronologis. Mengenang Budi Oetomo dapat dibagi menjadi 4 penyajian tata pameran yaitu

- a. membuat manuskrip yang berkaitan dengan Budi Oetomo
- b. foto-foto Budi Oetomo
- c. realia Budi Oetomo
- d. vandel/lambang yang berkaitan dengan Budi Oetomo

Pendekatan kronologi di museum sejarah yaitu Museum Perumusan Naskah Proklamasi. Susunan tata pameran terdiri dari masa kependudukan jepang, masa proklamasi, dan masa mempertahankan kemerdekaan. Semua itu disusun berdasarkan arah jarum jam.

Pendekatan taksonomik di Museum Propinsi Kalimantan Selatan yaitu ruang tata pameran tetap disusun berdasarkan periode pembuatan lukisan yang keseluruhan koleksi lukisan dibuat oleh 1 orang. Susunan tata pameran terdiri dari periode yogyakarta, periode Sao Paulo (Brazil), dan periode Bali. Pembagian periode ini berdasarkan pada pembuatan lukisan dari awal dibuat. Penyajiannya tidak berdasarkan pada arah jarum jam.

Pendekatan Tematik di Museum Propinsi Sulawesi Tengah. Penyajiannya berdasarkan daur hidup dari kelahiran sampai kematian. Susunan tata pameran terdiri dari Upacara kelahiran, buaian, mokeso (khitanan), pelaminan, pemakaman. Pendekatan ini umum ditemukan di museum-museum.

Pendekatan gabungan pada umumnya akan tampak pada museum propinsi. Storyline yang diambil dari Museum Propinsi Lampung. Susunan tata pameran searah jarum jam yang terdiri dari ruang pengenalan (jenis geologika, dan biologika), masuk ke zaman prasejarah, hindu budha, dan masa islam (arkeologika), masuk ke zaman sejarah (filologika), temuan (Keramologika), kemudian sejarah perjuangan di daerah tersebut (historika), numismatika dan heraldika, teknologi, seni rupa, dan daur hidup manusia (etnografika). Museum Propinsi Lampung berpendapat bahwa pendekatan penyajian untuk museum propinsi itu yang terjadi memang berdasarkan pendekatan klasifikasi koleksi. Dari pengenalan lingkungan geologika dan biologika, menuju sejarah manusia dari prasejarah sampai dengan kerajaan masuklah arkeologika, kemudian masuk ke filologika, kemudian masuk ke keramologika, dari daerah harus masuk 40% hasil kebudayaan daerahnya maka masuk koleksi etnografika.

Namun demikian, alur cerita yang didasarkan pada klasifikasi tapi harus konsisten, kalau berdasarkan klasifikasi padahal dari masing-masing jenis koleksi itu punya cerita sendiri misalnya kita menempatkan suatu koleksi berdasarkan klasifikasinya maka kita menempatkan seperti apa, kronologiskah? Tematikkah? Atau taksonomik??

Penggunaan pendekatan-pendekatan ini contoh kasus lain di Museum Nasional, gedung lama pendekatannya dilakukan secara klasifikasi koleksi antara lain koleksi sejarah, prasejarah, keramik, peta, dll. Sedangkan di gedung baru menggunakan pendekatan gabungan dari kronologis taksonomik, dan tematik. Contohnya di lantai 1 berdasarkan tematik, yaitu menggambarkan 10 unsur kebudayaan. Namun pada kenyataannya tidak semua unsur kebudayaan bisa ditampilkan hanya 7 unsur saja yang mungkin ada.

Museum Kupang pak dari masuk museum ruang pertama fosil berupa manusia flores, didapat dari manggarai. Selanjutnya senjata dari berbagai daerah, keramik, kain tenun dari beberapa kabupaten, emas, rumah adat dengan pameran dari sumba barat.

Museum NAD Seperti kita ketahui di aceh itu ada 2 gedung yaitu gedung pameran tetap dan gedung rumah aceh. Gedung rumah aceh di dalamnya terdiri dari 3 ruang, pertama ruang depan (seramoke) di ruang tersebut untuk penerimaan tamu pada masa lalu, kemudian ruang tengah terdapat 2 ruang yaitu ruang tempat tidur (kanan) dan ruang pelaminan (kiri), pada masa dulu ruang tidur merupakan tempat istirahat dan untuk acara



adatnya ruang pelaminan, diruang tengah terdapat vitrin yang berisi koleksi keramik dari Eropa dan Cina, peralatan shalat, dan peralatan upacara untuk menginang. Ruang belakang (ruang dapur) tempat memasak yang berisi perlengkapan dapur, peralatan pertukangan, peralatan pembuat emas, dan permainan anak-anak. Disebelahnya lagi ada peralatan pertanian dan pertukangan.

Di gedung pameran tetapnya menggunakan pendekatan gabungan kami tidak menggunakan peralatan upacara pemakaman. Gedung pameran tetap terdiri dari 4 lantai yaitu:

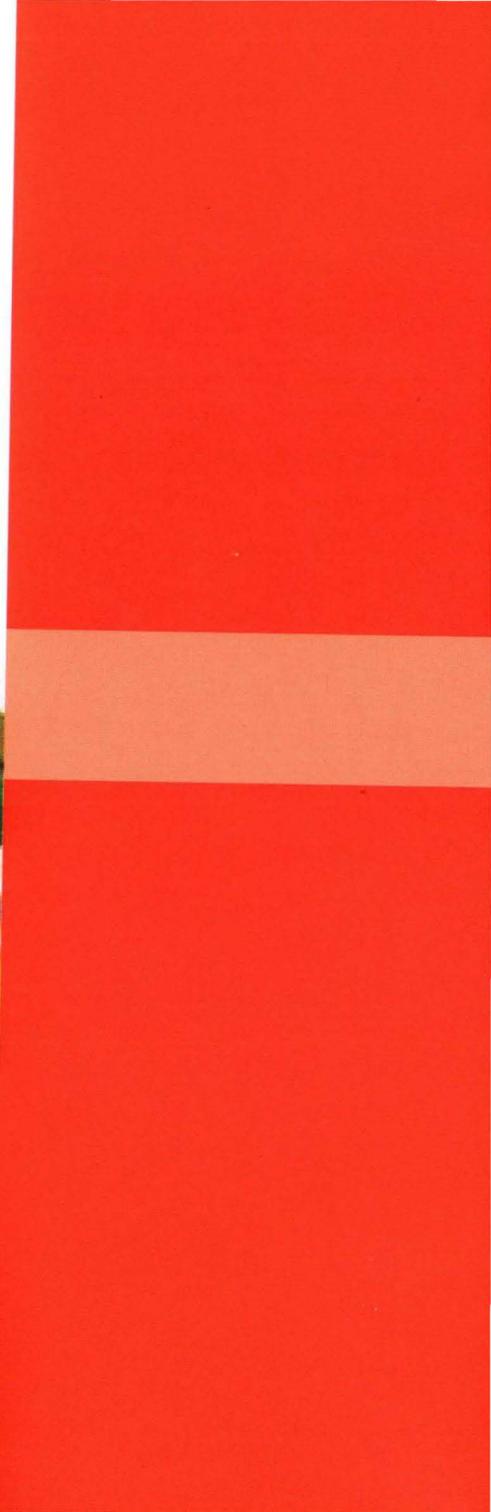
- a. Lantai 1 mengenai batu-batuan zaman dahulu, koleksi flora fauna di aceh
- b. Lantai 2 untuk alat berburu dan mata pencarian
- c. Lantai 3 untuk koleksi etnografi dan sejarah
- d. Lantai 4 untuk koleksi tekstil dan sebagian peralatan menginang tempat sirih, juga seluruh etnis yang ada di aceh, perhiasan yang ada di aceh

Kemudian turun lagi ke lantai 1 menemukan ruang koleksi filologika, heraldika, numismatik.

Di ruang lantai 1 jalur keluar ditambahkan dengan koleksi dari malaysia.

Kesimpulan pada akhir diskusi,

disampaikan bahwa dalam penyusunan konsep penyajian yang terpenting adalah mengacu pada visi misi museum. Kemudian karakter museumnya, apa identitas dari museum kita, baru memilih koleksinya. Ada kebiasaan kita cenderung untuk menampilkan semua koleksinya. Setelah ditentukan maka ada kajian, disitu pentingnya museum. Kita perlu research dari yang mentah sampai matang sebelum tampil ke publik. Setelah informasi dikaji maka informasinya akan semakin kuat dan berkualitas. Setelah sampai kepada publik maka publik tahu makna dibalik koleksi tersebut sehingga setiap museum akan berbeda karena visi dan misi museum juga berbeda. Selanjutnya mengikuti dinamika pengunjung. Maka tidak pernah *ending* untuk kerja di museum.



Bab 4

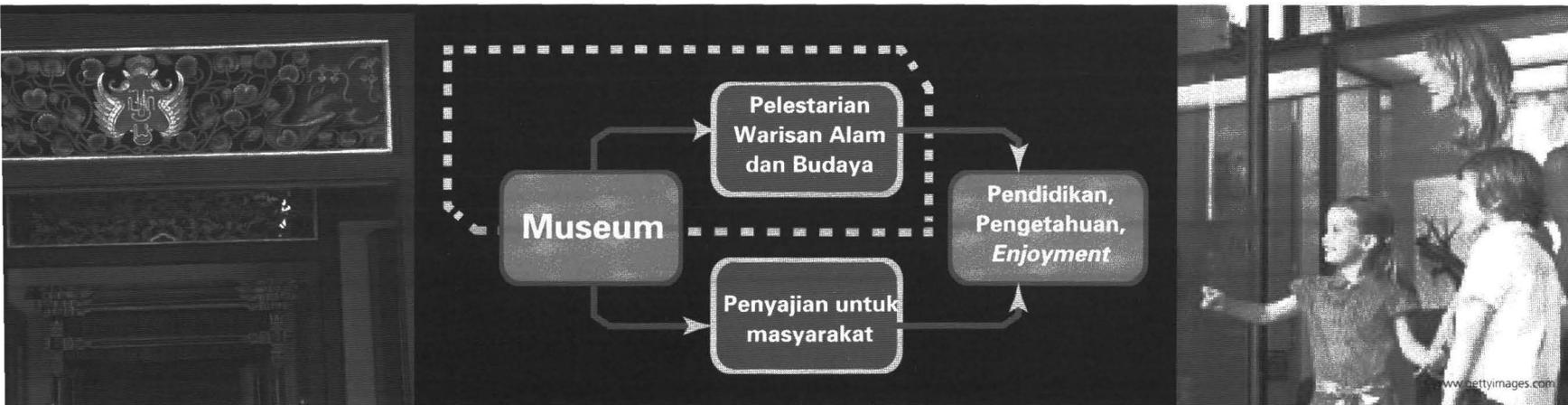
Konsep Penyajian Pameran

4.1. MUSEUM DAN KURATOR	53
4.3. LANGKAH-LANGKAH PENYUSUNAN GAGASAN TATA RUANG PAMERAN TETAP DI MUSEUM	56
4.3. PEMILIHAN DAN PEMILAHAN KOLEKSI.....	61
4.4. KONSEP TATA PAMER YANG KOMUNIKATIF	61
4.5. KONSEP RANCANGAN DESAIN	64
4.6. KONSEP TATA RUANG PAMER MUSEUM	66
4.7. KONSEP TATA PAMER YANG KOMUNIKATIF	67

Pameran dan penyajian informasi merupakan cara yang paling visible bagi **museum untuk berkomunikasi dengan masyarakat**. Suatu pameran yang terencana dengan baik patut menjamin keselamatan dan keterawatan lingkungan baik keselamatan dan keterawatan koleksi maupun pengunjungnya.

Hal ini sesuai dengan pengertian museum yang termuat dalam UU RI Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya pasal 18 ayat 2, yaitu:

“Museum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi berupa benda, bangunan, dan/ atau struktur yang telah ditetapkan sebagai Cagar Budaya, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat”.



Pameran merupakan sarana untuk berkomunikasi dengan sekelompok masyarakat guna menyampaikan informasi, ide, dan emosi berkaitan dengan bukti materi kebudayaan manusia dan lingkungannya melalui bantuan metode visual dan dimensi. Di dalam menyajikan informasi koleksi tersebut, kebijakan pada setiap museum akan mengacu pada jenis museum dan koleksi yang dihipunkannya. Kebijakan yang dimaksud pada umumnya tertuang pada visi dan misi museum (*museum mission statement*). Dalam perkembangannya, museum bergerak maju dengan memperluas cakupan kebijakan penyelenggaraan pameran. Di samping menguraikan pameran tetap dan temporer, informasi yang akurat, dan menjaga keterawatan koleksi, museum juga mulai mengantisipasi berbagai tanggapan atas kebutuhan pengunjung dan masyarakat melalui kajian yang intensif, rancangan desain pameran, dan beragam strategi komunikasi.

Penekanan	Tipe	Jenis Museum	Karakteristik
Kontemplasi (perenungan)	Estetika	Museum Seni Rupa	Persepsi individual terhadap karya khusus
Komprehensi (pemahaman)	Kontektual	Museum Sejarah arkeologi, etnografi	Persepsi relational artefak/ koleksi dalam konteks/tema
Penemuan	Eksplorasi	Museum Ilmu Pengetahuan Alam	Eksplorasi terhadap spesimen yang dikelompokkan oleh kategori
Interaksi	Demonstrasi; multimedia	Science Centre	Estetika dan stimulus



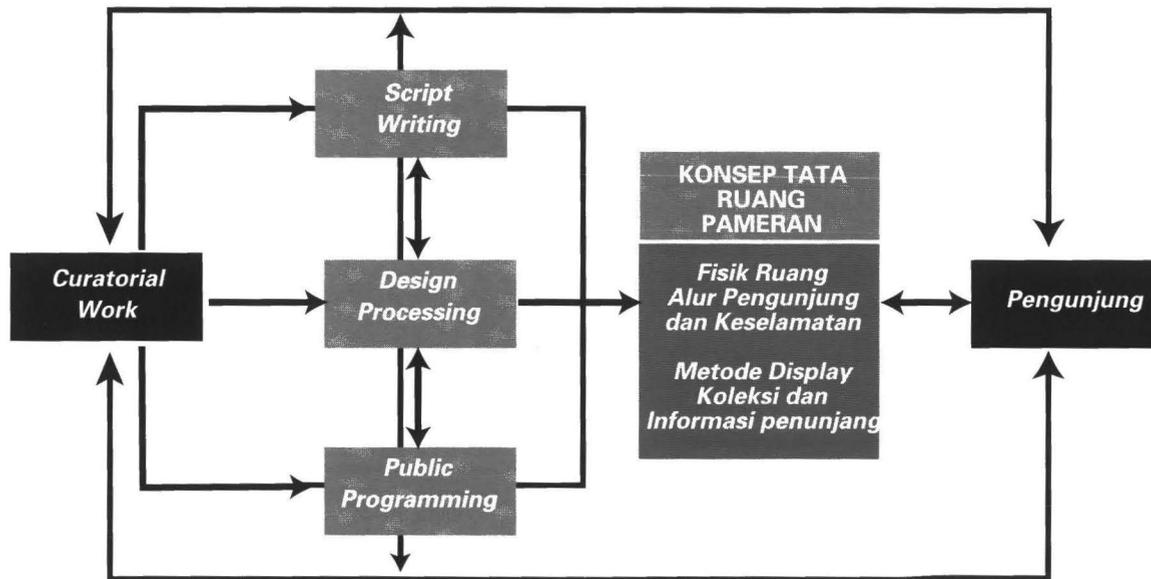
Jika kita lihat pada tabel di atas, maka konsep penyajian pameran menurut pembagian pada empat jenis museum memiliki tipe, gaya dan karakteristik yang berbeda. Hal ini mempengaruhi pada cara menyajikan informasi yang letak kekuatan pada teks, gambar dan foto atau pada kekuatan estetika koleksi ataupun juga keduanya ditampilkan secara seimbang.

Pada mulanya, konsep dan pendekatan penyajian di masa lalu (*traditional museum*) banyak dilandasi dari hasil penelitian ilmiah terhadap ‘benda’ koleksi. Pemaknaan terhadap benda banyak dipengaruhi oleh para peneliti, akibatnya pemaknaan tersebut kurang dipahami oleh masyarakat umum dan sering kali tidak sesuai dengan kondisi kekinian. Di era 1980an, Para ahli dibidang permuseuman mengembangkan konsep ‘museum baru’ (*new museum*) yang subjeknya diambil dari kehidupan masyarakat, bersifat interdisipliner, dan pemaknaan benda koleksi pun didasarkan pada penggunaannya di masyarakat. Selanjutnya pemaknaan tersebut dikaji relevansinya dengan masa kini dan masa yang akan datang. Oleh sebab itu orientasi komunikasi pada museum masa kini menekankan pada penyajian pameran yang berorientasi pada informasi dibandingkan koleksi. Informasi ini ditujukan untuk merekonstruksi memori kolektif dan disesuaikan dengan kebutuhan saat ini. Apabila dicermati secara luas, maka fokus pada konsep ‘museum baru’ ini adalah museum yang berperan dalam menyelamatkan, menyimpan, dan meneruskan ingatan bersama (*memory collective*). Oleh sebab itu dalam melaksanakan aktifitasnya, museum bekerja secara dekat dengan komunitas sekitarnya hingga pada akhirnya mampu memperkuat identitas budaya. Pemaknaan identitas yang disajikan oleh museum diupayakan memiliki relevansi pemaknaan dengan masyarakat masa kini. Bagaimana pun pemaknaan tersebut dibutuhkan oleh masyarakat untuk merumuskan dan menemukan kembali sejarahnya sendiri melalui pencarian relevansi antara masa lalu dengan masa kini. Konsep yang sarat dengan muatan gagasan inilah yang dirumuskan di museum. Dalam hal ini tentu museum memiliki keterbatasan untuk menampilkan keseluruhan konsep tersebut, sehingga diperlukan penentuan tema yang selanjutnya diwujudkan menjadi pesan museum dan diwujudkan pada pameran serta program museum lainnya.

4.1. Museum dan Kurator

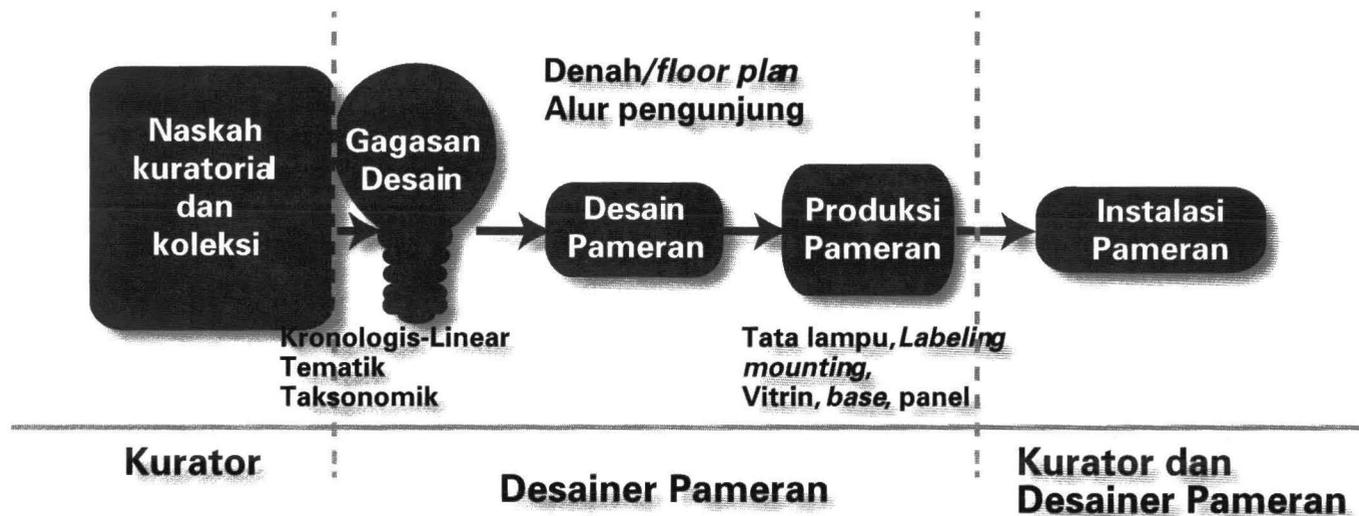
Apabila ditempatkan dalam konteks organisasi kerja museum, maka pekerjaan yang terkait dengan penyusunan konsep penyajian di museum merupakan pekerjaan yang biasa disebut kurasi. Kata 'kurasi' berasal dari bahasa Inggris '*curation*', yang kemudian berkembang menjadi *curate*, *curator*, dan *curatorial* dan dalam bahasa Indonesia istilah ini dipadankan dengan kurasi, kurator, dan kuratorial. Di dalam kamus umum Merriam-Webster, kata *curator* dalam Bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin '*curare*'. *Curator* berarti seseorang yang menjaga atau memelihara, memperhatikan, dan mengawasi segala sesuatu di museum, galeri, kebun binatang, *sea world* dan tempat-tempat pameran lainnya.

Seniman muda Indonesia, Mikke Susanto menyatakan bahwa pekerjaan kuratorial adalah pekerjaan 'menimbang ruang', yaitu menyatukan benda hasil karya dengan pasar - media- publik dalam suatu wacana-suasana-tempat-pameran. Pekerjaan tersebut mencakup penelitian atas teks objek (koleksi), konseptualisasi, interpretasi, perencanaan, dan promosi pameran atau koleksi. Oleh karena itu, tugas kurator adalah menerangkan, membuat katalogisasi, menganalisis, memamerkan, dan memelihara koleksi atau dokumentasi penting yang bermanfaat bagi penelitian dan publik.

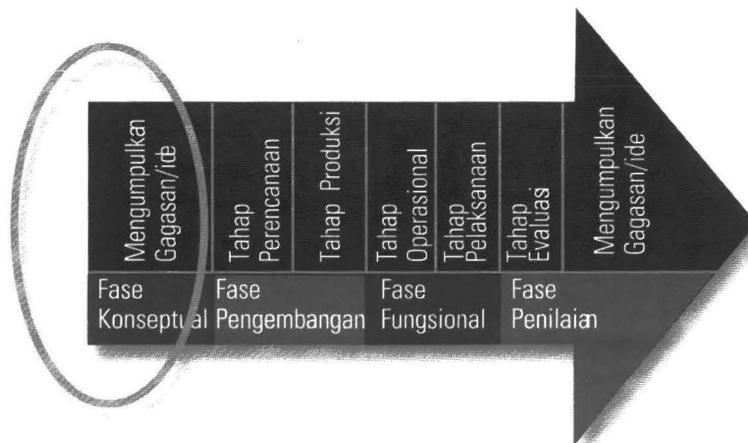




Proses kuratorial dalam perencanaan pameran difokuskan pada peranan interpretasi. Semula, pameran hanya menyajikan informasi benda yang jarang sekali mengkaitkan dengan pengetahuan maupun pengalaman masyarakat sekarang. Oleh sebab itu, kemahiran kurator melakukan interpretasi benda yang dipamerkan dengan konteks pengunjung masa kini merupakan bagian penting. *Interpretasi* terhadap materi yang akan dipamerkan merupakan cara museum merancang gagasan agar orang lain dapat mengerti maksud atau pesan yang ingin disampaikan. Dengan demikian, pengertian *interpretasi* disini berguna untuk proses *meaning making* atau menjadikan pameran itu mempunyai makna bagi pengunjung yang diperoleh dari memori kolektifnya dan interpretasi oleh museum.



Dalam mengimplemetasikan konsepsi dari sudut pandangan museologis seperti yang dijelaskan di atas, maka pendekatan dan metodenya akan tampak pada tahapan kerja sebagaimana tertera pada model yang umum digunakan, yaitu:



Tahapan kerja penyelenggaraan pameran ini terbagi atas empat fase atau tahapan. Fase konseptual, merupakan tahapan awal yang harus dilakukan sebelum menyusun rencana penyelenggaraan pameran. Tahap ini, lebih **menitikberatkan pada aktifitas mengumpulkan gagasan dan pemikiran**, selanjutnya gagasan ini diolah, dikaji dan disesuaikan dengan kebutuhan informasi bagi calon pengunjung pameran, namun hal yang lebih penting tahap ini harus mengacu pada visi dan misi museum. Gagasan atau ide pameran ini melahirkan tema besar yang selanjutnya disusun alur cerita (dapat dikelompokkan dalam sub-sub tema) yang akan menggambarkan isi keseluruhan pameran.

4.2. Langkah-langkah penyusunan gagasan Tata Ruang Pameran Tetap di Museum

1. Alur cerita (*Storyline*)

Storyline yang dimaksud disini adalah alur cerita atau sistematika pameran merupakan sekumpulan dokumen atau *blueprint* tertulis mengenai apa yang akan dipamerkan. Dokumen ini tidak diartikan secara sempit sebagai *outline linear* yang sederhana tetapi merupakan acuan utama dalam perancangan dan produksi pameran yang didalamnya mengandung muatan pembelajaran dan pewarisan nilai. Alur cerita ini disusun sebagai kerangka kerja untuk menyampaikan hasil interpretasi mengenai suatu topik yang akan disampaikan dalam pameran. Narasi yang menjadi sumber dari alur cerita diperoleh melalui hasil penelitian, baik di lapangan maupun hasil studi koleksi. Narasi ini juga penting karena dapat dijadikan topik pameran yang pada umumnya dilakukan oleh kurator atau bagian koleksi. Selanjutnya, perlu disusun juga sebuah garis besar pameran yang meliputi judul, topik, sub topik, dan poin penting dalam pameran. Garis besar ini mencakup deskripsi, gambar-gambar, dan koleksi pendukung cerita. Proses penyusunan alur cerita dan pengembangan narasi dimulai dari gagasan yang akan disampaikan. Konsepsi dari gagasan yang akan dituangkan ini harus mampu membangkitkan rasa keingintahuan para pengunjung terhadap pesan apa yang akan disampaikan. Pendekatan yang lazim digunakan dalam pengembangan gagasan adalah pada koleksi yang akan ditampilkan. Namun, pengembangan gagasan pun tidak selalu harus bertumpu pada koleksi, akan tetapi pada informasi secara tekstual atau ilustrasi gambar atau foto seperti nampak di bawah ini.



Contoh: pameran Majapahit pada sajian awal yang menampilkan teks.

Storyline untuk penataan pameran tetap pada museum-museum negeri provinsi di Indonesia adalah alam, manusia, aktivitas, keluarga, seni, religi, dan sejarah (Direktorat Pemuseuman, 1998 : 11-2). *Storyline* tersebut telah dibakukan sejak tahun 1979 dalam sebuah pedoman pembakuan museum umum tingkat provinsi. Pembakuan yang sudah ini hendaknya dapat disesuaikan dengan kondisi kebijakan masing-masing daerah sekarang akan tetapi tetap memperlihatkan semangat persatuan dan konsep wawasan nusantara. Semua unsur cerita ini merupakan penggambaran yang utuh dari daerah setempat yang menggambarkan identitas budaya daerah setempat. Oleh sebab itu, penggunaan unsur-unsur ini disetiap museum akan berbeda bergantung dari tujuan penyajian yang akan disampaikan.

2. Alur Penyajian dan Alur Pengunjung

Alur pengunjung dan penanda arah adalah proses kerja perencanaan pada fase konseptual. Disamping untuk ruang pameran dalam (*interior*) alur ini juga berlaku untuk penataan luar (*exterior*) yang dalam perencanaannya harus dikaji secara holistik atau terpadu. Ada beberapa hal utama yang harus diperhatikan dalam penyusunan gagasan pola alur penyajian dan alur pengunjung, yaitu:

- Alur Sirkulasi, mulai dari pintu masuk hingga pintu keluar
- Konsep dan Besaran ruang
- Material (bahan bangunan), tekstur dan warna yang digunakan (*textual* dan *visual concept*)



Pada mulanya, pameran tetap museum ditata dan disajikan dengan menggunakan pendekatan;

- (a) Pendekatan *open storage* yaitu objek dikumpulkan, lalu dipamerkan seketika tanpa pengorganisasian, penempatan objek berdasarkan kesamaan bentuk, asal daerah, waktu atau masa, dan beberapa kombinasi kesamaan lainnya. Pada umumnya tidak menggunakan label, walaupun ada informasi yang sangat sederhana.
- (b) Pendekatan objek yaitu objek dikumpulkan terlebih dahulu sebelum mengumpulkan informasinya. Objek dipilih, dibagi, diteliti, dilabel, dan diberikan pencahayaan yang bagus. Pada akhirnya, jenis pendekatan ini tidak menghasilkan ide intelektual, bahkan hanya menghasilkan objek yang disajikan tanpa informasi didalamnya.
- (c) Pendekatan ide yang tujuan utamanya adalah edukasi. Museum memutuskan ide/cerita yang akan disampaikan, merumuskan dimana cerita tersebut digunakan, memilih objek yang dibutuhkan dari koleksi dan mengumpulkannya untuk pameran.
- (d) Pendekatan kombinasi (*combined*) yaitu museum memilih objek dan ide dalam waktu yang bersamaan berdasarkan signifikansi koleksi dan ide dalam mencapai tujuan museum.



Pada pameran ini lebih menekankan pada cerita dan penempatan koleksi dipilih sebagai ilustrasi (2008)

Empat Pendekatan untuk konsep alur penyajian yang digunakan dalam mengarahkan isi pameran, yaitu:

1. **Pendekatan kronologi**, lebih menekankan pada penyajian koleksi secara kronologi dari waktu ke waktu dengan menempatkan benda koleksi dan informasi pendukungnya secara berurut dan linear dari fase awal hingga akhir mengikuti alur bergerak pengunjung pada ruang pamer.
2. **Pendekatan taksonomik**, lebih menekankan pada penyajian koleksi yang memiliki kesamaan jenis serta berdasarkan kualitas, kegunaan, gaya, periode, dan pembuat.



3. **Pendekatan tematik**, lebih menekankan pada cerita dengan tema tertentu dibandingkan dengan objek yang disajikan.
4. **Pendekatan gabungan**, model penyajian materi untuk ruang pameran tetap, diupayakan agar pengunjung tidak selalu digiring untuk bergerak secara linear, misalnya menurut kurun waktu, tetapi pameran tetap disajikan secara tematik. Dalam hal ini pengunjung dapat secara bebas menentukan tema-tema pameran yang diinginkan, misalnya hewan purba, *pithecantropus*, *homo erectus*, dan sebagainya. Penyajian secara linear ditempatkan dalam satu kelompok yang alurnya tidak harus terlalu panjang.



Konsep penyajian "*Walk through history*" dapat dipakai dalam perencanaan penyajian informasinya. Dalam hal ini perlu dikaji kembali pendekatan analisis sejarah, yang seringkali mengalami kesalahan (*fallacy*) dalam interpretasi peristiwa sejarah, dengan anggapan "*History is Simple*", sehingga dalam penciptaan informasi hanya menyajikan sejarah secara sederhana sebagai satu peristiwa (*singular story*), padahal terdapat beragam versi lain dan isu-isu politis kontemporer yang dapat ditarik hubungannya ke masa lalu.

Model penyajian materi untuk ruang pameran tetap, diupayakan agar pengunjung tidak selalu digiring untuk bergerak secara linear, misalnya menurut kurun waktu, tetapi pameran tetap disajikan secara tematik, yaitu pengunjung dapat secara bebas menentukan tema-tema pameran yang diinginkan, misalnya perkampungan tradisional, perkembangan tekstil, homo erectus, dan sebagainya. Penyajian secara linear ditempatkan dalam satu kelompok yang alurnya tidak harus terlalu panjang.

4.3. Pemilihan dan Pemilahan Koleksi

Alur dan konsep penyajian yang sudah tersusun oleh kurator atau bagian koleksi, dilanjutkan dengan penyusunan detail materi koleksi yang akan dipamerkan. Pemilihan dan pemilahan koleksi dapat bersumber dari koleksi yang telah dimiliki museum atau dengan pengadaan baru. Pemilihan koleksi ini juga harus mempertimbangkan segi estetika, konservasi, nilai dan makna koleksi dalam konteks pameran secara menyeluruh.

Dalam menuangkan gagasan pameran, maka pertimbangan konservasi harus mulai dipikirkan sejak awal mengingat koleksi yang disajikan perlu dijaga kelestariannya.

Faktor yang perlu diperhatikan adalah:

- Pemantauan terhadap kelembaban dan suhu udara.
- Pemantauan dari bahaya serangga yang dapat menyerang koleksi maupun media penyimpanan koleksi
- Memberi batas agar koleksi tidak tersentuh oleh tangan manusia
- Penggunaan bahan/ material yang bebas dari zat asam (*acid free*) sebagai media untuk menempatkan atau menempelkan koleksi
- Kedudukan koleksi harus selalu dalam keadaan ajeg terhadap getaran maupun benturan.

4.4. Konsep tata pameran yang komunikatif

Sebagaimana diketahui, fungsi dasar museum adalah melakukan penelitian, konservasi atau pelestarian dan komunikasi sebagai aspek mediasi dengan masyarakat. Komunikasi mencakup kegiatan penyebaran hasil penelitian berupa pengetahuan (*knowledge*) misalnya melalui pameran, *events*, *roadshow*, dan publikasi. Berkaitan dengan aspek komunikasi, akan tampak jelas bagaimana pentingnya komunikasi yang baik dalam suatu sistem tata pameran di museum. Hal ini harus dipahami secara mendalam agar tidak terjadi kesalahan pada saat menyajikan sebuah materi informasi. Sejak awal pihak museum sudah harus memikirkan pesan yang ingin disampaikan kepada pengunjung.

No.	Tema	Koleksi	Penunjang	Sarana	Ket.
		Foto Gerbang Wringin Lawang (pada dinding kaca)			
		Runtuhan struktur bangunan candi bata	Papan judul pameran		Ditempatkan pada pintu masuk
Subtansi Materi (Bagian Dalam Ruang Pamer)					
1.	Perjalanan sejarah kerajaan Majapahit	a. Peta <i>Mitra satata</i> Majapahit di Asia Tenggara (peta wilayah) b. Kutipan Sumpah Palapa <i>"Lamun huwus kalah Nusantara isun amukti palapa, lamun kalah ring Gurun, ring Seran, Tanjungpura, ring Hara, ring Pahang, Dompo ring Bali, Sunda, Palembang, Tumasik, samana isun amukti palapa"</i> (Par. 28:20)	Label (b.) ditempatkan di bawah peta <i>Mitra Satata</i>	Panil	Disajikan secara kronologis
2.		Relief Sinar Majapahit	Label	Diletakkan di atas Base/ Pedestal	Koleksi BP3 Jawa Timur

Maka selanjutnya dapat menentukan materi-materi apa saja yang dibutuhkan untuk menunjang agar pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan baik. Sebesar apapun bobot materi informasi yang ingin disampaikan, atau sepeenting apapun nilai informasi yang ingin diberikan, hal itu tidak akan memberikan makna apapun kepada pengunjung apabila pihak museum salah dalam menyajikannya. Artinya pihak museum harus memahami benar sejauh mana bobot materi informasi yang akan disajikan, media apa yang akan digunakan, dan unsur pendukung apa saja yang dibutuhkan untuk menyajikan informasi tersebut. Komunikasi bukan hanya sekedar tukar menukar pikiran atau pendapat saja, tetapi komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekuatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, yang timbul dari lubuk hati. Komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna antara pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.

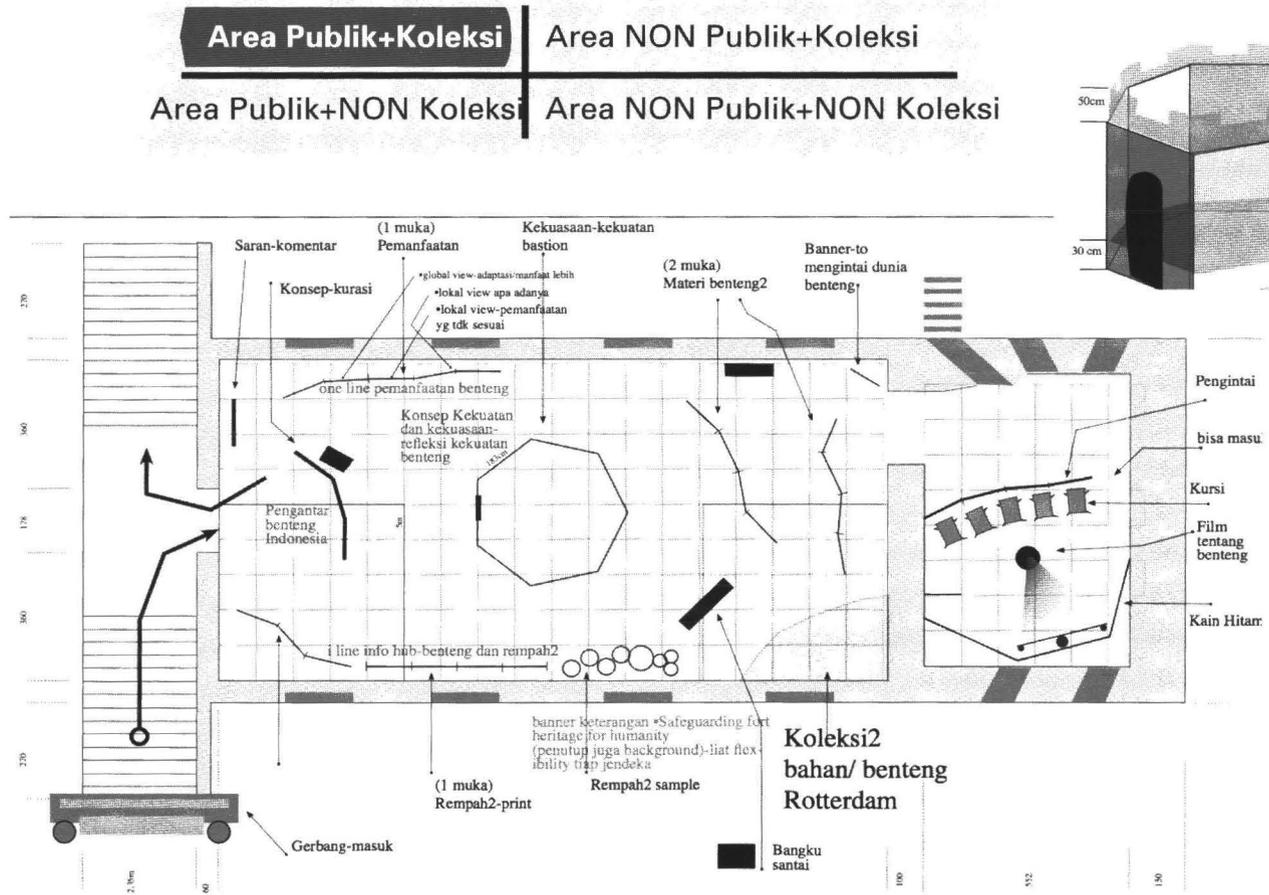
Kedudukan koleksi harus selalu dalam keadaan ajeg terhadap getaran maupun benturan, sebagaimana diketahui fungsi dasar museum adalah melakukan penelitian, konservasi atau pelestarian dan komunikasi sebagai aspek mediasi dengan masyarakat. Komunikasi mencakup kegiatan penyebaran hasil penelitian berupa pengetahuan (*knowledge*) misalnya melalui pameran, *events*, *roadshow*, dan publikasi. Berkaitan dengan aspek komunikasi, akan tampak jelas bagaimana pentingnya komunikasi yang baik dalam suatu sistem tata pameran di museum. Hal ini harus dipahami secara mendalam agar tidak terjadi kesalahan pada saat menyajikan sebuah materi informasi. Sejak awal pihak museum sudah



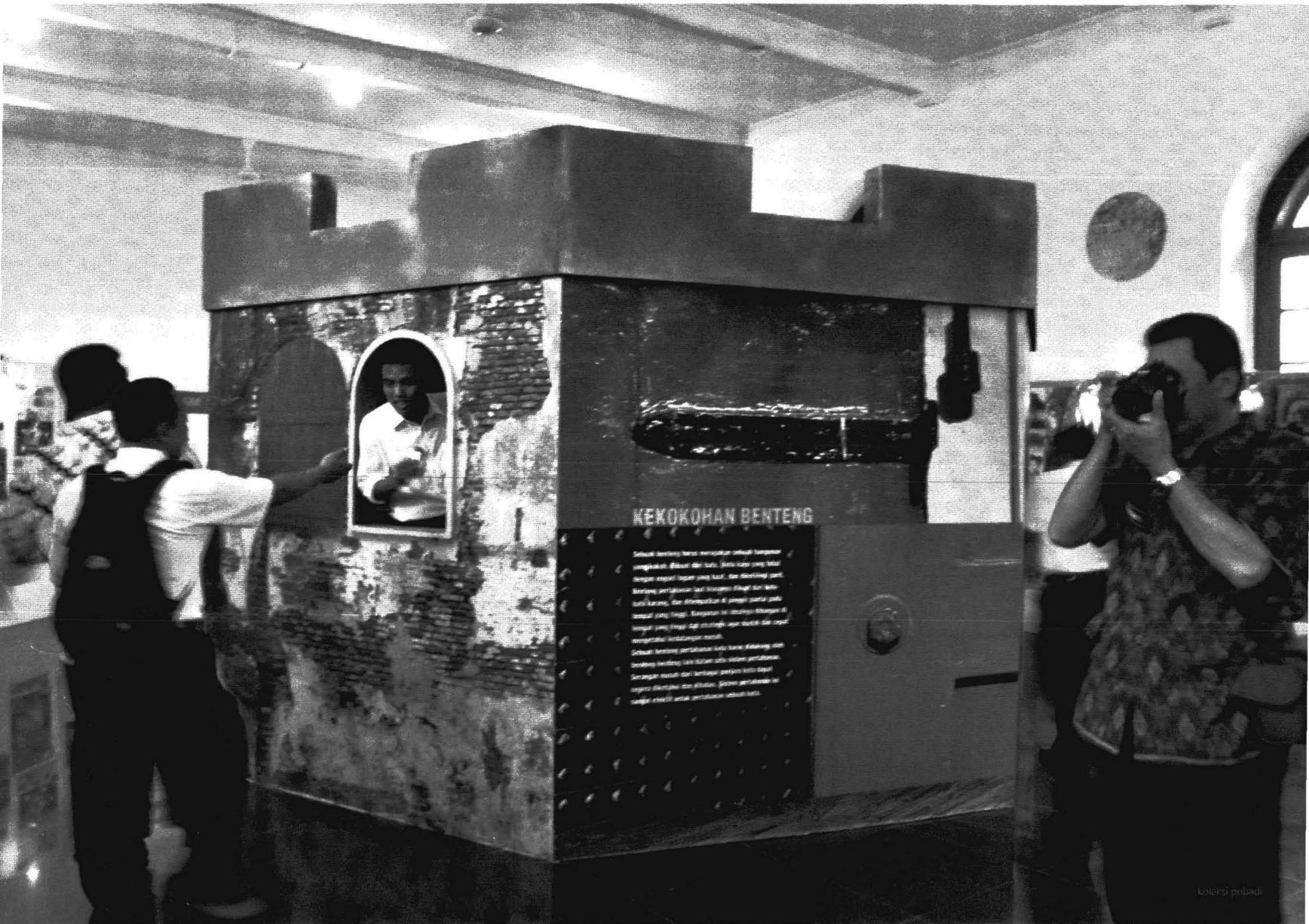
4.5. Konsep Rancangan Desain

Keselamatan kenyamanan dan keamanan ruang, untuk pengunjung dan koleksi (buku *exhibition coservation guideline*). Sistem penyajian koleksi pada pameran tetap museum berbasis pada konservasi.

Pembagian Zona di Museum



Contoh/ilustrasi: denah tata pameran area umum koleksi.



KEKOKOAHAN BENTENG

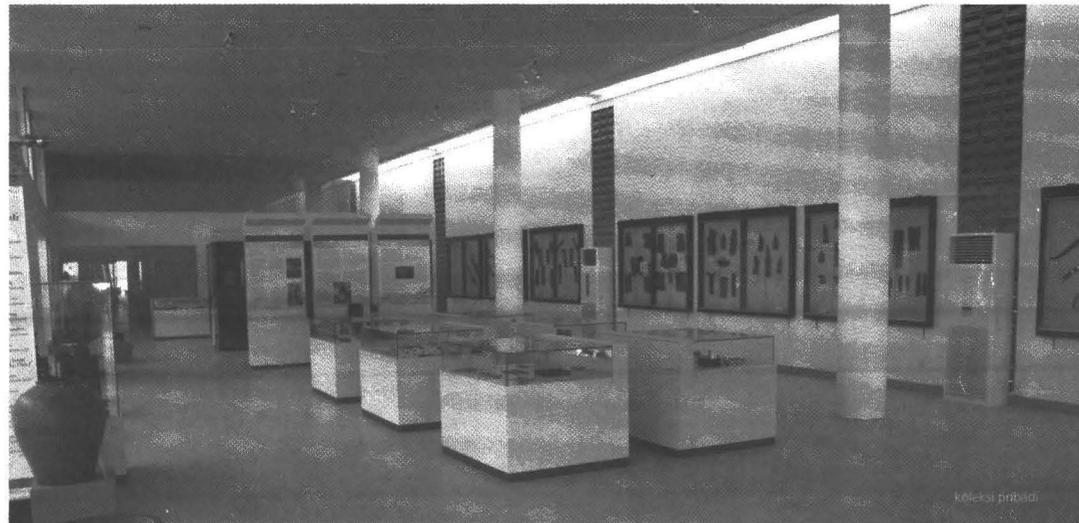
Sebuah benteng baru merupakan sebuah bangunan yang kokoh. Dibuat dari batu, bata, besi dan kayu yang telah dipotong-potong dan dirangkai dengan sangat rapi. Benteng pertengahan ini dibangun dengan menggunakan batu bata yang sangat kuat. Benteng ini dibangun dengan menggunakan batu bata yang sangat kuat dan dirangkai dengan sangat rapi. Benteng ini dibangun dengan menggunakan batu bata yang sangat kuat dan dirangkai dengan sangat rapi.

Sebuah benteng pertengahan baru yang kokoh dan dibangun dengan menggunakan batu bata yang sangat kuat dan dirangkai dengan sangat rapi. Benteng ini dibangun dengan menggunakan batu bata yang sangat kuat dan dirangkai dengan sangat rapi.

4.6. Konsep Tata Ruang Pamer Museum

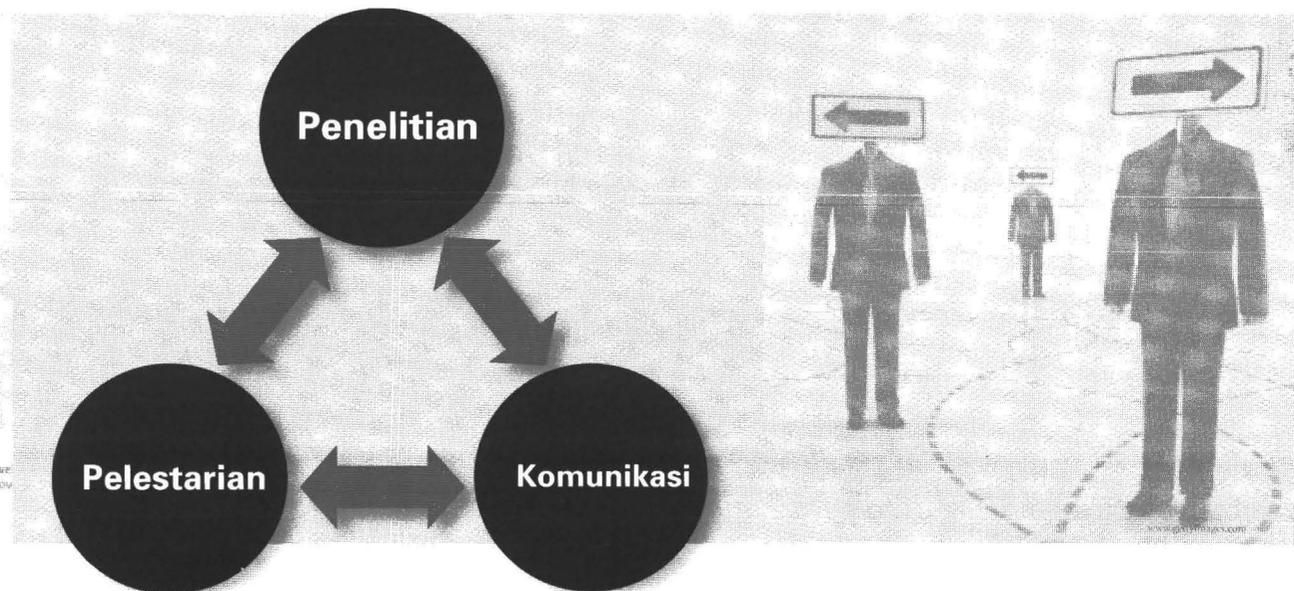
- Alur Sirkulasi, mulai dari pintu masuk hingga pintu keluar
- Konsep dan besaran ruang
- Material (bahan bangunan), tekstur dan warna yang digunakan (*textual and visual concept*)

Alur pengunjung dan penanda arah adalah proses kerja perencanaan pada fase konseptual. Disamping untuk dalam ruang pameran (*interior*) alur ini juga berlaku untuk penataan luar (*exterior*) yang dalam perencanaannya harus dikaji secara holistik atau terpadu.



4.7. Konsep Tata Pamer yang Komunikatif

Sebagaimana diketahui, fungsi dasar museum adalah melakukan penelitian, konservasi atau pelestarian dan komunikasi sebagai aspek mediasi dengan masyarakat. Komunikasi mencakup kegiatan penyebaran hasil penelitian berupa *knowledge* misalnya melalui pameran, *events*, *roadshow*, dan publikasi. Berkaitan dengan aspek komunikasi, akan tampak jelas bagaimana pentingnya komunikasi yang baik dalam suatu sistem tata pameran di museum. Hal ini harus dipahami secara mendalam agar tidak terjadi kesalahan pada saat menyajikan sebuah materi informasi. Sejak awal pihak museum sudah harus memikirkan **pesan yang sebenarnya ingin disampaikan kepada pengunjung**. Maka selanjutnya dapat ditentukan materi-materi yang dibutuhkan untuk menunjang pesan yang ingin disampaikan agar dapat dipahami dengan baik. Sebesar apapun bobot materi informasi yang ingin disampaikan, atau sepeenting apapun nilai informasi yang ingin diberikan, hal itu tidak akan memberikan makna apapun kepada pengunjung apabila pihak museum salah dalam menyajikannya. Artinya pihak museum harus memahami benar sejauh mana bobot materi informasi yang akan disajikan, media apa yang akan digunakan, dan unsur pendukung apa saja yang dibutuhkan untuk menyajikan informasi tersebut. Komunikasi bukan hanya sekedar tukar-menukar pikiran atau pendapat saja, tetapi komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain.



Basic Function



Bab 5

Desain Komunikasi Visual Dalam Ruang Pameran tetap

5.1. RUANG LINGKUP DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	71
5.2. METODE DESAIN	74
5.3. PRINSIP DASAR DESAIN	76
5.4. DASAR PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL.....	78
5.5. FUNGSI DAN PERAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM KONTEK MUSEUM	82
5.6. DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI MUSEUM	90
5.7. PERLUNYA PEMAHAMAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DI MUSEUM	96

Jangan sampai cara penyajiannya tidak dapat ditangkap maknanya oleh pengunjung. Misalnya, karena ingin terlihat mewah maka tata pameran disajikan secara modern. Padahal dilihat dari segi materi, informasinya tidak perlu disajikan dengan cara tersebut.

Demikian pula dengan tata pameran museum. Tata pameran di museum mana pun sebagai media komunikasi perlu mempertimbangkan gagasan seperti apa yang hendak disampaikan kurator terhadap pengunjung. Kemudian dari segi teknologinya, agar terlihat canggih maka digunakan *touchscreen* atau *touchbook*, padahal informasi yang akan disampaikan tidak membutuhkan semua media tersebut. Bahkan cara penyajian demikian kadang menimbulkan kebingungan bagi pengunjung karena kurang akrab dan sulit dalam mengoperasikan *touchscreennya*.

Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa yang menjadi tolok ukur keberhasilan dari komunikasi di museum yang tepat adalah sejauh mana efek yang ditimbulkan dari informasi yang disajikan melalui tata pameran di museum, baik dalam tatanan kognitif, afektif, maupun konatif.

Pada tatanan **kognitif**: pengunjung yang bermula pada keadaan yang disebut tidak mempunyai pengetahuan atas museum dibuat agar memiliki pengetahuan tentang museum. Pengunjung menjadi tahu dan mengerti dari apa yang disajikan pada ruang pameran sejarah kehidupan.

Pada tatanan **Afektif**: setelah mendapatkan informasi tentang museum, melalui tata pameran itu diharapkan timbul rasa suka dalam diri mereka, karena pengunjung sudah mengerti dan memahami apa makna koleksi di ruang pameran tersebut.

Terakhir adalah tatanan **konatif**: setelah pengunjung mulai memahami apa makna koleksi di ruang pameran sejarah kehidupan diharapkan akan terjadi perubahan sikap maupun tindakan mereka dalam memandang warisan budaya sebagaimana yang mereka saksikan di tata pameran museum tersebut. Apabila tatanan-tatanan ini tidak tercapai, maka komunikasi antara sistem tata pameran yang ada dengan pengunjung dapat dikatakan "gagal". Artinya informasi yang disajikan pada sistem tata pameran tidak dapat memberikan efek atau dampak apapun kepada pengunjung.

Diperlukan sebuah dasar pemahaman komunikasi yang kuat untuk menyajikan modul tata pameran yang baik, hal ini dapat dicapai melalui sebuah ilmu pengetahuan yang sekarang dikenal dalam keilmuan komunikasi visual atau orang mengenalnya dengan desain komunikasi visual.

Lingkup media desain komunikasi visual sesuai kategori berdasarkan Art Director Club, New York 2006 terdiri dari :

1. Desain grafis,

- *Newspaper, Magazine, book design:* (museum, gallery or library book),
- *Corporate and Promotional design :* *annual report, booklet, brochure, newsletter, jurnal, house publication, corporate identity standard manual, corporate identity program, corporate promotion video, stationery, logo/ trademark, complete pres, postcard, greeting card, invitation card, calendar or appointment book, stamps, menus, dsb.*
- Environmental design:* *Signage, directory, windows display, merchandising, trade show, gallery, museum, exhibition, installation, dsb.*

2. Fotografi,

- *Magazine editorial, cover, newspaper/magazine, book, corporate/ institutional: annual reports,*

3. Ilustrasi,

- *Magazine editorial, newspaper editorial, cover, newspaper/magazine, corporate/ institutional: annual reports, brochure.*

4. Periklanan,

- *Television, cinema & commercials, television cinema crafts, print advertising, advertising posters and billboards : promotional, point of purchase, display, dsb*

5. Interactive,

- *Product/ service promotion, web application, self promotion (website, CD/DVD), online catalog dsb*

Seorang perancang grafis mempunyai dua tujuan yang saling berhubungan yaitu mengkomunikasikan sebuah pesan kepada audience atau target dan untuk menciptakan sebuah desain yang menyenangkan atau menarik (estetik) sehingga pesan tersebut tersampaikan. Oleh karena itu perancangan grafis pada media pameran dan penyajian informasi harus mengacu pada prinsip-prinsip AIDCA yaitu *Attention, Interest, Desire, Conviction* dan *Action* dalam melakukan pekerjaanya.

Gagasan Pesan yang di Desain



Sebuah desain yang baik harus dapat memberi perhatian visual (*attention*). Desain tersebut awalnya harus dapat mengganggu secara visual. Selanjutnya desain tersebut harus dapat menarik perhatian (*interest*), menimbulkan keinginan (*desire*), menanamkan keyakinan pada sasaran (*conviction*) dan selanjutnya dapat membangun sikap konsumen/sasaran untuk melakukan tindakan/aksi (*action*).

Pada akhirnya, keberhasilan dalam proses komunikasi tersebut harus dapat mendukung pencapaian tujuan museum sebagai cagar budaya. Perancangan sebuah media pameran dan penyajian informasi mengenai museum haruslah dapat memecahkan permasalahan komunikasi.

5.2. Metode desain

Tahapan desain

Tahapan desain yang digunakan dalam perancangan desain komunikasi visual museum ini berangkat dari suatu fenomena atau isu yang melatarbelakangi tujuan, kemudian diaplikasikan terhadap tapak atau lokasi yang memiliki berbagai aspek yang mempengaruhi desain di lingkungan tapak dengan keterkaitannya dengan fenomena tersebut.

Proses tersebut diimplementasikan dalam bentuk grafis dua dimensi atau tiga dimensi, serta permodelan tiga dimensi. Sedangkan alat-alat yang digunakan dalam perancangan berupa deskripsi tekstual, sketsa, maket, foto/gambar dokumentasi, dan sebagainya. Setelah ditemukan desain yang terbaik dari proses eksplorasi desain tersebut kemudian bentuk dan ide-ide dasar yang didapat dalam pradesain disempurnakan kembali dalam proses desain, untuk menghasilkan skematik desain. Sedangkan untuk tahapan perancangan mulai dari perumusan masalah hingga mendapatkan konsep perancangan dalam mendesain adalah sebagai berikut:

1. Perumusan gagasan

Tahap perumusan gagasan merupakan runtutan dari proses berpikir yang dilakukan secara sistematis, dimulai dengan mengangkat suatu fenomena arsitektur dari isu-isu dan fakta yang melatarbelakangi rumusan masalah yang hendak diselesaikan. Isu-isu tersebut dikerucutkan menjadi suatu rumusan masalah dengan melakukan prediksi dan mengetahui tantangan permasalahan berdasarkan data-data dan tinjauan pustaka yang relevan.

2. Pengumpulan dan kompilasi data

Tahap selanjutnya dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang mendukung proses perencanaan dan perancangan yang berupa data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan survei lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder didapatkan dengan melakukan studi literatur dan komparasi obyek sejenis.

3. Analisis

Setelah melakukan tahap kompilasi data, maka selanjutnya dilakukan tahap analisis data. Tahap analisis data dilakukan dengan merujuk pada teori yang digunakan, didukung oleh komparasi sejenis, yang dikaitkan dengan obyek perancangan.



4. Sintesa

Pertimbangan penyelesaian masalah merupakan tahapan dimana alternatif-alternatif jawaban dari permasalahan yang didapat dari tahap analisa desain disesuaikan dengan rumusan permasalahan yang hendak diselesaikan untuk mendapatkan konsep perancangan. Konsep perancangan merupakan hasil keputusan desain yang diperoleh dari proses analisa beberapa alternatif desain, untuk dilakukan pengembangan desain selanjutnya.

5. Eksplorasi desain

Eksplorasi desain merupakan suatu proses dalam tahapan desain yang merupakan tahap dimana sintesa yang dihasilkan melalui proses analisa dan menghasilkan konsep, ditransformasikan ke dalam desain. Pada tahap ini digunakan metode analogi dalam proses eksplorasi bentuk bangunan.

6. Pembahasan

Hasil desain tahap pembahasan hasil desain dilakukan setelah mendapatkan hasil desain, dengan melakukan pertimbangan ulang terhadap konsep perancangan dan batasan dan rumusan permasalahan yang ditetapkan. Pada tahap ini digunakan metode deskriptik-analitik dalam upaya memberikan gambaran hasil desain serta penjawaban rumusan masalah.

5.3. Prinsip dasar desain

Prinsip dasar desain merupakan pengorganisasian unsur-unsur dasar desain dengan memperhatikan prinsip-prinsip dalam menciptakan dan mengaplikasikan kreativitas. Frank Jefkins (1997:245) mengelompokkan prinsip-prinsip desain menjadi: kesatuan, keberagaman, keseimbangan, ritme, keserasian, proporsi, skala, dan penekanan.

a. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan sebuah upaya untuk menggabungkan unsur-unsur desain menjadi suatu bentuk yang proporsional dan menyatu satu sama lain ke dalam sebuah media. Kesatuan desain merupakan hal yang penting dalam sebuah desain, tanpa ada kesatuan unsur-unsur desain akan terpecah berdiri sendiri-sendiri tidak memiliki keseimbangan dan keharmonisan yang utuh.

b. Keberagaman (*variety*)

Keberagaman dalam desain bertujuan untuk menghindari suatu desain yang monoton. Untuk itu diperlukan sebuah perubahan dan pengkontrasan yang sesuai. Adanya perbedaan besar kecil, tebal tipis pada huruf, pemanfaatan pada gambar, perbedaan warna yang serasi, dan keragaman unsur-unsur lain yang serasi akan menimbulkan variasi yang harmonis.

c. Keseimbangan (*balance*)

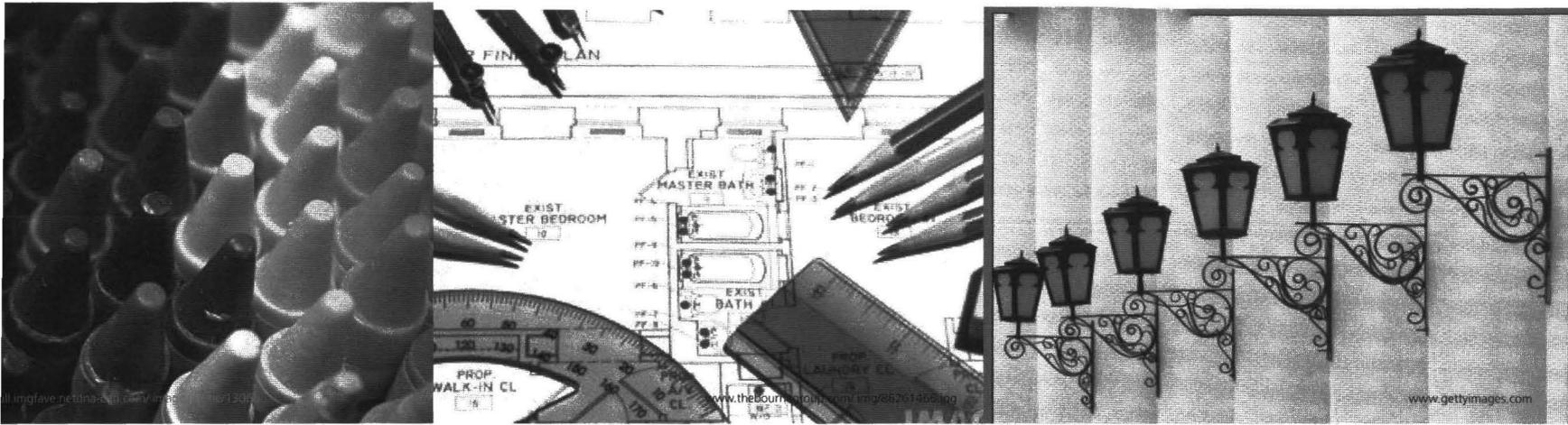
Keseimbangan adalah bagaimana cara mengatur unsur-unsur yang ada menjadi sebuah komposisi yang tidak berat sebelah. Keseimbangan dapat tercapai dari dua bagian, yaitu secara simetris yang terkesan resmi/formal yang tercipta dari sebuah paduan bentuk dan ukuran tata letak yang sama, sedangkan keseimbangan asimetris memberi kesan informal, tapi dapat terlihat lebih dinamis yang terbentuk dari paduan garis, bentuk, ukuran, maupun tata letak yang tidak sama namun tetap seimbang.

d. Ritme/irama (*rhythm*)

Aliran secara keseluruhan terhadap desain selalu menyiratkan irama yang nyaman. Suatu gerak yang dijadikan sebagai dasar suatu irama dan ciri khasnya terletak pada pengulangan-pengulangan yang dilakukan secara teratur yang diberi tekanan atau aksentuasi. Ritme membuat adanya kesan gerak yang menyiratkan mata pada tampilan yang nyaman dan berirama.

e. Keserasian (*harmony*)

Suptandar (1995:19) mengartikan keserasian sebagai usaha dari berbagai macam bentuk, bangun, warna, tekstur, dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu komposisi utuh agar nikmat untuk dipandang. Keserasian adalah keteraturan di antara bagian-bagian suatu karya.



f. Proporsi (*proportion*)

Proporsi merupakan perbandingan antara suatu bilangan dari suatu obyek atau komposisi (Kusmiati, 1999:19). Bisa dikatakan bahwa proporsi merupakan kesesuaian ukuran dan bentuk hingga tercipta keselarasan dalam sebuah bidang. Terdapat tiga hal yang berkaitan dengan masalah proporsi, yaitu penempatan susunan yang menarik, penentuan ukuran dan bentuk yang tepat, dan penentuan ukuran sehingga dapat diukur atau disusun sebaik mungkin.

g. Skala (*scale*)

Skala adalah ukuran relatif dari suatu obyek, jika dibandingkan terhadap obyek atau elemen lain yang telah diketahui ukurannya (Kusmiati, 1999:14). Skala berhubungan dengan jarak pandang atau penglihatan dengan unsur-unsur yang telah dimunculkan (faktor keterbacaan). Skala juga sangat berguna bagi terciptanya kesesuaian bentuk atau obyek dalam suatu desain.

h. Penekanan (*emphasis*)

Frank Jeffkin (1997:246) menyebutkan bahwa: "Dalam penekanan, all emphasis is no emphasis, bila semua ditonjolkan, maka yang terjadi adalah tidak ada hal yang ditonjolkan. Adanya penekanan dalam desain merupakan hal yang penting untuk menghindari kesan monoton. Penekanan dapat dilakukan pada jenis huruf, ruang kosong, warna, maupun yang lainnya akan menjadikan desain menjadi menarik bila dilakukan dalam proporsi yang cukup dan tidak berlebihan.

5.4. Dasar Perancangan Desain Komunikasi Visual

Dalam Merancang Desain Komunikasi Visual terdapat berbagai masalah yang kompleks antara desainer, benda koleksi dan komunikan, yang satu sama lain saling berhubungan dan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk menghasilkan desain yang menarik, efektif, dan fungsional. Untuk itu diperlukan beberapa pedoman mendasar, yaitu:

a. Pangsa Pasar/pengunjung

Pangsa pasar/pengunjung merupakan kelompok yang dituju dalam menginformasikan sebuah pesan koleksi di ruang pameran museum. Hal terpenting dalam hal ini adalah mengetahui latar belakang khalayak tersebut, baik dari segi usia, jenis kelamin, tingkat sosial, pendidikan, dan lainnya guna mendukung penetapan sebuah bentuk desain yang sesuai dan tepat bagi khalayak yang dituju sehingga dapat dimengerti dan dipahami.

b. Konsep Desain

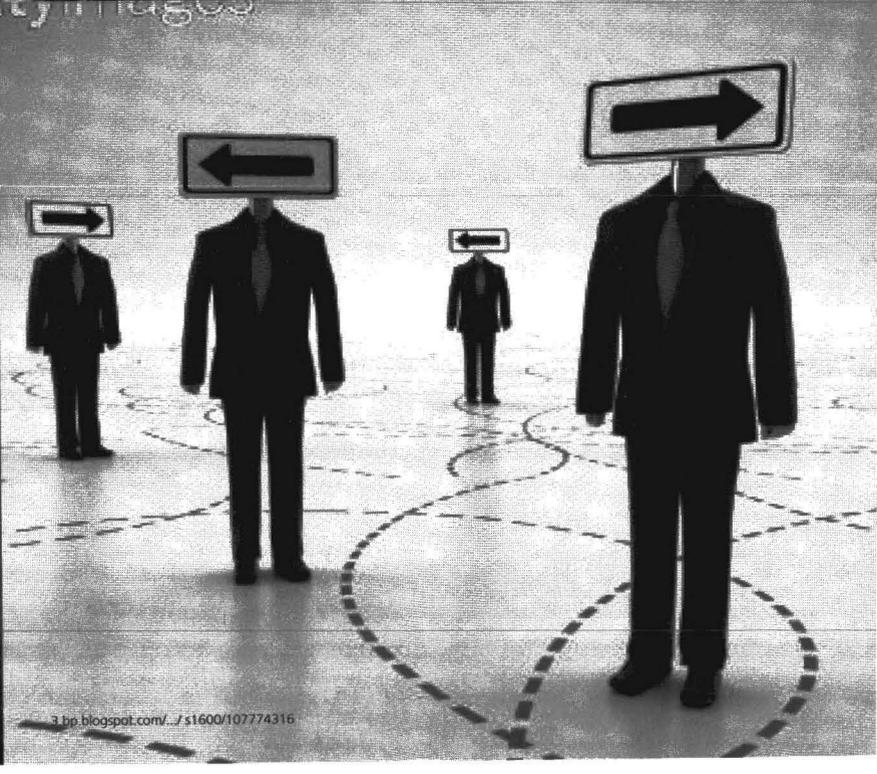
Konsep desain disebut sebagai inti pesan yang berfungsi sebagai tema utama dalam sebuah desain pameran. Konsep desain merupakan jabaran lengkap mengenai isi desain beserta gambarannya dan alasan-alasan yang kuat dalam pemilihan sebuah bentuk desain.

c. Pesan Desain

Pesan desain merupakan kesimpulan akhir dari pengolahan data pangsa pasar/pengunjung museum dan konsep desain. Kesimpulan ini mencerminkan tema utama yang menyeluruh dan mewakili desain komunikasi visual di ruang pameran yang disampaikan agar dapat diterima atau merupakan titik pandang utama sebuah desain komunikasi bagi khalayak yang dituju.

d. Media Desain

Media desain merupakan alat atau sarana yang dapat dipakai untuk memuat pesan sebagai bentuk akhir perancangan yang meliputi berbagai media untuk menyampaikan suatu desain agar dapat didengar atau dilihat oleh khalayak yang kemudian merespon. Dalam menentukan pemilihan media desain dipengaruhi oleh faktor-faktor pendukungnya yang berkaitan dengan sasaran yang ingin dituju, waktu, lokasi penempatan, dan efektivitas serta efisiensinya, karena masing-masing media memiliki karakteristik, kelebihan dan kekurangan.



5.5. Fungsi Dan Peran Desain Komunikasi Visual dalam konteks museum

- **Desain komunikasi visual sebagai sarana identifikasi**

Salah satu fungsi dasar yang utama dari desain komunikasi visual adalah sebagai sarana identifikasi museum. Identitas museum dapat mengatakan tentang seperti apa museum itu, atau dari mana asalnya. Demikian juga dengan suatu benda, produk ataupun lembaga, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk atau jasa itu dan mudah dikenali, baik oleh produsennya maupun konsumennya. Kita akan lebih mudah mengingat akan museum X atau Y yang beridentitas daripada museum yang tanpa identitas yang jelas tentunya. Jika desain komunikasi visual digunakan untuk identifikasi lembaga seperti museum, misalnya. Maka orang akan lebih mudah mengingat menentukan dan mengunjungi museum X atau Y dan mengerti seperti apa koleksinya koleksinya.

- **Desain komunikasi visual sebagai sarana informasi dan instruksi**

Sebagai sarana informasi dan instruksi, desain komunikasi visual bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk, arah, posisi dan skala, contohnya peta, diagram, simbol dan penunjuk arah. Informasi akan berguna apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti, dan dipresentasikan secara logis dan konsisten. Simbol-simbol yang kita jumpai sehari-hari seperti tanda dan rambu lalu lintas, simbol-simbol di tempat-tempat umum seperti telepon umum, toilet, restoran dan lain-lain harus bersifat informatif dan komunikatif, dapat dibaca dan dimengerti oleh orang dari berbagai latar belakang dan kalangan. Inilah sekali lagi salah satu alasan mengapa desain komunikasi visual harus bersifat universal.

- **Desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi**

Tujuan dari desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat; contohnya poster. Penggunaan gambar dan kata-kata yang diperlukan sangat sedikit, mempunyai satu makna dan mengesankan. Umumnya, untuk mencapai tujuan ini, maka gambar dan kata-kata yang digunakan bersifat persuasif dan menarik, karena tujuan akhirnya adalah menjual suatu produk atau jasa.

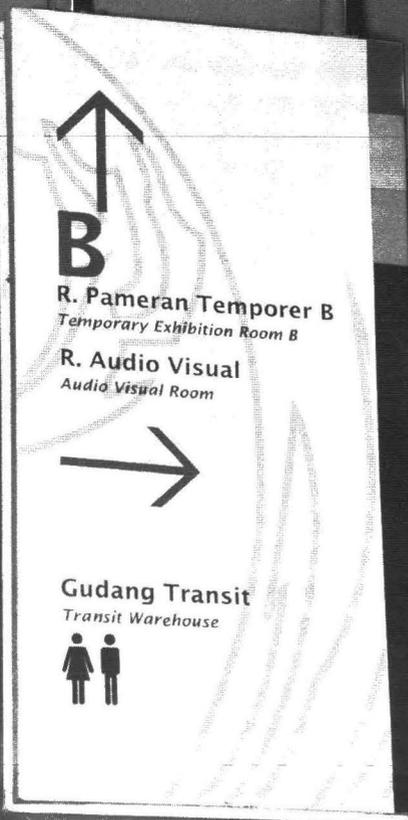
Dalam merancang desain komunikasi visual terdapat berbagai masalah yang kompleks antara desainer, benda koleksi dan komunikan, yang satu sama lain saling berhubungan dan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk menghasilkan desain yang menarik, efektif, dan fungsional.



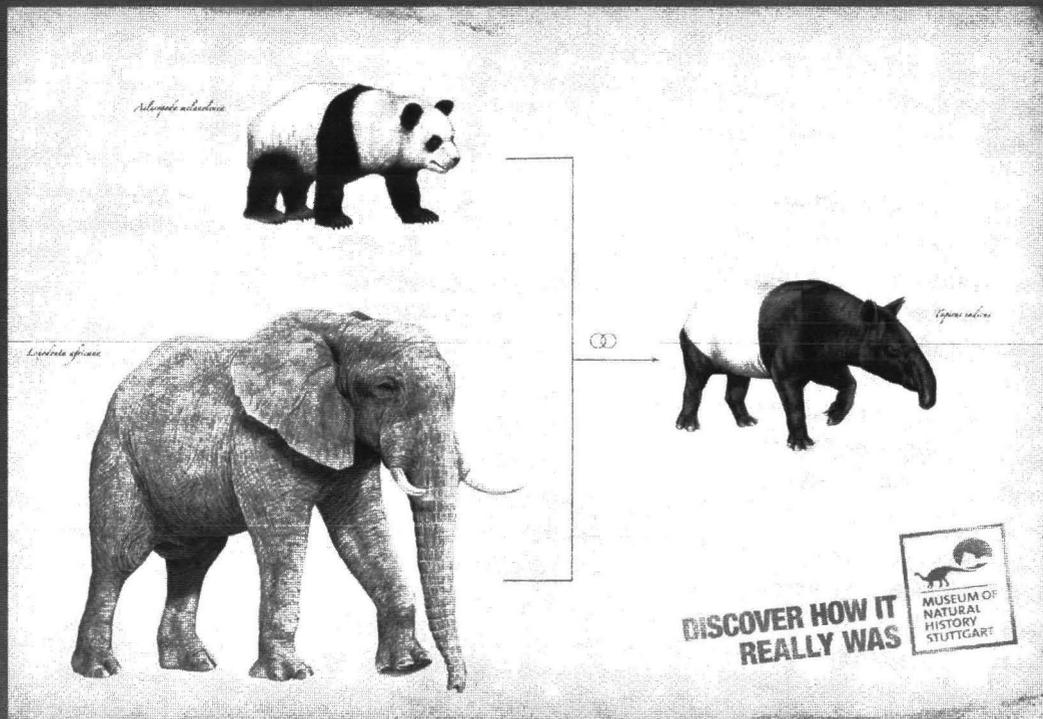
www.megindo.net/userfiles/.../2010/01/01/



THE TANK MUSEUM



keleksi pribadi



farm4.static.flickr.com/3201/2824563898_7ebd141531_o.jpg&imgrefurl

DISCOVER HOW IT
REALLY WAS



5.5.a Desain komunikasi visual sebagai sarana Identitas Museum

Identitas museum atau *Corporate identity museum* adalah cara atau usaha manajemen museum untuk menampilkan museum agar mereka bisa dipertimbangkan di dalam interaksi sosial yang berkelanjutan dengan masyarakat dalam konteks yang spesifik. *Corporate Identity* museum merupakan suatu nafas, identitas, spirit dari suatu organisasi yang dapat menggambarkan perilaku usaha, organisasi atau lembaga itu sendiri.

"*Corporate Identity museum*" juga muncul sebagai suatu bentuk pemahaman sosial dalam masyarakat. Di dalam masyarakat yang besar seperti negara misalnya, suatu golongan yang berskala minoritas cenderung untuk berusaha keras dalam mengembangkan memperkenalkan "*corporate identity*" di manapun mereka berada. "*Corporate Identity*" menjadi suatu ikatan yang khusus pada setiap pelaku atau anggota golongan tersebut sekalipun mereka belum pernah bertemu sebelumnya. Ikatan ini dibangun secara umum atas dasar pengalaman yang serupa, diskriminasi yang serupa, mempunyai nilai-nilai budaya yang serupa, pembatasan yang ekonomi, dan lain lain.

Di dalam marketing, *Corporate Identity* adalah "*persona*" dari suatu korporasi yang disesuaikan dengan pencapaian terhadap sasaran bisnis secara obyektif, pada umumnya seringkali dimanifestasikan melalui branding atau digunakan sebagai merek dagang. *Corporate identity* dihadirkan ketika suatu perusahaan/ organisasi atau kelompok kepemilikan suatu perusahaan/ organisasi berusaha secara bersama membangun filosofi perusahaan/ organisasi tersebut. Secara riil *Corporate identity* dapat diwujudkan berupa kultur organisasi/ perusahaan atau kepribadian dari organisasi/ perusahaan tersebut. Pada intinya, bertujuan agar masyarakat mengetahui, mengenal, merasakan dan memahami filosofi- filosofi perusahaan/ organisasi tersebut. (Balmer, 1995).

ilustrasi/contoh logo



Austins_Logo_and_Colors



Museum Satwa logo



Ancient Coin Museum logo



London Science Museum



BERMUDA AQUARIUM, MUSEUM & ZOO
"In respect appreciation and care of island environments."

ltdsgn.org / FWM_logos



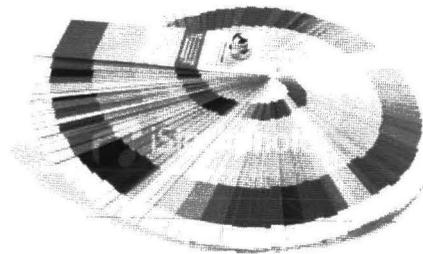
KOHL CHILDRENS MUSEUM LOGO

Corporate Identity terdiri dari tiga bagian yang digunakan dalam bermacam cakupan:

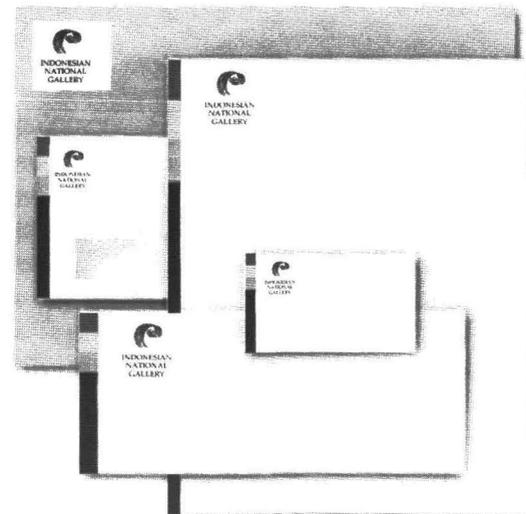
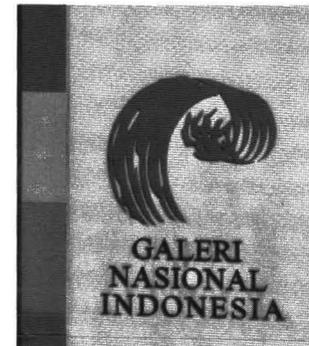
Corporate Visual (logo, *uniform* dsb)

Corporate Communication (iklan, public relations, informasi dsb)

Corporate Behavior (nilai-nilai internal, norma-norma dsb)



istockphoto_3517388-color-guide-to-match-colors-for-printing



Logo adalah salah satu awal yang merupakan identitas yang paling utama. Hanya dengan melihat logo salah satu bisnis kita bisa langsung mengenal organisasi bisnis tersebut dan terbaca/mengetahui reputasinya. Pembuatan logo sepertinya sederhana, namun mempersiapkan sebuah logo yang unik dan yang bisa merangkum/merepresentasikan esensi dari sebuah lembaga/corporate tidaklah sesederhana yang dibayangkan.

FUNGSI CORPORATE IDENTITY Selain berfungsi sebagai identitas, dalam hal ini identitas museum, juga mempunyai fungsi-fungsi lain, antara lain :

a) Sebagai alat yang menyatukan strategi museum.

Sebuah *corporate identity* yang baik harus sejalan dengan rencana museum tersebut - bagaimana museum itu sekarang dan bagaimana di masa yang akan datang. Selain itu *corporate identity* harus dapat dengan tepat mencerminkan *image* museum, melalui koleksi.

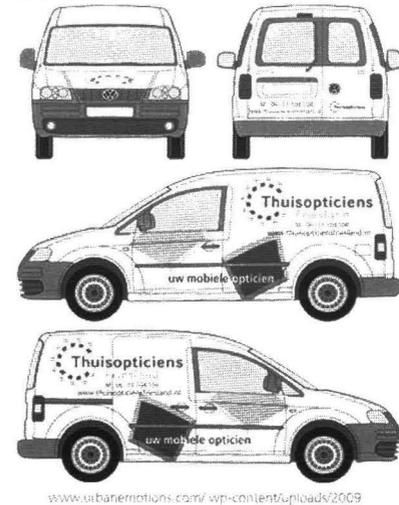
Banyak sekali aplikasi *corporate identity* yang sering digunakan, antara lain:

- Kop surat, amplop, memo, kartu nama, forms, bon, dan lain-lain (*Stationery*), Iklan (*Advertising*), poster, brosur dan katalog, penanda/penunjuk (*Signage system*), gedung perusahaan (*company*), laporan tahunan (*Annual Report*), buletin perusahaan, kendaraan perusahaan dll

b) Sebagai pemacu sistem operasional museum.

Pertanyaan pertama yang muncul dalam pembuatan corporateidentity adalah bagaimana suatu perusahaan ingin dilihat oleh publik. Pertanyaan ini secara tidak langsung membuat personil-personil perusahaan tersebut berpikir dan mengevaluasi sistem operasional mereka selama ini. Dari sini dapat ditemukan kelemahan atau kesalahan yang selama ini dilakukan, sehingga tercipta tujuan perusahaan yang lebih baik dan mantap. Dalam hal ini peran kurator sebagai jembatan antara museum dengan publik, penting adanya. Dengan pemahaman akan corporate identity, diharapkan seorang kurator mampu memberikan informasi dan menghubungkan anantara benda yang dipamerkan dan identitas museum dimana benda koleksi itu dipamerkan.

VW 199
VW Caddy Kasterw., 1 Schiebet., Heckfluegelt. verglast (2004)
1:30 L: 4.405 B: 1.802 H: 1.833 R: 2.682



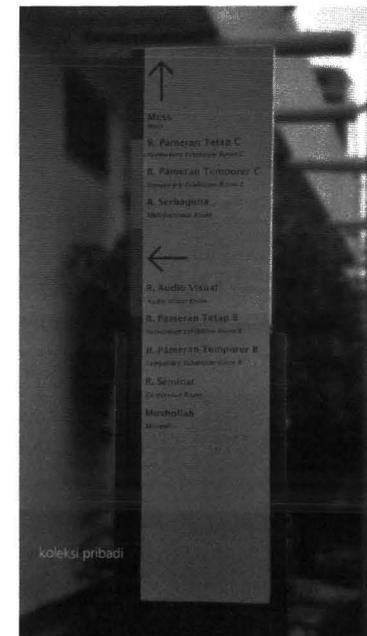
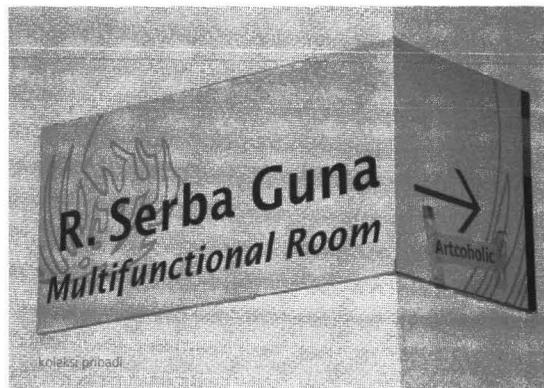
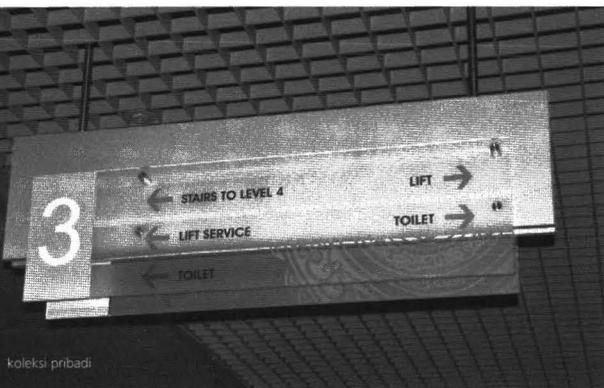
Museum of London Logo by design firm Coley Porter Bell

5.5.b Desain komunikasi visual sebagai sarana Informasi dan instruksi

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual, termasuk audio dengan mengolah elemen desain grafis berupa bentuk gambar, huruf dan warna, serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sasarannya.

Jadi desain komunikasi visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target *audience* sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sedang bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasar ilmu tata rupa. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan (baik sosial maupun komersial ataupun berupa informasi, identifikasi maupun persuasi) di ruang tata pameran museum.

Desain harus mendukung dan meningkatkan penyajian dan interpretasi koleksi yang kemudian membangun hirarki yang jelas dan ringkas untuk berbagai tingkat informasi.



5.5.c Desain komunikasi visual sebagai sarana Presentasi dan Promosi

Tujuan dari desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat; contohnya poster. Penggunaan gambar dan kata-kata yang diperlukan sangat sedikit, mempunyai satu makna dan mengesankan. Umumnya, untuk mencapai tujuan ini, maka gambar dan kata-kata yang digunakan bersifat persuasif dan menarik, karena tujuan akhirnya adalah menjual suatu produk atau jasa.

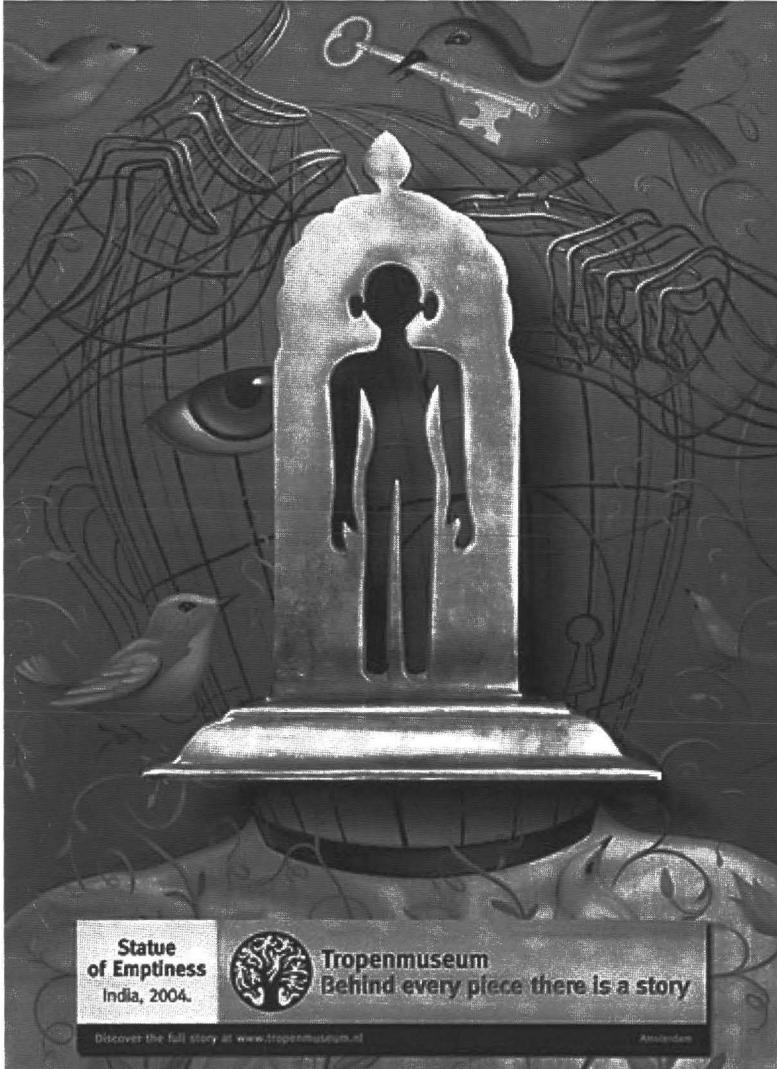
Menurut Terence A. Shimp (2000:7) Promosi memiliki lima fungsi yang sangat penting bagi suatu perusahaan/lembaga. Kelima fungsi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Memberikan Informasi (*Informing*)

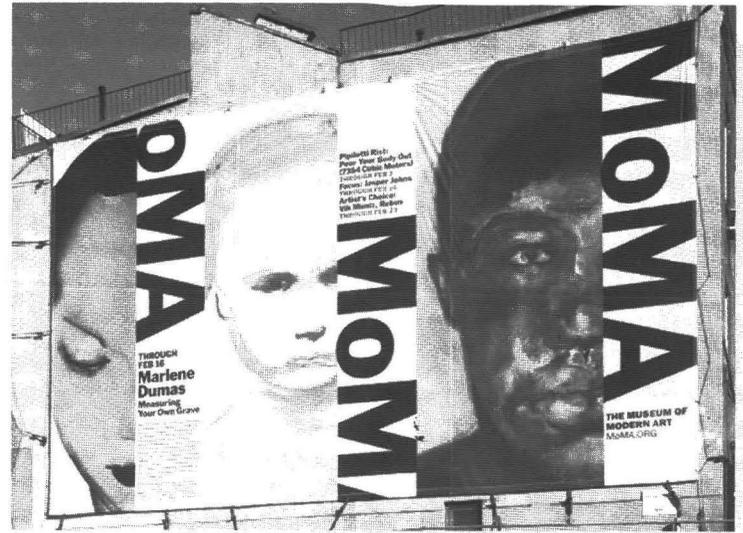
Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merek yang telah ada.

2. Membujuk (*Persuading*)

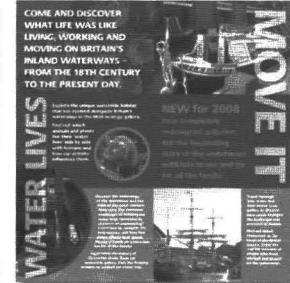
Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Lebih sering, promosi berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.



www.gettyimages.com



www.gettyimages.com



www.gettyimages.com

www.gettyimages.com

3. Mengingatkan (*Reminding*)

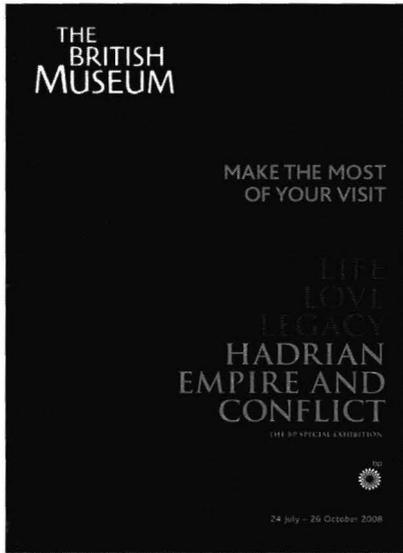
Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh didemonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen yang akhir-akhir ini belum membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut-atribut yang menguntungkan.

4. Menambah nilai (*Adding Value*)

Terdapat tiga cara mendasar dimana perusahaan bisa memberi nilai tambah bagi penawaran-penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Ketiga komponen nilai tambah tersebut benar-benar independen. Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

5. Mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan (*Assisting*)

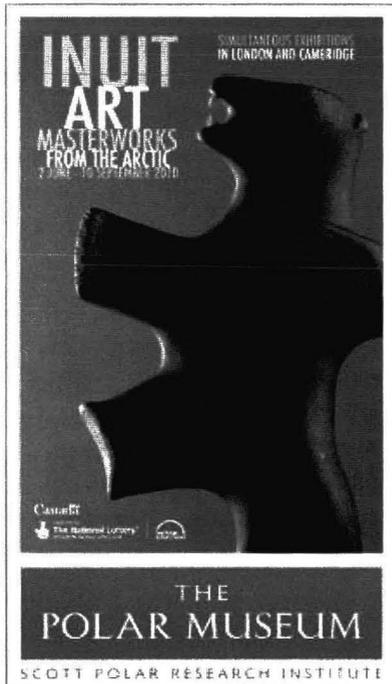
Periklanan merupakan salah satu alat promosi. Promosi membantu perwakilan penjualan. Iklan mengawasi proses penjualan produk-produk perusahaan dan memberikan pendahuluan yang bernilai bagi wiraniaga sebelum melakukan kontak personal dengan para pelanggan yang prospektif. Upaya, waktu, dan biaya periklanan dapat dihemat karena lebih sedikit waktu yang diperlukan untuk memberi informasi kepada prospek tentang keistimewaan dan keunggulan produk jasa. Terlebih lagi, iklan melegitimasi atau membuat apa yang dinyatakan klaim oleh perwakilan penjual lebih kredibel.



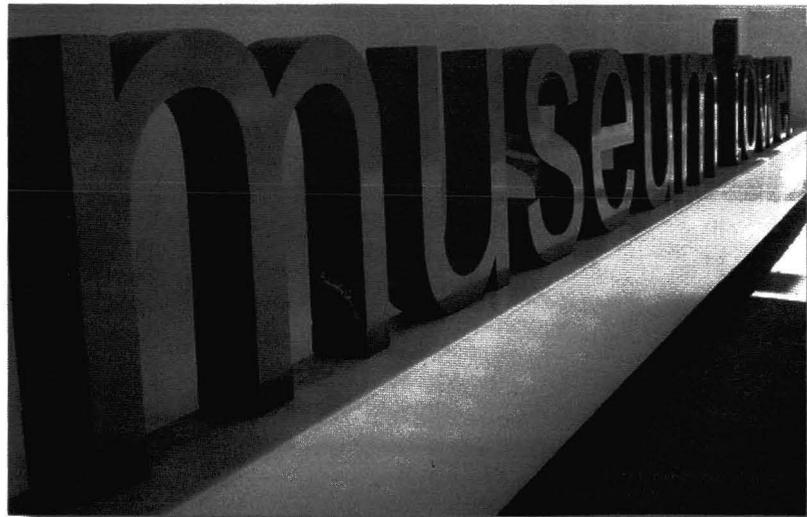
www.flickr.com/photos/everydaylifemodern



www.toledomuseum.org/



www.gettyimages.com



5.6. Desain Komunikasi Visual di museum

Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual

Christine Suharto Cenadi (1999:5) menyebutkan bahwa elemen-elemen desain komunikasi visual diantaranya adalah tipografi, ilustrasi, dan simbolisme. Elemen-elemen ini dapat berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan penggunaan media.

1. Tata Letak Perwajahan (*Layout*)

Pengertian layout menurut Graphic Art Encyclopedia (1992:296) "*Layout is arrangement of a book, magazine, or other publication so that and illustration follow a desired format*". Layout adalah merupakan pengaturan yang dilakukan pada buku, majalah, atau bentuk publikasi lainnya, sehingga teks dan ilustrasi sesuai dengan bentuk yang diharapkan. Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa: "*Layout includes directions for marginal data, pagination, marginal allowances, center headings and side head, placement of illustration.*" Layout juga meliputi semua bentuk penempatan dan pengaturan untuk catatan tepi, pemberian gambar, penempatan garis tepi, penempatan ukuran dan bentuk ilustrasi. Menurut Smith (1985) dalam Sutopo (2002:174) mengatakan bahwa proses mengatur hal atau pembuatan layout adalah merangkaikan unsur tertentu menjadi susunan yang baik, sehingga mencapai tujuan. Menata letak berarti meramu seluruh aspek grafis, meliputi warna, bentuk, merek, ilustrasi, tipografi menjadi suatu kesatuan yang baru, disusun dan ditempatkan pada halaman kemasan secara utuh dan terpadu.

Enam butir pertimbangan bagi pengembangan tata letak sebuah penataan visual di museum adalah:

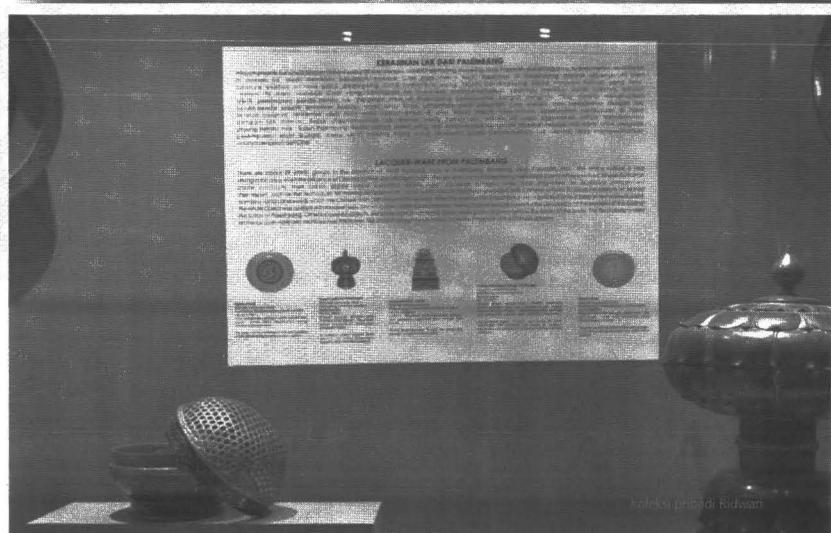
1. Keseimbangan (*balance*)

Unsur-unsur visual hendaknya ditata dalam tampilan yang memenuhi kaidah keseimbangan sehingga tampilan tampak estetis.

2. Titik pandang/ jarak (*focus*)

Pertimbangan jarak penglihatan merupakan bagian yang menentukan keterbacaan tanda. Pemilihan jenis huruf, objek gambar, ukuran harus disesuaikan dengan jarak pandang pengunjung.

3. Lawanan (*contrast*), merupakan bagian yang menentukan dalam perhatian terhadap sebuah tanda visual.



koleksi pribadi Ridwan

koleksi pribadi Ridwan

4. Perbandingan (*proportion*).

5. Alunan pirza (*pirza-motion*), untuk memberikan kesan estetik pada penataan visual

6. Kesatuan (*unity*), sebuah perencanaan komunikasi visual hendaknya ditata dalam sebuah sistem visual yang konsisten.

2. Huruf (*Typography*)

Typografi, (*Typography*): asal kata *typhography*, dari *typo* yang artinya tulisan, dan *graphos*, yang artinya gambar. Jadi tipografi adalah segala sesuatu yang berkenaan dengan huruf dan aksara. Lebih tepatnya tipografi adalah seni memilih huruf. Menurut Frank Jefkins (1997:248) tipografi merupakan: "Seni memilih huruf, dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia, menggabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia, dan menandai naskah untuk proses *typesetting*, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda. Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan (*legibility*) dan kemenarikan, dan desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya (*style*) dan karakter atau menjadi karakteristik subjek yang diiklankan." Wiryu (1999:32) mengatakan bahwa beberapa tipe huruf mengesankan nuansa-nuansa.

Sangat pentingnya informasi dimuseum maka disetiap keterangan koleksi hendaknya informasi disetiap koleksi mudah dan enak dibaca. Kerap kali berapa ukuran huruf dan jarak pandang terabaikan, sehingga pengunjung yang mestinya mendapatkan informasi yang cukup karena keterangan yang terlalu panjang dan jenis huruf dan ukuran tidak proporsional terhadap jarak pengunjung sehingga pesan yang semestinya harus sampai pengunjung menjadi tidak maksimal. *Type* huruf harus disesuaikan dengan tema dan tujuan komunikasi dari pameran tersebut. Maka disinilah diperlukan kejelian dalam memilih huruf/ font yang sesuai atau menjiwai dari produk yang akan dipamerkan.

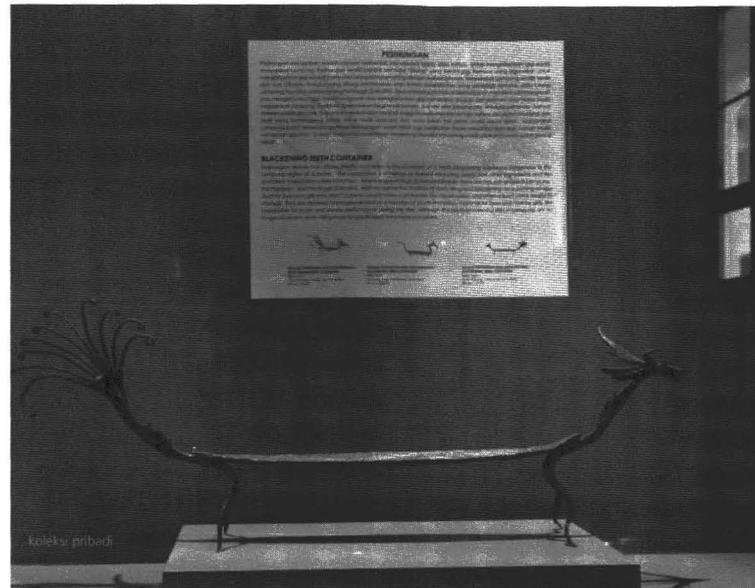
Prinsip-prinsip dasar yang menjadi pertimbangan dalam penggunaan tipografi dalam desain komunikasi visual adalah : keseimbangan huruf, tekanan, *rhythm*, kesatuan (*unity*), positif dan negatif space, dengan memanipulasi area huruf untuk membuat ilusi. Selanjutnya harus dipertimbangkan pula mengenai keterkaitan antara kesan berat huruf, jenis huruf, posisi huruf dengan penataannya. Untuk memberikan perhatian tersebut maka dapat dilakukan dengan tekanan (perhatian) dapat dilakukan dengan : posisi, *rhythm*, kontras warna, ukuran berat huruf (tebal tipis huruf), huruf awal, saling berlawanan.

"Nenek moyangku orang pelaut" bukan semboyan kosong

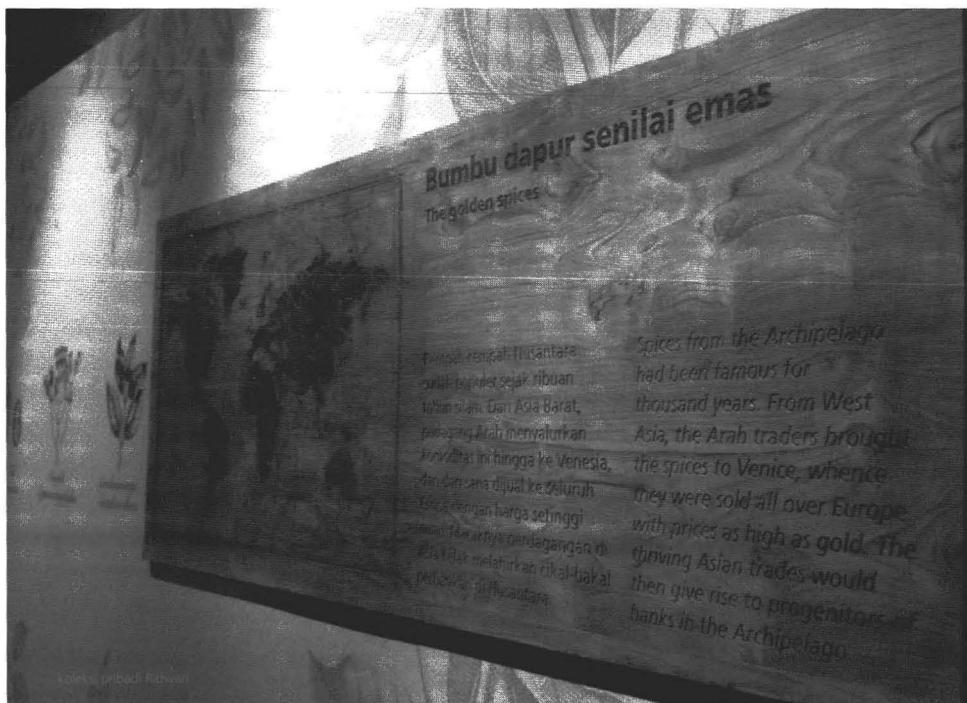
My ancestors, true seafarers

Pelaut Nusantara sudah melakukan perdagangan global sejak Alaf Pertama Tarikh Umum. Dengan kapal sederhana mereka menyeberangi samudera membawa rempah-rempah sampai Asia Barat, Madagaskar, bahkan Pesisir Timur Afrika. "Perahu-perahu itu tidak digerakkan oleh layar, tetapi oleh semangat dan keberanian," ujar kagum Plinius, sejarawan Romawi. Pelayaran-pelayaran ini juga disebut dalam sumber kuno seperti kitab Yunani Petunjuk

Mariners from the Nusantara Archipelago have been involved in a global trade since the first century C.E. In simple ship, they crossed the oceans, carrying spices faraway places in West Asia, Madagascar, and the eastern coasts of Africa. "The ship have not been moved by but by spirit and courage," noted Pliny the the Roman historian. Such naval voyages have also been mentioned in other ancient sources such as the Greek tome of "The Mariners' Guide to the East Indies."



koleksi pribadi



koleksi pribadi Ridwan



koleksi pribadi Ridwan

3. Ilustrasi (*illustration*)

Ilustrasi dalam karya desain komunikasi visual dibagi menjadi dua, yaitu ilustrasi yang dihasilkan dengan tangan atau gambar dan ilustrasi yang dihasilkan oleh kamera atau fotografi. Menurut Wirya (1999:32) ilustrasi dapat mengungkapkan sesuatu secara lebih cepat dan lebih efektif daripada teks. Fungsi ilustrasi menurut Pudjiastuti (1997:70) adalah: "Ilustrasi digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat dan cepat serta mempertegas sebagai terjemahan dari sebuah judul, sehingga bisa membentuk suatu suasana penuh emosi, dari gagasan seakan-akan nyata. Ilustrasi sebagai gambaran pesan yang tak terbaca dan bisa mengurai cerita berupa gambar dan tulisan dalam bentuk grafis informasi yang memikat. Dengan ilustrasi, maka pesan menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar daripada kata-kata.

Ilustrasi berasal dari kata *to illustrate* yang artinya menjelaskan. Ilustrasi adalah menjelaskan secara gambar gagasan yang mungkin saja sulit dijelaskan oleh bahasa verbal. Seorang *illustrator* akan menjelaskan secara visual (bahasa visual) gagasan dengan gaya visual yang disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi. Ilustrasi dapat memiliki tiga fungsi

1. Untuk menghias (*decorating*)
2. Memberi informasi
3. Memberi komentar (secara visual)

Beberapa jenis ilustrasi diperlukan dalam penataan pameran dan penyajian koleksi museum karena fungsinya sebagai penghias, pemberi informasi atau sekedar untuk memberi komentar. Ilustrasi digunakan dalam pengkomunikasian koleksi museum memiliki fungsi yang sangat spesifik. guna mengkomunikasikan gagasan yang menghubungkan kebutuhan-kebutuhan dari pihak museum dan masyarakat.

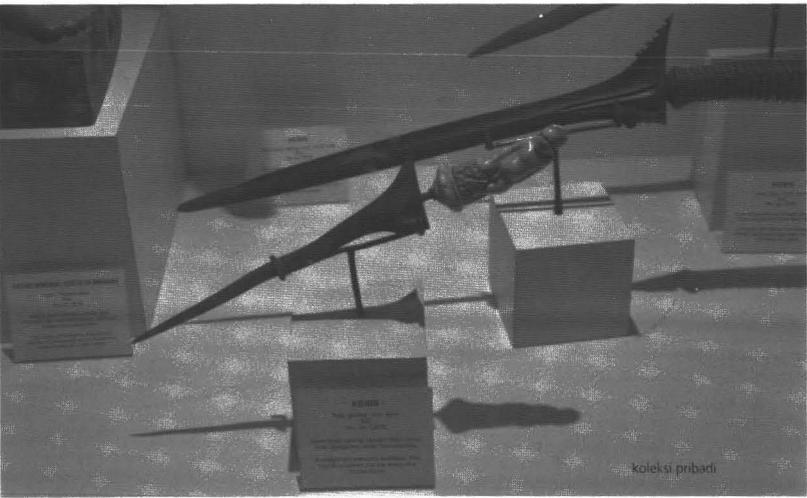




www.scribd.com/.../file/project/large



koleksi pribadi



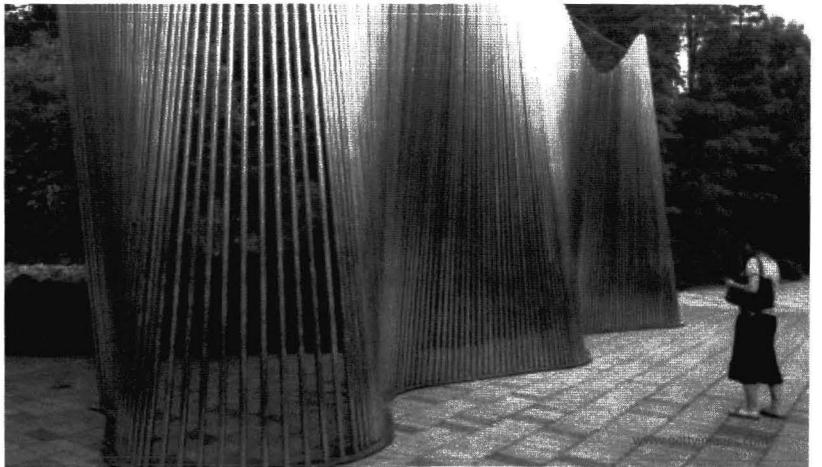
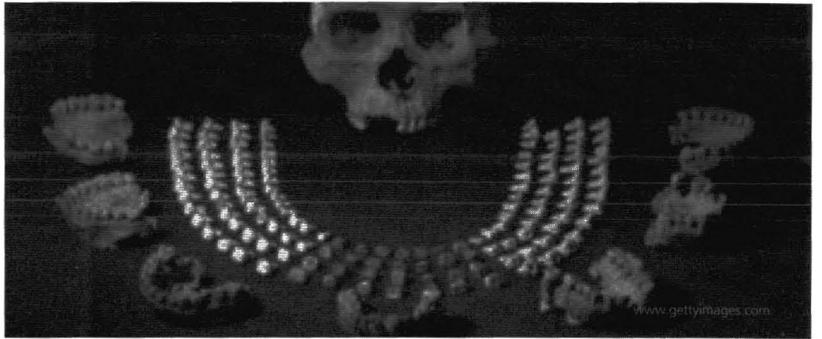
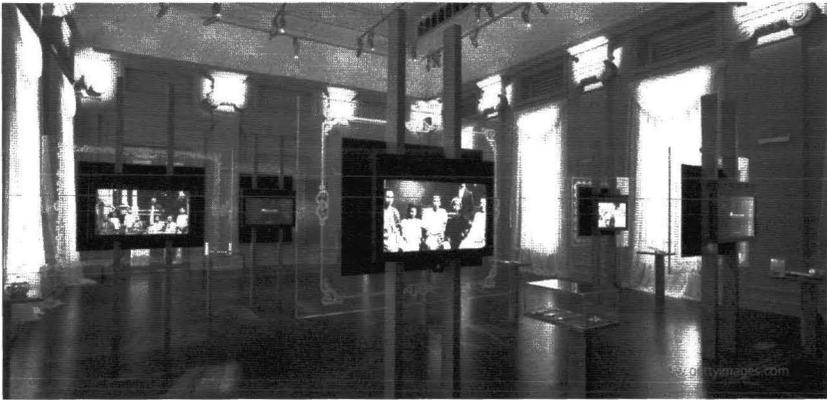
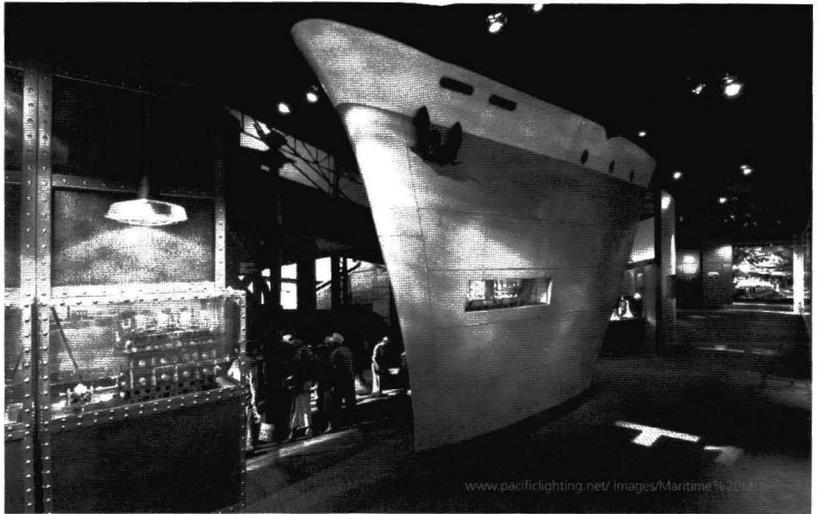
koleksi pribadi



koleksi pribadi

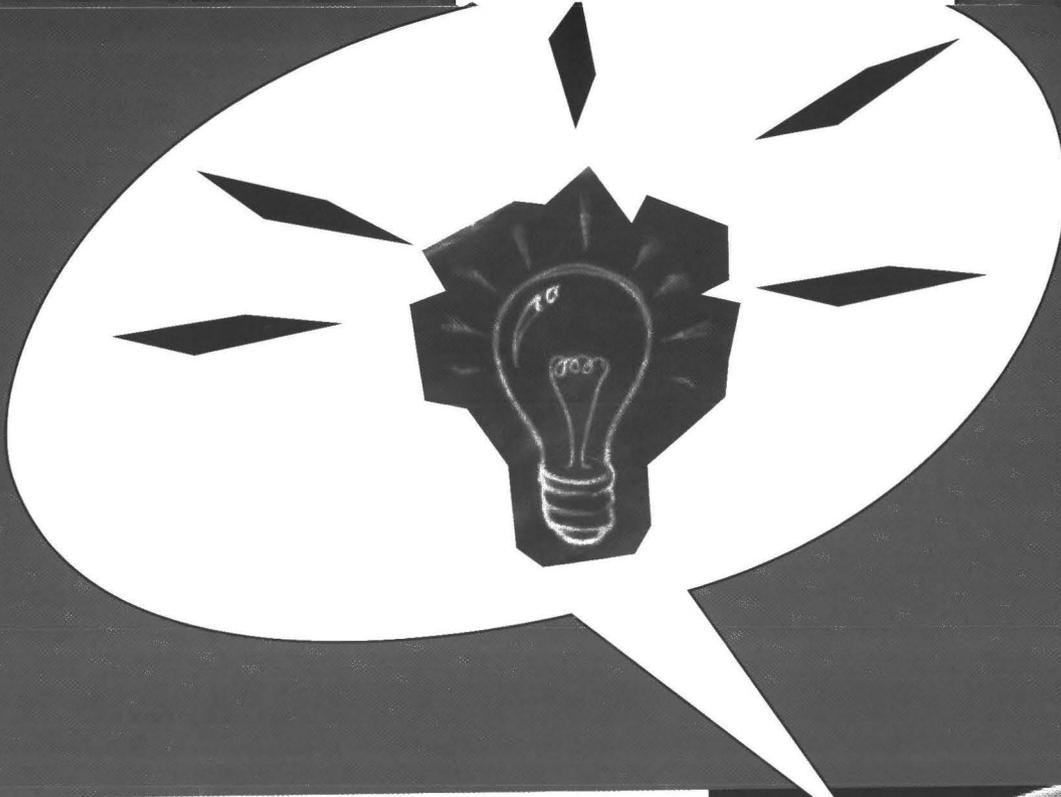
5.7. Perlunya Pemahaman Desain Komunikasi Visual di museum

1. Mengenal konsep desain komunikasi visual sebagai dasar perancangan/ desain dan strategi komunikasi koleksi.
2. Mengenal desain grafis (desain komunikasi visual) dan bahasa rupa sebagai pengolah visual data Informasi.
3. Mengenal secara prinsip teknis, proses teknologi informatika dan sistem informasi manajemen.
4. Memahami elemen desain grafis sebagai alat penyampai pesan yang efektif, efisien, komunikatif dan estetis kreatif dalam konteks konsep *policy/planning/ strategy* dan implementasi serta evaluasi yang berorientasi pada pengunjung museum.
5. Memahami strategi komunikasi, psikologi dan sosial/ antropologi budaya.
6. Memahami beberapa media baru, terutama dunia media / ruang cyber serta tekniknya, yaitu:
 - a. Animasi Audio Visual (*Mix Media*)
 - b. Interaktif media dan web/website yang biasa dipergunakan untuk melengkapi E-media dan Mixmedia/Multimedia.
7. Menguasai konsep perancangan / desain komunikasi visual dan pemasaran global secara universal. Menguasai proses dan tehnik perancangan /desain yang dapat mengantisipasi perkembangan Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pengolahan pesan pesan untuk tujuan sosial atau komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada individu atau kelompok lainnya.

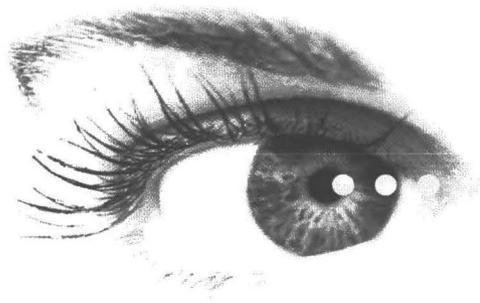


Pesan dapat berupa informasi produk, jasa atau gagasan yang disampaikan kepada target audience, dalam upaya peningkatan pemahaman terhadap benda koleksi, peningkatan citra dan publikasi program museum. Pada prinsipnya desain komunikasi visual adalah perancangan untuk menyampaikan pola pikir dari penyampaian pesan kepada penerima pesan, berupa bentuk visual yang komunikatif, efektif, efisien dan tepat. terpola dan terpadu serta estetis, melalui media tertentu sehingga dapat mengubah sikap positif sasaran. elemen desain komunikasi visual adalah gambar/ foto, huruf, warna dan tata letak dalam berbagai media, baik media cetak, massa, elektronika maupun audio visual.

Akar bidang desain komunikasi visual adalah komunikasi budaya, komunikasi sosial dan komunikasi ekonomi. Tidak seperti seniman yang mementingkan ekspresi perasaan dalam dirinya, seorang desainer komunikasi visual adalah penterjemah dalam komunikasi gagasan. Karena itulah desain komunikasi visual mengajarkan berbagai bahasa visual yang dapat digunakan untuk menterjemahkan pikiran dalam bentuk visual. Perannya bukan hanya memberi seni dan rupa pada benda tetapi juga menerjemahkan jiwa yang relevan dengan perkembangan jaman dan teknologi.



the
Conversation



www.mediaindonesia.com/mediahidupsehat/spaw

Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa yang menjadi tolok ukur keberhasilan dari komunikasi di museum yang tepat adalah sejauh mana efek yang ditimbulkan dari informasi yang disajikan melalui tata pameran di museum, baik dalam tatanan kognitif, afektif, maupun psikomotorik. Pada tatanan Kognitif, pengunjung yang semula kurang mempunyai pengetahuan museum dibuat agar memiliki pengetahuan tentang museum. Pengunjung menjadi tahu dan mengerti materi yang disajikan pada ruang pameran misalnya pada tata pameran Sejarah Kehidupan. Pada tatanan *afektif*: setelah mendapatkan informasi tentang museum, melalui tata pameran itu diharapkan timbul pengalaman emosi dalam diri mereka, karena pengunjung sudah mengerti dan memahami apa makna koleksi di ruang pameran tersebut. Terakhir adalah tatanan psikomotorik: setelah pengunjung mulai memahami apa makna koleksi di ruang pameran diharapkan terjadi perubahan sikap maupun tindakan mereka dalam memandang warisan budaya sebagaimana yang mereka saksikan di tata pameran museum tersebut. Apabila tatanan-tatanan ini tidak tercapai, maka komunikasi antara sistem tata pameran yang ada dengan pengunjung dapat dikatakan "gagal". Artinya informasi yang disajikan pada sistem tata pameran tidak dapat memberikan efek atau dampak apapun kepada pengunjung.

Diperlukan sebuah dasar pemahaman komunikasi yang kuat untuk menyajikan tata pameran yang baik, hal ini dapat dicapai melalui sebuah ilmu pengetahuan yang sekarang dikenal dalam komunikasi visual atau orang mengenalnya dengan desain komunikasi visual.

KRITERIA KEBERHASILAN PAMERAN BAGI PENGUNJUNG

COMFORT, pengunjung merasa nyaman, baik secara fisik maupun psikis, terutama kemudahan dalam aksesibilitas

COMPETENCE, pengunjung secara intelektual merasa kompeten; menyangkut alur, tingkat pengertian, kosa kata dalam label, kandungan visual dan lainnya yang terintegrasi dalam membentuk pengalaman diri mereka.

ENGAGEMENT, pengunjung merasa ada ikatan dengan isi pameran.

MEANINGFULNESS, ada pemaknaan secara pribadi bagi pengunjung

SATISFACTION, Pengunjung mendapatkan pengalaman yang memuaskan





Bab 6

Konsep tata Ruang Pameran tetap

6.1.	KONSEP REVITALISASI MUSEUM	107
6.2.	KONSEP RUANG PAMERAN	109
6.3.	KONSEP RANCANGAN FURNITURE-PERABOT PERAGA BENDA KOLEKSI PAMER	118
6.4.	DOKUMEN RANCANGAN	122

Membuat sebuah Konsep Penataan Ruang Pameran Tetap di dalam museum memang bukan suatu pekerjaan mudah. Menata ruang pameran tetap berarti **melakukan penataan interior ruang dalam** lengkap dengan koleksi museum beserta keseluruhan alat kelengkapan pendukungnya.

Secara konsep ruang, penataan ruang pameran tetap tidak lepas dari penataan interior di dalam museum terutama penataan ruang publik beserta ruang fasilitas penunjangnya, sedangkan penataan interior museum tidak pula dapat dipisahkan dengan penataan eksterior-ruang luar museum. Keduanya penataan interior dan eksterior tentunya erat kaitannya dengan bangunan museum itu sendiri dalam konteks ini penataan kembali sebagian bangunan museum (dalam lingkup pekerjaan rehabilitasi fisik bangunan museum).

Seperti diketahui program revitalisasi fisik untuk ketiga puluh museum yang akan dilaksanakan tahun ini, berdasarkan persyaratan dan kriteria yang telah ditentukan, pekerjaan yang memperoleh skala prioritas adalah;

- 1) penataan interior-ruang dalam museum;
- 2) penataan eksterior-ruang luar museum; dan
- 3) rehabilitasi fisik bangunan museum.

Substansi uraian dalam bab ini diawali dengan konsep dan pengertian ruang; konsep penataan kembali bangunan museum sesuai konteks kebutuhan ruangnya; penataan eksterior; konsep penataan interior-ruang publik; konsep penataan ruang pameran tetap beserta uraian dan detil konsep; dan konsep dokumen desain yang diperlukan bagi pekerjaan perancangan penataan ruang pameran tetap.





6.1. Konsep Revitalisasi Museum

Penataan bangunan museum.

Konsep tata ruang bangunan museum sudah selayaknya ditata kembali sesuai dengan paradigma museum yang baru dan rencana program revitalisasi museum ke depan.

Penataan yang perlu dilakukan pada bangunan museum adalah atau yang terutama:

- 1) tampak-tampilan muka atau pada fasade bangunan; dan
- 2) ruang masuk bangunan (entrance building).

Konsep penataan dengan minimal dua variabel ini mempunyai maksud agar:

- a) bangunan mampu memberi citra sebagai museum;
- b) bangunan diharapkan menjadi lebih 'terbuka' dan ramah terhadap lingkungan sekitar; dan
- c) bangunan mempunyai orientasi 'keluar' dan 'mengundang' publik.

Penataan menjadi lebih perlu lagi apabila bangunan museum sekarang adalah bangunan lama yang memang tidak diperuntukkan bagi museum.

Selain itu penataan-rehabilitasi fisik bangunan perlu juga dilakukan dengan prioritas pada ruang-ruang publik, ruang pameran dan penyimpanan, seperti bagian atap, penataan kembali sistem mekanikal, elektrikal, utilitas, keselamatan, dan keamanan.

Penataan eksterior-tata ruang luar museum.

Konsep penataan eksterior harus terakomodasi dengan jelas dalam gambar rencana tapak (siteplan). Penataan diutamakan pada halaman muka museum yang berorientasi kepentingan publik, dan taman yang berhubungan dengan ruang-ruang publik yang berada di dalam bangunan. Semua ruang publik pada eksterior museum harus diberi penanda (signage) dengan standar yang berlaku, harus jelas terbaca, dan mudah terlihat.

Penataan eksterior-ruang luar harus menekankan kenyamanan dan keamanan publik, seperti; a) pintu masuk-keluar bangunan; b) taman atau ruang sign-board museum; c) taman parkir kendaraan; d) tersedianya ruang pedestrian bagi pejalan kaki dengan petunjuk masuk-keluar bangunan yang jelas.

Penataan interior-ruang publik.

Program revitalisasi fisik ketiga puluh museum memang memberi prioritas utama kepada penataan kembali interior museum, khususnya Penataan Interior Ruang Pameran Tetap yang merupakan zona satu dari 4 zona di dalam museum, yaitu zona koleksi-publik.

Ruang-ruang publik yang menjadi sasaran berikut dalam penataan interior museum masuk dalam zona non koleksi-publik yaitu ruang lobi museum, ruang informasi, ruang tiket, toilet, ruang multi media, dan ruang fasilitas penunjang yang diperlukan. Konsep penataan interior pada ruang publik boleh berbeda dan lebih lunak persyaratannya dibandingkan dengan ruang pameran dan penyimpanan, meskipun tetap memperhatikan unsur 'safety' pengunjung atau publik.

Setelah target penataan interior ruang pameran tetap tercapai dan interior ruang publik, target selanjutnya adalah ruang penyimpanan (storage), diikuti ruang pengenalan (introduction area), ruang laboratorium, dan bengkel kerja preparasi.





6.2. Konsep Ruang Pameran

Konsep Ruang Museum.

Ruang di dalam bangunan mempunyai beberapa variabel, dalam konteks ruang di dalam museum yang harus diperhatikan adalah: 1) fungsi dan bentuk ruang; 2) skala dan besaran ruang; dan 3) modul ruang.

Fungsi dan bentuk ruang. Ruang pameran sebagai bagian dari sebuah museum sesungguhnya mengacu pada fungsi dan bentuk bangunan museum itu sendiri. Dalam hal ini ada 4 fungsi dan bentuk bangunan museum, yaitu; a) bangunan yang memang dari awal dirancang sebagai museum; b) bangunan biasa atau umum yang dijadikan sebagai museum; c) bangunan yang mempunyai latar belakang sejarah dengan menjadikan bangunan itu sebagai museum yang mempunyai hubungan peristiwa atau dengan tokoh tertentu; dan d) bangunan cagar budaya sebagai museum.

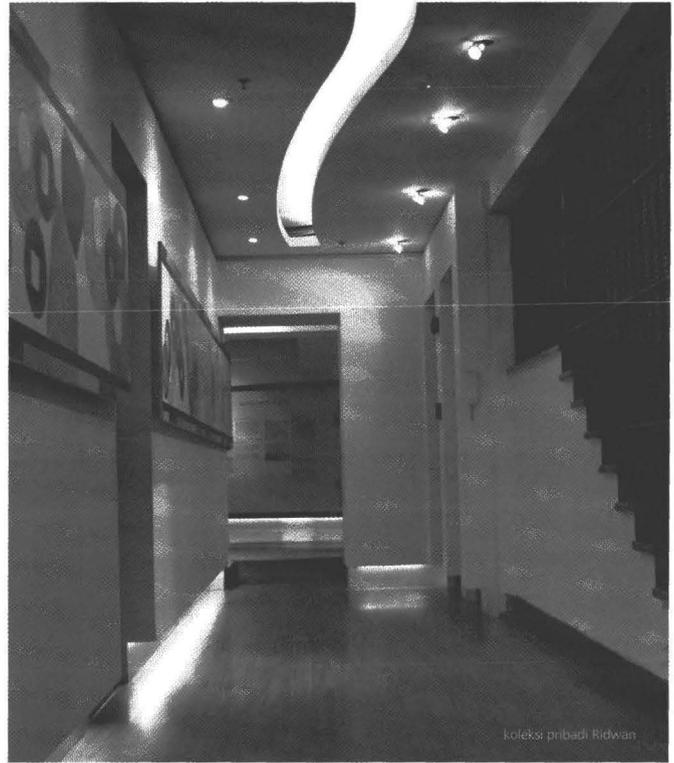
Skala dan besaran ruang. Skala dan besaran ruang pameran mengacu pada konsep penyajian koleksi dan pameran yang mempunyai 2 variabel tetap yaitu benda koleksi pamer dan pengunjung.

Skala dan besaran benda koleksi pamer umumnya mempunyai 3 variabel bebas dan relatif yaitu mikro (kecil), meso (manusia), dan makro (skala bangunan museum).

Skala dan besaran benda koleksi pamer menentukan jarak pandang dan ruang gerak pengunjung yang akhirnya akan menentukan tata letak benda koleksi pamer dan sirkulasi pengunjung.



koleksi pribadi Ridwan



koleksi pribadi Ridwan



koleksi pribadi Ridwan

Modul ruang. Variabel modul ruang pameran tetap sebaiknya melakukan penyesuaian dengan modul keletakan kolom bangunan, ketinggian ruang, dan unsur-unsur dinding ruangan seperti letak pintu dan jendela. Pertimbangan lain adalah

Kosep Ruang Pameran Tetap

Konsep dasar. Sebaiknya ruang pameran tetap mengambil konsep dasar ruang positif dan negatif 3 dimensi. Ruang positif dibentuk untuk penempatan benda koleksi pameran dan panel informasi dengan maksud menjadi orientasi pandang mata pengunjung. Ruang negatif yang terbentuk di luar ruang-ruang mikro penempatan benda koleksi pameran dan panel informasi.

Konsep ruang pameran tetap harus mengacu pada tema, alur cerita, dan alur penyajian benda koleksi pameran.

Kondisi besaran dan modul ruang eksisting dapat menjadi pertimbangan penting untuk membuat konsep ruang pameran tetap, dengan bentuk ruang mengikuti fungsi ruang pameran tetap.

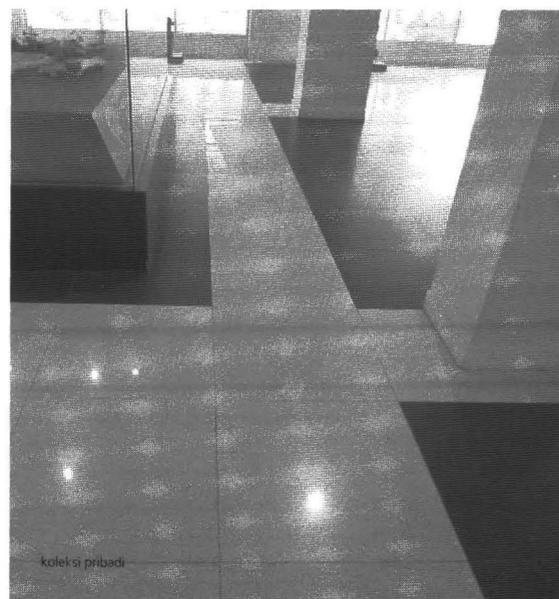
Konsep Tata Ruang Dalam-Interior Pameran Tetap

Konsep rancangan. Untuk menyusun konsep rancangan atau desain interior ruang pameran tetap, ada 'kemutlakan' konsep yang harus dilakukan sebelumnya yaitu: 1) adanya tema pameran tetap; 2) adanya Alur cerita (story line); 3) adanya Konsep penyajian pameran, dalam bentuk model yang dipilih oleh masing-masing museum; 4) adanya Story board; dan 5) Matriks ruang pameran tetap yang memperlihatkan pembagian ruang-ruang bagi penempatan benda koleksi pameran dan panel informasi.

Konsep dasar. Penataan interior ruang pameran tetap harus mengacu pada pertimbangan Konservasi, keselamatan dan pengamanan benda koleksi pameran, dan kenyamanan pengunjung.

Komponen ruang. Dalam penataan ruang pameran tetap, yang harus menjadi konsep penting adalah harmonisasi antar komponen ruang yaitu lantai, dinding dan plafon ruang, dan variabel yang harus diperhatikan adalah pola, bahan, dan skema warna yang akan digunakan.

Lantai ruang pameran sebaiknya memakai lantai keras dengan bahan penutup lantai dengan pola sederhana, rata, dan sedikit garis, tidak berkilau (doff), dan tidak menimbulkan efek bayangan. Pada umumnya bisa diambil warna lantai yang tidak mencolok atau kontras dengan furniture-perabot peraga benda koleksi pameran.



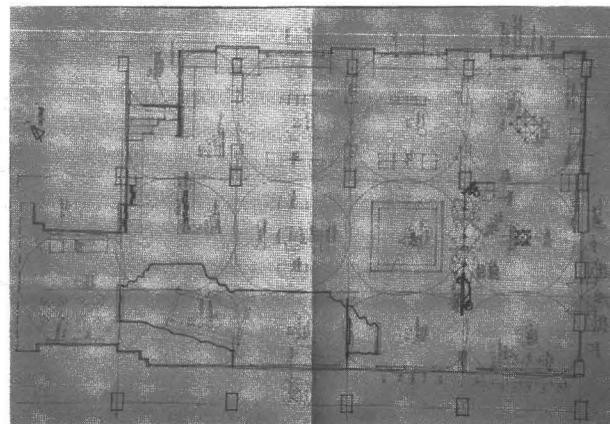
Dinding ruang pameran sebaiknya juga mempunyai pola sama dengan lantai ruangan, dengan bahan dinding standar karena akan menjadi background bagi penempatan panil-panil informasi.

Plafon ruang pameran sebaiknya memakai pola sama dengan lantai dan dinding, dianjurkan menggunakan bahan tahan api, dan warna tidak bergaris agar memberi kesan tidak menjadi orientasi mata pengunjung. Plafon harus bersih dari pelbagai instalasi khususnya elektrik. Ketinggian plafon dapat dirancang sesuai dengan skala dan besaran benda koleksi pameran dan panil informasi yang dikehendaki.

Konsep Rancangan Layout Pameran Tetap.

Dalam sebuah dokumen perancangan bangunan, denah merupakan induk rencana sejumlah gambar dan sebenarnya menjadi landasan bagi perhitungan rencana anggaran biaya (RAB).

Denah ruangan harus mempunyai ukuran yang akurat dan detil, termasuk di dalamnya letak kolom, pintu, jendela, dan benda eksisting lainnya. Konteks dalam rencana revitalisasi ini, denah layout interior pameran harus berisi pembagian ruang-ruang berupa tata letak benda koleksi pameran yang mengikuti alur cerita dan model alur penyajian benda koleksi pameran, dilengkapi oleh furniture-perabot peraga untuk benda koleksi museum. Denah layout interior ruang pameran harus menunjukkan alur pengunjung dengan arah sirkulasi yang jelas. Gambar ini harus menjadi rencana kunci (key plan) bagi gambar-gambar: rencana plafon dan titik lampu; rencana lantai; rencana dinding untuk penempatan panil-panil informasi; detil penyelesaian interior ruangan; detil furniture; dan detil penempatan alat dan peralatan keamanan.



Tentang tata cahaya

Pastikan bahwa sistem pencahayaan tempat peragaan dan ruang pamer Anda dalam keadaan baik dan dalam kapasitas penuh, serta pastikan juga bahwa lampu tersedia untuk setiap pajangan dan objek yang berdiri bebas. Jika memungkinkan gunakan lampu-lampu yang hemat energi. Lampu yang mati harus diganti sesegera mungkin dan lampu sorot yang dipasang pada langit-langit atau dinding harus diperiksa secara berkala untuk memastikan bahwa cahayanya benar-benar terfokus pada objek-objek museum yang ditentukan.

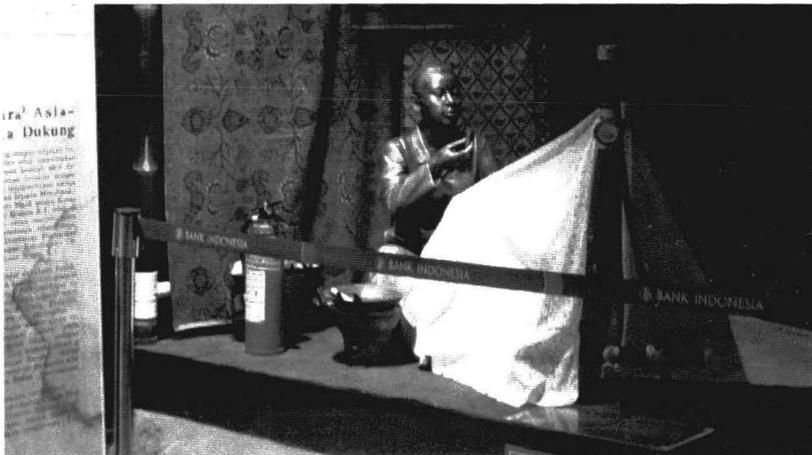
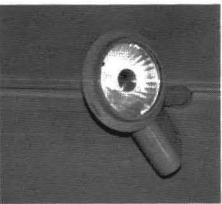
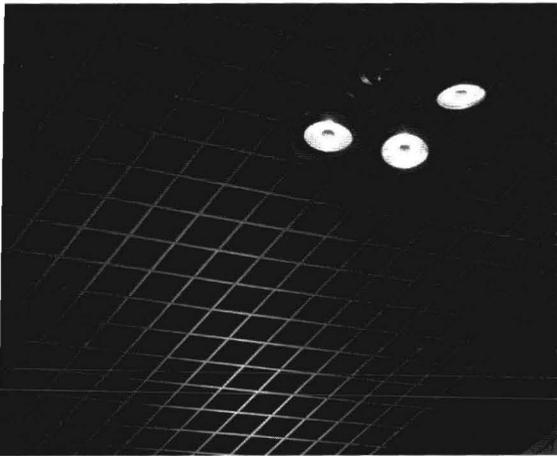
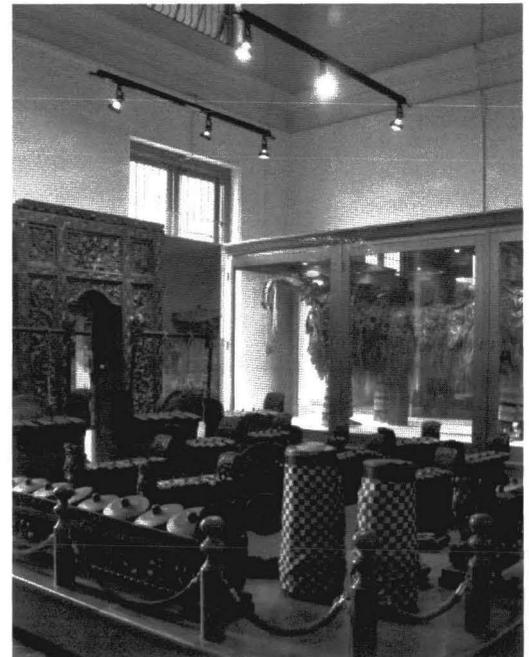


Foto: Arhan Ridwan

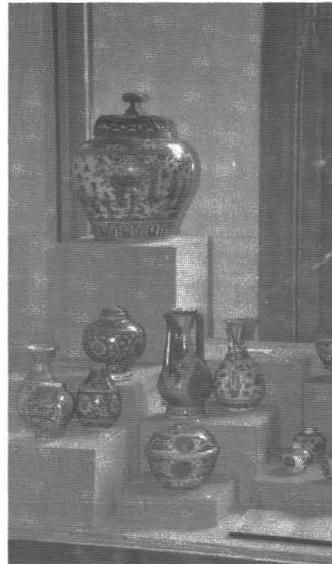


Untuk menjaga variasi diperlukan tata cahaya yang normal, tidak terlalu frontal sehingga jatuhnya bayangan agak serong sedikit, sehingga bisa memberi kesan estetika yang lebih menarik.

Tata cahaya bisa memberi kesan lebih menarik, salah satunya dengan memberi lampu tembak setiap obyek selain lampu normal.



Tata cahaya Alami dan buatan



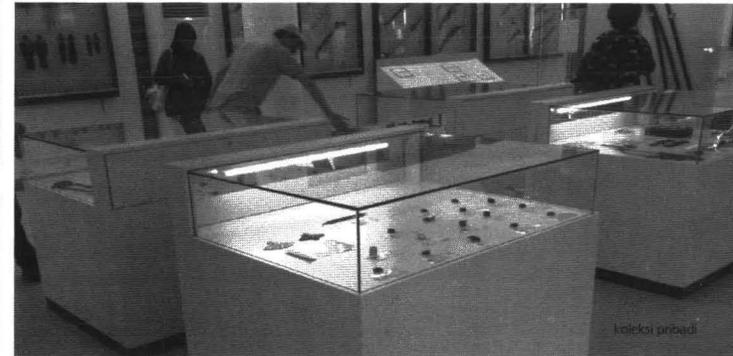
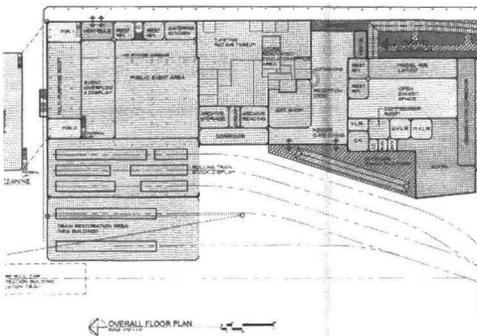
koleksi pribadi

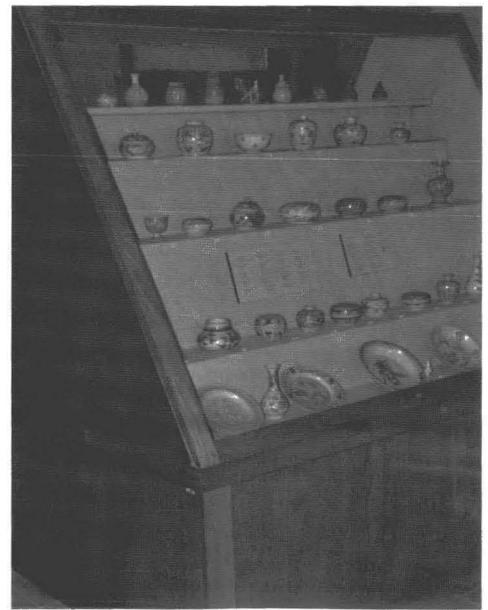
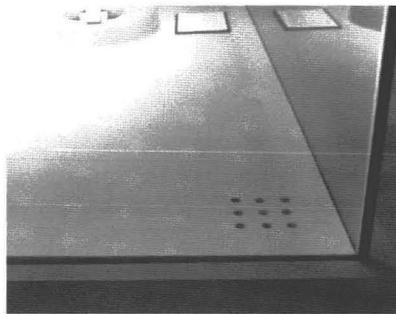
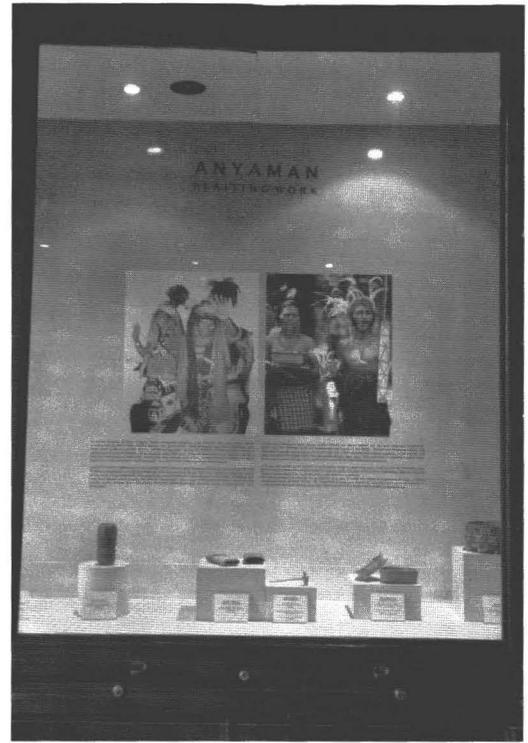
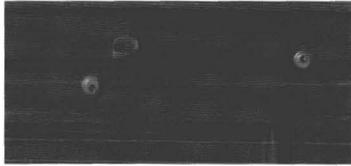
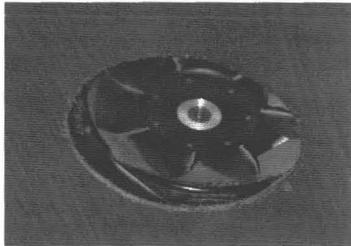


6.3. Konsep Rancangan Furniture-perabot peraga benda koleksi pamer

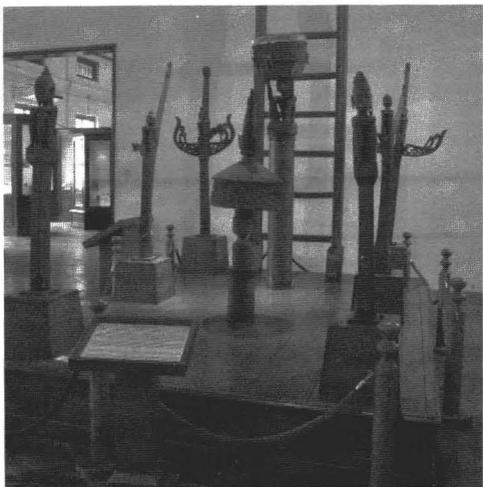
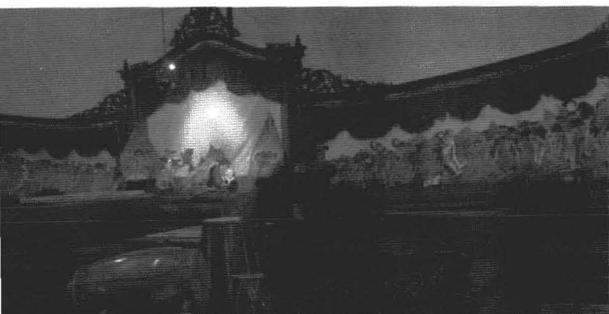
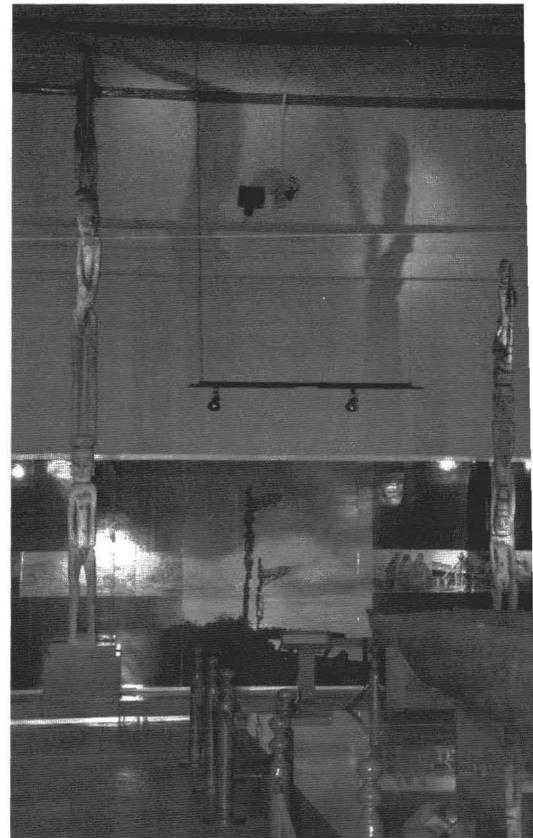
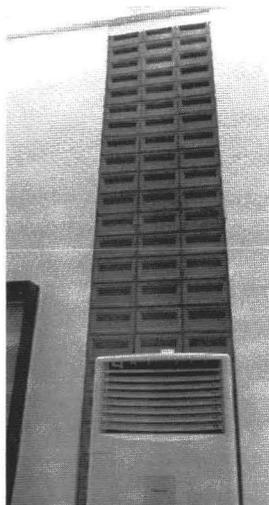
Pengertian furniture pada ruang pamer adalah furniture peraga atau perabot atau benda peraga atau sarana pamer untuk benda koleksi museum. Konsep dasar rancangan mengacu pada konsep perlindungan, konservasi, dan pengamanan benda koleksi pamer. Berdasarkan konsep diatas maka jenis furniture-perabot peraga antara lain adalah: vitrin lepas terbuka dan tertutup transparan; vitrin dinding terbuka dan tertutup transparan; box terbuka dan tertutup transparan; panil-panil lepas, panil-panil dinding; dan sarana pamer lainnya.

Konsep tata letak furniture-perabot peraga harus mengacu pada konsep alur penyajian pameran dan ukuran benda koleksi pamer. Bentuk dan ukuran furniture peraga ditentukan oleh skala, besaran, dan ruang gerak benda koleksi pamer dan ruang gerak perawatan. Bahan atau material furniture-perabot yang akan digunakan ditentukan oleh ukuran dan persyaratan konservasi. Usulan modul yang disesuaikan dengan modul komponen lantai, dinding, dan plafon adalah modul 30 cm, dengan kelipatan 60, 90, 120, 150, 180, 210, dan 240 cm.





koleksi pribadi





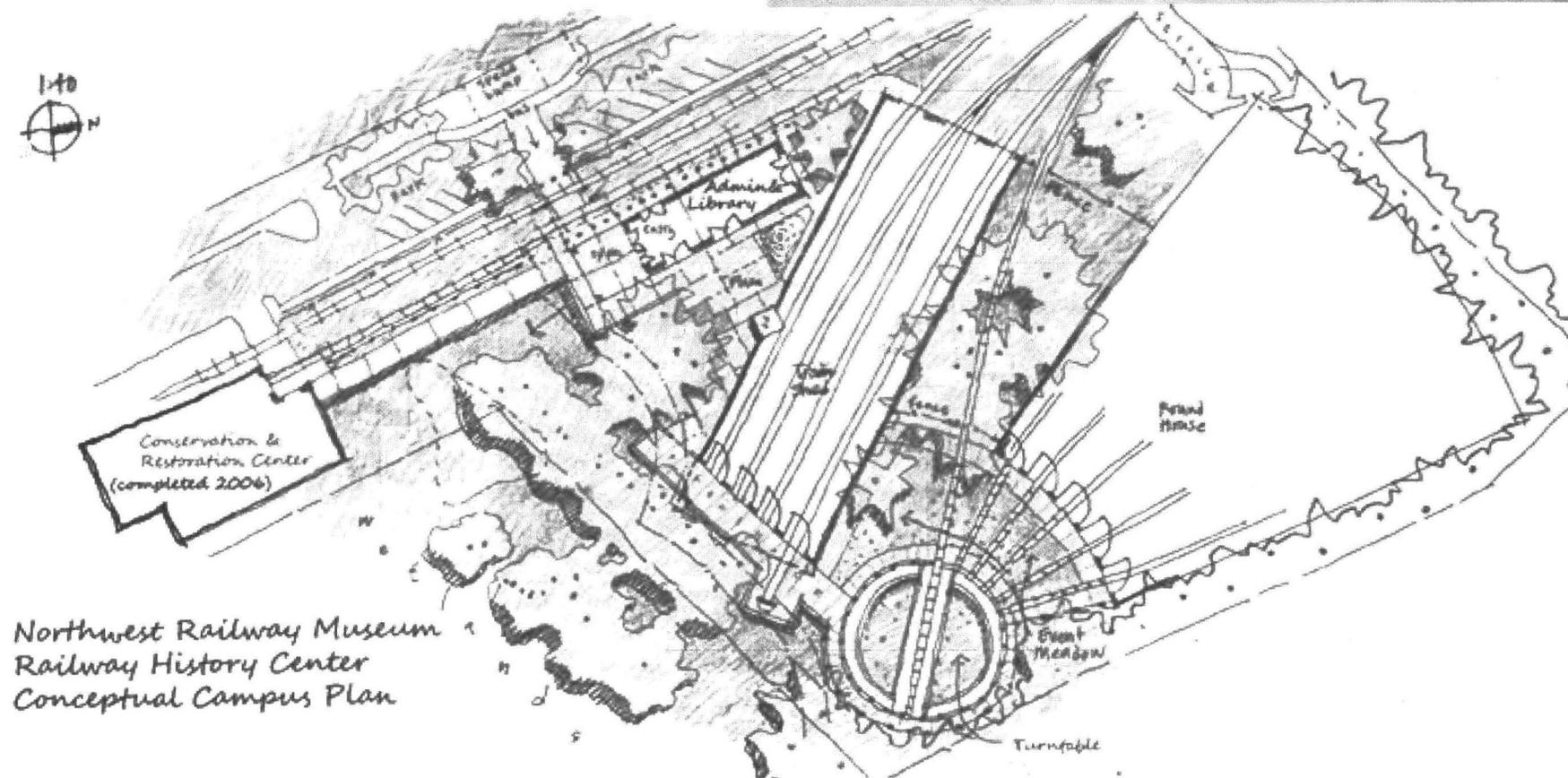
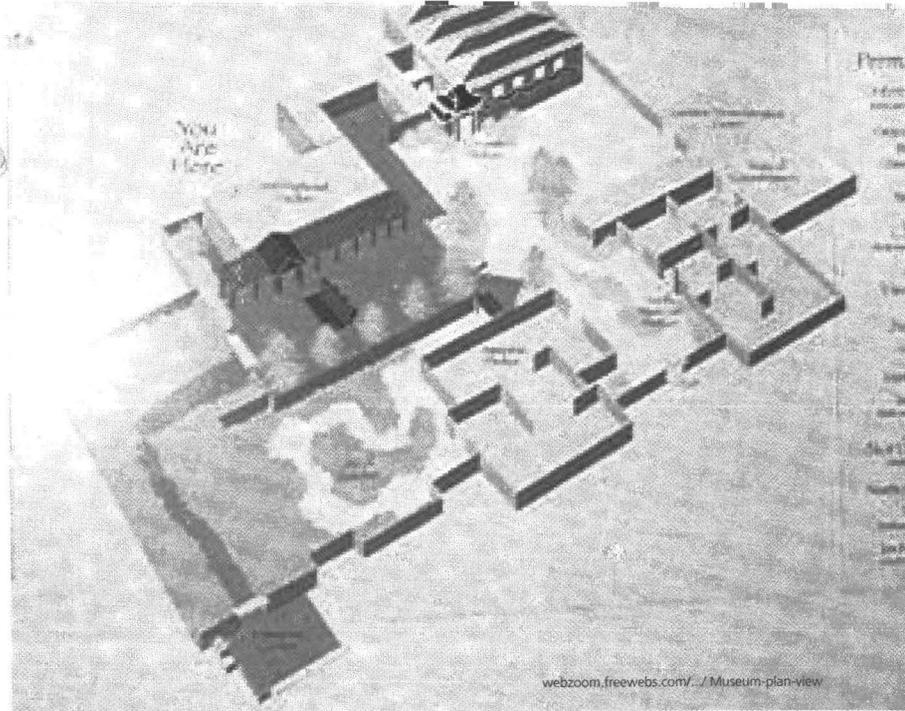
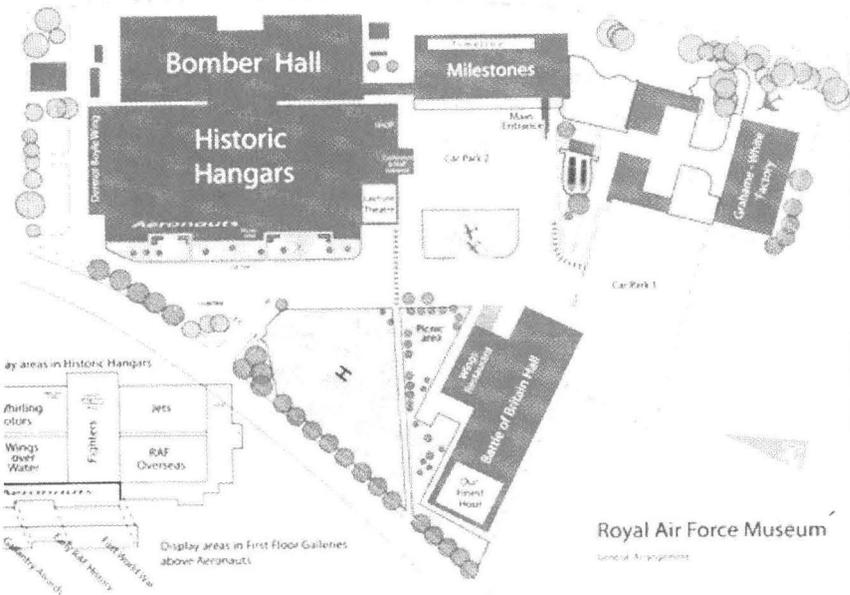
6.4. Dokumen Rancangan

Dokumen gambar eksisting

Dalam merencanakan konsep penyajian pameran tetap, mutlak diperlukan adalah dokumen gambar yang lengkap dari bangunan museum yang akan direvitalisasi baik bangunan biasa, bersejarah maupun bangunan cagar budaya. Dokumen gambar bangunan yang menunjukkan keadaan kondisi sekarang dalam terminologi arsitektur disebut eksisting (existing). Gambar eksisting bangunan sangat diperlukan karena menjadi acuan bagi perencanaan dan perancangan revitalisasi fisik museum, khususnya untuk pekerjaan penataan interior dan furniture-perabot ruang pameran tetap. Dokumen eksisting sekurang-kurangnya adalah: a) gambar rencana tapak (siteplan); b) denah-denang bangunan dan ruangan yang akan didesain kembali (redesign); c) tampak-tampak terutama tampak muka; d) potongan-potongan terutama potongan yang memperlihatkan ukuran panjang, lebar, dan tinggi ruang, besaran dan luas ruang, letak dan besaran kolom, struktur lantai, dinding, dan plafon; e) gambar mekanikal; f) gambar elektrik; g) gambar utilitas; h) dan gambar struktur.

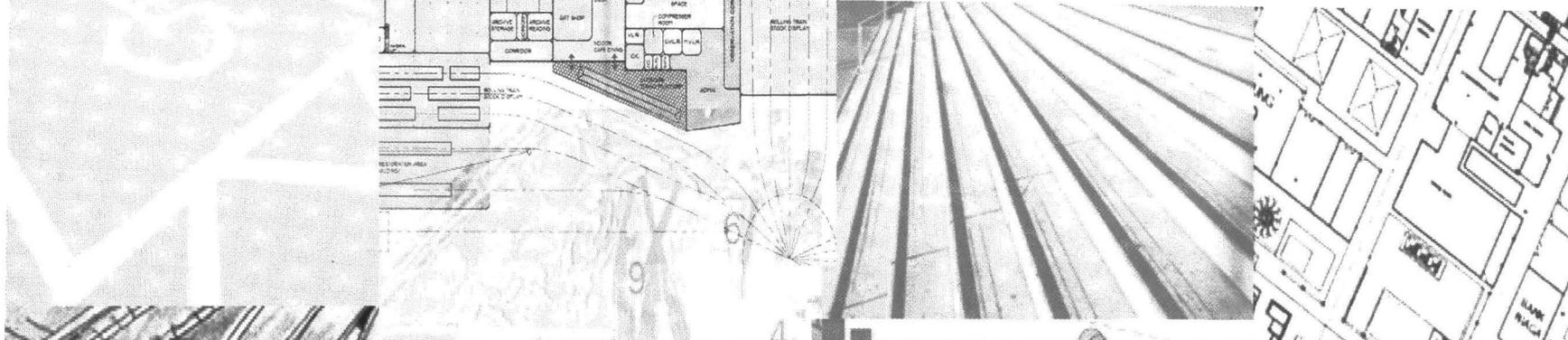
Dokumen prarencana arsitektur bangunan museum.

Meskipun program revitalisasi fisik menekankan pada penataan interior ruang pameran, sebaiknya museum juga melakukan penataan ruang bangunan museum. Oleh sebab itu diperlukan gambar rancangan baru minimal yang harus dibuat adalah: 1) gambar rencana tapak (site plan); 2) denah lantai dasar dan denah lantai ruang pameran; 3) tampak muka bangunan; 4) potongan-potongan; dan gambar DED dan gambar 3D.



**Dokumen rancangan interior dan furniture ruang pameran tetap.
Dalam dokumen ini yang harus disajikan gambar-gambar sekurang-kurangnya
adalah sebagai berikut:**

- a) Denah ruang pameran utama dan ruang pendukung
- b) Denah layout interior dan furniture
- c) Konsep alur pengunjung dan sirkulasi ruang
- d) Tampak dan potongan ruang pameran
- e) Pola dan detil finishing lantai, dinding, dan plafon
- f) Detil penempatan benda koleksi dan
- g) Gambar dan teks panil-panil informasi
- h) Detil tata letak furniture-perabot benda koleksi pameran
- i) Detil-detil finishing pekerjaan interior
- j) Detil-detil furniture-perabot peraga koleksi
- k) Detil tata letak peralatan mekanikal dan elektrikal
- l) Detil tata letak alat dan peralatan keselamatan, pengamanan, kelembaban dan lain-lain yang diperlukan masing-masing museum.
- m) Gambar-gambar 3 D khususnya untuk diorama.
- n) Dan gambar lain-lain yang dianggap perlu untuk disajikan.
- m) Gambar-gambar 3 D khususnya untuk diorama.
- n) Dan gambar lain-lain yang dianggap perlu untuk disajikan. masing museum.
- m) Gambar-gambar 3 D khususnya untuk diorama.
- n) Dan gambar lain-lain yang dianggap perlu untuk disajikan.



DAFTAR PUSTAKA

Ditjenbud Depdikbud, Pedoman Pelaksanaan Teknis Proyek-Proyek Pengembangan Permuseuman di Indonesia. Jakarta: P3M Jakarta, 1984

-----, Pembakuan Rencana Induk Permuseuman di Indonesia. Jakarta: P3M, 1986

-----, Sejarah Direktorat Permuseuman. Jakarta: P3M Jakarta, 1987

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

Sumadio, Bambang, Bunga Rampai Permuseuman. Jakarta: Direktorat Permuseuman 1996/1997

Sutaarga, Moh. Amir, Pedoman Penyelenggaraan dan Pengelolaan Museum. Jakarta: P3M Jakarta: 1989/1990

-----, Studi Museologia, Jakarta: P3M Jakarta, 1996/1997

-----, Capita selecta Museografi dan Museologi. Jakarta: Direktorat Permuseuman, 1999/2000

ASDEP LITBANG DEPUTI PENINGKATAN KAPASITAS DAN KERJASAMA LUAR NEGERI KEMENTERIAN KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA. Penelitian Pengembangan Museum dalam rangka Peningkatan Apresiasi Masyarakat. Jakarta: KEMENTERIAN KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA, 2004 (tidak diterbitkan).

Balmer, John M.T., Corporate Identity and Corporate Communications: creating a competitive advantage London: MCB UP Ltd, 1999.

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

Hooper-Greenhill, Eileen, ed. "Communication in Theory and Practice". The Educational Role of the Museum. New York: Routledge, 2004. 28-43.

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

Shimp, A Terence. Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu : Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga, 2003

Sumarto, Hetifah Sj. Inovasi, Partisipasi dan Good Governance: 20 Prakarsa Inovatif dan Partisipatif di Indonesia, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2003.



konsep peny

ian museum

konsep penyajian museum



Direktorat Permuseuman
Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif