

DASAR-DASAR PERENCANAAN INTERIOR MUSEUM

Anak Agung Ayu Wulandari

Interior Design Department, School of Design, BINUS University
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
ayuwulan.indrajaya@gmail.com

ABSTRACT

Old, haunted, dark and poorly maintained are the impressions of Indonesian museums. Unlike foreign museums which are always crowded with visitors, Indonesian museums are always quiet and deserted. The biggest challenge for museums today is recognise that museums are for people and that their future depends on developing themselves to meet the needs of the people. Thus, Indonesian museums need to develop and apply mass communication model combined with the interpersonal communication model where in this type of communication visitors are allowed to participate in the exhibition and become part of the exhibition since this is what nowadays visitors desired to do. With a better planned exhibition interior design, following the basic design principles such as transforming space with harmony, creating room atmosfer, pacing and circulation, suitable lighting design and display as well as using appropriate presentation technique combined with technology and multimedia, an exhibition will become a more interactive and attractive that will meet visitor's expectation

Keywords: *museum interior, exhibition, interactive, display*

ABSTRAK

Museum di Indonesia sangat dekat dengan kesan kuno, angker, gelap, dan tidak terawat. Berbeda dengan museum di luar negeri yang selalu ramai dikunjungi, museum di Indonesia sangat sepi pengunjung. Tantangan terbesar dari museum yaitu mengenali bahwa museum adalah untuk masyarakat dan masa depan museum bergantung pada pengembangan diri mereka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu museum di Indonesia juga harus mulai membuka diri dan mulai menerapkan model komunikasi massa yang dikombinasikan dengan model komunikasi interpersonal yang di dalamnya pengunjung dapat berpartisipasi aktif dan menjadi bagian dari pameran karena hal inilah yang diharapkan oleh masyarakat. Melalui perancangan interior ruang pameran yang lebih baik, sesuai dengan dasar-dasar perancangan interior yaitu pembentukan harmoni ruang, suasana atau atmosfer ruang, pengaturan langkah atau sirkulasi, perencanaan pencahayaan serta tata pajang dan teknik presentasi yang dikombinasikan dengan teknologi dan multimedia, sebuah pameran yang lebih interaktif dan lebih menarik sesuai dengan harapan masyarakat dapat diwujudkan.

Kata kunci: *interior museum, pameran, interaktif, tata pajang*

PENDAHULUAN

Beragam cara untuk mendidik dan memperluas wawasan seseorang. Salah satu metode yang menyenangkan adalah dengan mengunjungi museum. Di museum seseorang dapat mempelajari bahkan ikut merasakan pengetahuan melalui cara-cara yang unik dan efektif. Secara sederhana museum dapat dijabarkan sebagai sebuah tempat penyimpanan berbagai bentuk 'harta karun' manusia baik yang dapat dipegang maupun tidak, seperti sejarah, kenangan, kebudayaan, mimpi, dan harapan yang tidak ternilai harganya. Namun secara resmi pengertian museum menurut The International Council of Museums (ICOM) adalah '*A non-profit making, permanent institution, in the service of society and its development, and open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits, for the purpose of study, education and enjoyment, material evidence of man and his environment*' dan menurut The Museums Association (United Kingdom) '*A museum is an institution which collects, documents, preserves, exhibits and interprets material evidence and associated information for the public benefit*' (Ambrose & Paine, 1993:8). Dari beberapa pengertian ini dapat disimpulkan bahwa museum bukanlah tempat penyimpanan benda-benda kuno atau antik semata, melainkan juga sebagai tempat penelitian, pembelajaran, dan konservasi dari benda-benda tersebut. Museum harus terbuka bagi masyarakat dan bermanfaat bagi masyarakat umum.

Sebenarnya manusia sudah melakukan kegiatan mengoleksi dan penyimpanan benda-benda yang dianggap penting sejak dahulu. Namun belum dilakukan di sebuah institusi atau bangunan khusus (yang saat ini dikenal dengan museum), melainkan di tempat-tempat yang mereka anggap penting dan sakral seperti kuil (Asia) dan gereja (Eropa), serta menunjuk seseorang sebagai penjaga barang-barang tersebut. Ambrose dan Paine (1993) menjelaskan bahwa museum modern seperti yang dikenal sekarang muncul pertama kali di Eropa pada abad ke-17. Sedangkan istilah museum pertama kali digunakan pada 1682 untuk menjelaskan sebuah koleksi barang-barang yang aneh, langka, dan eksotik yang diberikan kepada University of Oxford oleh Elias Ashmole (sekarang dikenal dengan Museum Ashmolean). Bermula dari barang-barang koleksi pribadi menjadi sebuah institusi publik yang dikenal sekarang, museum saat ini berkembang dengan pesat. Jika dilihat dari jenis benda koleksinya, jumlah koleksi, maupun pemilik dan pengelola serta tujuan dari museum sangatlah beragam. Berdasarkan benda koleksinya dikenal adanya museum umum, museum arkeologi, museum seni, museum sejarah, museum etnografi, museum sejarah alam, museum geologi, museum sains, museum militer, dan sebagainya. Dilihat dari cara penyajian koleksi juga beragam seperti museum tradisional, museum terbuka (*open-air museums*), dan *historic house* museum atau yang sekarang sering disebut *living* museum. Sedangkan berdasarkan pengelolanya terdapat beberapa jenis museum seperti museum pemerintah, museum pribadi, museum komersial, dan museum universitas.

Pesatnya perkembangan museum dari waktu ke waktu membuktikan bahwa museum telah menjadi sebuah institusi publik penting yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan koleksi benda-benda kuno, tetapi juga memiliki fungsi penting lainnya. Hooper-Greenhill (1994) mengatakan bahwa pendidikan adalah salah satu fungsi museum dan merupakan alasan utama dari keberadaan sebuah museum. Sedangkan Miles (McLean, 1993) mengemukakan bahwa tujuan masyarakat mengunjungi museum selain untuk mendapatkan informasi, memperluas wawasan, dan interaksi sosial adalah untuk hiburan dan relaksasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa selain memiliki fungsi konservasi dan edukasi, museum juga memiliki fungsi rekreasi dan relaksasi.

Oleh karena itu saat ini museum menjadi suatu institusi publik yang populer di kalangan masyarakat, terutama di luar negeri. Museum sangat ramai dikunjungi berbagai kalangan masyarakat dan dari beragam kelompok usia. Mereka banyak menghabiskan waktu senggang bersama keluarga di museum, tempat mereka dapat memperluas wawasan sekaligus berekreasi dan relaksasi. Sedangkan di Indonesia museum menjadi sebuah institusi yang dianggap kuno, gelap, kotor, berdebu, dan tidak

diminati. Alasan hal ini terjadi dan solusi terhadap permasalahan ini merupakan latar belakang penelitian.

Sesuai dengan perubahan karakter masyarakat di dunia maupun di Indonesia, karakter pengunjung museum dewasa ini juga mengalami perubahan. Walaupun datang dari berbagai kelompok usia, tingkat pendidikan, dan struktur sosial, mereka menginginkan hal yang sama yaitu melihat sebuah pameran tempat mereka dapat berperan serta, tidak sekadar menjadi penonton pasif, namun juga terlibat di dalamnya. Karena melalui cara ini pengunjung dapat benar-benar merasakan dan mengalami ilmu pengetahuan yang ditawarkan oleh museum. Pengunjung bukanlah lagi menjadi pelengkap pameran, melainkan menjadi faktor utama dan alasan dari pameran tersebut diadakan. Hal tersebut ditekankan oleh Ambrose dan Paine (1993), bahwa tantangan terbesar yang dihadapi museum pada saat ini mengenali bahwa museum adalah untuk masyarakat dan masa depan museum tergantung pada bagaimana museum mengembangkan dan mempromosikan dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Museum saat ini harus mengubah cara pandang dan model komunikasi yang diterapkan. Dahulu model komunikasi yang diterapkan adalah komunikasi massa yang bersifat satu arah. Pesan-pesan dan informasi dipersiapkan oleh pihak museum dan diarahkan kepada pengunjung. Dalam teori komunikasi hal ini tidak ada interaksi antara pengunjung dengan pameran. Pengunjung sebagai penonton pasif hanya dapat melihat benda-benda pameran melalui kaca berdebu. Mereka hanya mempunyai satu pilihan yaitu melihat benda yang sudah dipersiapkan para kurator museum atau sering disebut sebagai *curatorial 'hypodemics'* (Hooper-Greenhill, 1994:3). Simon (2010) juga menambahkan bahwa pada sebuah pameran tradisional, pihak museum dan desainer bertugas mempersiapkan isi pameran dengan konsisten dan kualitas terbaik, sehingga semua pengunjung, terlepas dari latar belakang dan minat mereka, akan mendapatkan informasi dan pengalaman yang serupa. Walaupun pada kenyataannya pengunjung museum memiliki latar belakang serta minat yang beragam, pihak museum dan para desainer yang mempersiapkan pameran tidak menilai hal tersebut sebagai sebuah faktor yang penting. Inilah sebabnya museum pada masa lampau gagal untuk berkomunikasi. Dalam 20-30 tahun terakhir, teori komunikasi massa mulai ditolak dan digantikan oleh sebuah konsep baru yang mengarah kepada model komunikasi interpersonal. Pengunjung diajak untuk lebih aktif dan dapat terlibat langsung dalam sebuah pameran. Salah satu konsep yang dikemukakan oleh Simon (2010) adalah museum *participatory*. Pada program ini pihak museum ataupun institusi mendukung pengalaman multidimensi dari pengunjung. Museum hanya berfungsi sebagai 'landasan' yang menghubungkan pengunjung, tempat pengunjung dapat berlaku sebagai perancang, penyalur, pengguna, kritikus, dan kolaborator dari pameran. Hal ini berarti pihak museum tidak dapat menjamin keseragaman dan konsistensi dari pengalaman pengunjung seperti halnya dalam pameran tradisional. Di sisi lain museum memberikan kesempatan bagi pengunjung dari beragam latar belakang dan minat untuk saling menciptakan dan menghasilkan pengalaman bersama. Urry (2002) menyebutkan museum jenis ini adalah museum *postmodern*. Pengunjung tidak lagi hanya diharapkan untuk berdiri tegak mengagumi sebuah benda pameran tetapi juga untuk berpartisipasi aktif dalam sebuah pameran.

Model komunikasi interpersonal yang bersifat dua arah dapat dicapai melalui program-program pendidikan, *participatory*, interpretasi hidup/nyata (*living interpretation*), dan pameran interaktif melalui berbagai media seperti audio visual, layar sentuh dan multimedia. Kemajuan teknologi saat ini sangat mendukung berkembangnya jenis pameran yang seperti ini. Dengan diaplikasikannya model komunikasi interpersonal sebuah museum menjadi lebih menarik. Museum tidak hanya memiliki fungsi edukasi tetapi juga memiliki nilai-nilai hiburan, rekreasi, dan relaksasi sehingga tujuan kunjungan dari masyarakat dan harapan masyarakat terhadap museum pun tercapai.

Walaupun model komunikasi interpersonal sudah banyak diterapkan di museum-museum di luar negeri, kebanyakan museum di Indonesia masih menerapkan model komunikasi massa. Yang dapat ditemui dalam sebuah museum hanyalah benda-benda antik yang disimpan di dalam kotak kaca berdebu; pengunjung hanya sebagai penonton pasif dari benda-benda kuno tersebut. Tanpa adanya

konsep pameran yang menarik, pencahayaan yang redup dan kurang di mana-mana, serta alur sirkulasi yang membingungkan membuat museum-museum di Indonesia menjadi tempat yang angker, gelap, kotor, tidak menarik dan kurang diminati. Inilah permasalahan utama bagi museum-museum di Indonesia. Walaupun memiliki koleksi yang luar biasa banyak dan berharga, kebanyakan museum ini gagal berkomunikasi dengan pengunjungnya, sehingga informasi yang disiapkan oleh para kurator dan penyelenggara museum tidak tersampaikan dengan baik. Melihat perkembangan yang terjadi, museum-museum di Indonesia harus mulai membenahi diri untuk menarik minat pengunjung. Lebih dari itu pengunjung juga akan merasa kunjungannya ke museum menjadi sesuatu yang berharga dan bukanlah membuang-buang waktu. Walaupun belum dapat mengaplikasikan model komunikasi interpersonal secara menyeluruh, museum di Indonesia dapat mengombinasikan kedua model komunikasi secara bertahap. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh penyelenggara dan kurator museum dibantu dengan desainer pameran adalah merencanakan dan merancang interior ruang pameran yang lebih baik dengan mengombinasikan pameran tradisional sebagai bentuk dari komunikasi massa dan multimedia. Kombinasi tersebut adalah sebagai bentuk dari komunikasi interpersonal sederhana, sehingga tercipta sebuah pameran yang lebih interaktif dan menarik.

Dalam kaitannya dengan menciptakan sebuah pameran yang menarik, Martin Sklar (McLean, 1993) menjelaskan mengenai *Mickey's Ten Commandments*, sebuah filosofi di balik pendekatan Disney dalam menciptakan fasilitas rekreasi dan edukasinya, yang juga dapat diterapkan dengan sebuah pameran. Filosofi tersebut antara lain: jangan membuat pengunjung bosan dengan merendahkan mereka atau memberikan terlalu banyak informasi yang menimbulkan kebingungan, jika banyak informasi yang ingin disampaikan kelompokkanlah informasi tersebut dalam susunan cerita yang logis dan terorganisasi sehingga lebih mudah diterima dan dicerna oleh pengunjung; selalu melihat segala sesuatunya dari sudut pandang pengunjung; merancang susunan cerita yang menarik dan logis karena pada kenyataannya pengunjung lebih senang diberikan cerita dibandingkan kuliah; serta berilah sebuah 'wennie' atau 'hadiah'. Walaupun hanya diberikan secara visual, 'hadiah' ini dapat membuat pengunjung bersemangat berjalan dari satu titik ke titik berikutnya.

Filosofi lainnya adalah berkomunikasi dengan bahasa visual baik melalui warna maupun bentuk karena mereka adalah alat komunikasi dan pencerita yang paling kuat; menyediakan berbagai macam kesenangan dan hiburan yang menstimulasi berbagai indra manusia. Terakhir dan terpenting adalah kebersihan dan pemeliharaan teknis secara rutin. Walaupun terasa sepele dan sederhana, hal ini justru sering dilupakan.

Dengan menerapkan kedua model komunikasi yang mengacu pada filosofi-filosofi Disney, akan terbentuk sebuah pameran yang interaktif dan menarik. Pengunjung tidak hanya 'menonton' pameran tetapi juga dapat terlibat di dalamnya seperti yang selama ini didambakan oleh masyarakat. Sebuah pedoman mengenai dasar-dasar perancangan interior sebuah ruang pameran dengan kriteria tersebut sangatlah diperlukan untuk menghasilkan sebuah ruang pameran yang menarik sehingga kesan membosankan, angker, gelap, dan kotor tidak akan terjadi lagi di museum-museum Indonesia.

METODE

Sachari (2005) mengemukakan bahwa pendekatan penelitian dalam bidang seni rupa desain secara umum berkembang ke arah tiga pendekatan, yaitu pendekatan kualitatif, pendekatan kuantitatif, dan pendekatan multimetode. Dalam kaitannya dengan dasar-dasar perancangan interior museum penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Walaupun pendekatan ini umumnya digunakan pada penelitian-penelitian sosial yang berusaha mencari sebuah pengertian terhadap permasalahan manusia

baik secara individu maupun kelompok, tidak menutup kemungkinan pendekatan ini digunakan pada penelitian dalam bidang seni rupa dan desain.

Berdasarkan pendekatan penelitian yang sudah ditentukan, yaitu kualitatif, metode pengumpulan data juga dilakukan secara kualitatif, yaitu pengumpulan data sekunder atau studi literatur. Pada metode pengumpulan data ini dikumpulkan data yang relevan dengan topik pembahasan dari berbagai sumber seperti buku, *website*, dan studi lain yang sudah pernah dilakukan terhadap perancangan interior museum. Tujuan dari tahap ini antara lain memberikan informasi umum, teori serta pengertian mendasar mengenai topik pembahasan, mengetahui studi yang sudah pernah dilakukan serta mengetahui pendapat dan argumen penulis lain mengenai perancangan interior museum. Data tersebut kemudian dianalisis secara kualitatif untuk memperoleh simpulan mengenai model komunikasi dalam sebuah museum yang cocok diterapkan dalam sebuah museum saat ini. Selain itu, dasar-dasar perancangan interior museum untuk membuat museum, terutama museum-museum di Indonesia, lebih menarik dan diminati pengunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menjadikan museum di Indonesia lebih menarik serta untuk menjawab tantangan terbesar pada saat ini bahwa museum harus lebih mengerti pengunjung dan yang didambakan oleh pengunjung, banyak hal yang dapat dilakukan seperti melakukan survei pengunjung dan klasifikasi pengunjung. Dari survei tersebut, kemudian dapat dipersiapkan dan dirancang sebuah pameran yang lebih baik. Pembahasan tidak membahas mengenai cara melakukan survei pengunjung museum dan karakteristik pengunjung, tetapi hanya membahas dasar-dasar perancangan interior museum yang dapat diterapkan pada segala jenis dan kategori museum.

Miles (McLean, 1993) menyebutkan beberapa hal yang menandakan suksesnya sebuah pameran, yaitu: membuat subjek terlihat hidup, penjelasan yang mudah dan cepat ditangkap, memiliki sesuatu untuk segala usia, mengesankan, jelas harus memulai dan ke mana harus melanjutkan (sirkulasi), menggunakan teknik display modern yang membantu pengunjung mempelajari objek, menggunakan pengalaman dan hal-hal yang mudah dikenali untuk mempertegas suatu maksud, dan yang terakhir adalah dilengkapi dengan display objek yang lengkap. Sebagian besar dari kunci-kunci kesuksesan pameran tersebut dapat diwujudkan melalui perancangan interior yang matang, seperti teknik dan tata display, alur pameran dan sirkulasi ruang, pencahayaan, ergonomi yang didukung elemen-elemen visual lainnya seperti pembentukan ruang, warna, bentuk, dan lainnya. Walaupun merupakan faktor penting, perancangan interior sebuah ruang pameran memang bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan kesuksesan sebuah pameran karena perlu juga didukung oleh faktor lain seperti keragaman koleksi, perawatan benda koleksi, program-program edukasi yang ditawarkan, kebersihan dan perawatan museum, dan sebagainya.

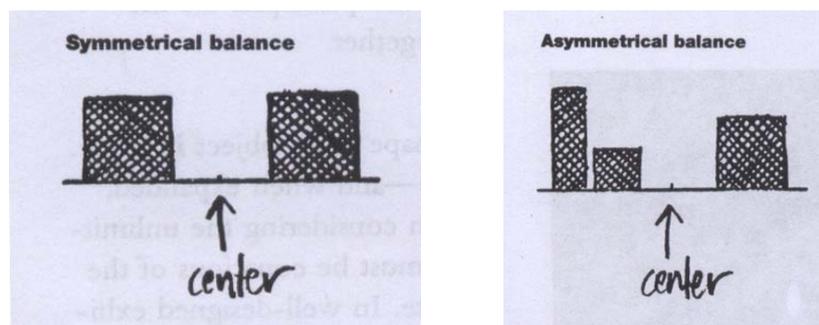
Pembahasan mengenai perancangan interior museum dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu pembentukan ruang dan elemen pembentukan ruang, seperti harmoni, proporsi, bentuk, skala, warna, dan lain-lain. Selain itu juga akan dibahas mengenai sirkulasi, tata display dan teknik display serta pencahayaan.

Pembentukan Ruang

Dengan mengadopsi model komunikasi interpersonal, yang harus selalu diingat bahwa pengunjung merupakan faktor utama dan pengguna utama dari ruang pameran, seperti disebutkan dalam salah satu filosofi Disney untuk selalu menempatkan diri sebagai pengunjung. Oleh karena itu studi mengenai pengunjung akan menggunakan ruang tersebut untuk bergerak, berpindah tempat dari

satu objek ke objek lainnya, maupun untuk berkomunikasi dan berdiskusi dengan sesama pengunjung ataupun untuk berhenti dan berdiam diri menikmati serta mempelajari objek pameran harus selalu dilakukan. McLean (1993) menyebutkan salah satu elemen penting dalam pembentukan sebuah ruang pameran adalah harmoni atau bagaimana elemen ruang, seperti bentuk, keseimbangan, skala, proporsi, ritme, dan penekanan akan saling mendukung satu sama lain.

Dimulai dari bentuk yang merupakan dasar dari segala benda, berawal dari bentuk titik yang dapat diperpanjang menjadi sebuah garis, bidang dan volume. Dalam kaitannya dengan perancangan ruang pameran adalah kebanyakan dari pameran berhubungan dengan bentuk bersudut (bujur sangkar, persegi, dan segitiga) daripada variasi bentuk-bentuk lengkung. Dinding, lemari penyimpanan, vitrin, bingkai objek pameran, kebanyakan berbentuk bujur sangkar dan persegi. Oleh karena itu desainer terkadang terpaku oleh bentuk-bentuk ini, sehingga terciptalah ruang yang terkontrol oleh *grid*, rapi dan terlihat kaku. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengunjung. Desainer harus membebaskan diri dan mengeksplorasi berbagai bentuk yang inovatif dan menarik untuk menghidupkan pameran. Elemen lainnya adalah keseimbangan. Dalam konteks desain ruang pameran keseimbangan biasanya dilihat secara visual. Ada 3 macam keseimbangan: simetris (kanan dan kiri sama), asimetris, dan radial. Keseimbangan simetris biasanya digunakan untuk objek ataupun elemen yang memiliki bentuk maupun ukuran identik, sehingga menghasilkan visual yang kuat, stabil dan dapat dengan mudah dimengerti. Sedangkan keseimbangan asimetris biasanya digunakan untuk objek pameran yang memiliki bentuk, ukuran ataupun berat yang berbeda. Keseimbangan asimetris sering dianggap lebih menarik serta cenderung meningkatkan pengalaman visual.



Gambar 1 Keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris pada ruang pameran
(Sumber: McLean, 1993:118)

Skala adalah perbandingan antara satu benda dengan benda yang lainnya, benda pameran yang kecil di dalam ruang yang besar akan terlihat kecil dan tidak penting, ataupun sebaliknya. Benda pameran yang besar di dalam sebuah ruang yang kecil akan terlihat penuh sesak dan membuat pengunjung tidak nyaman berada didalamnya. Banyak hal yang berpengaruh terhadap skala, seperti ukuran vitrin terhadap benda pameran dan objek dan pengelompokan benda pameran. Apakah koleksi akan dipajang sendiri ataupun berkelompok juga akan berpengaruh terhadap skala ruang. Pencahayaan, warna, latar belakang, juga menimbulkan persepsi terhadap ukuran ruang dan ukuran benda-benda pameran. Permasalahan-permasalahan skala jika tidak diselesaikan dengan benar membuat pengunjung tidak dapat berorientasi terhadap ruang dengan baik dan tidak nyaman. Elemen berikutnya adalah proporsi yaitu hubungan antara satu bagian dengan bagian lain atau secara keseluruhan. Jika sebuah benda pameran terlihat berat seperti akan jatuh menimpa seseorang, kemungkinan terjadi kesalahan antara proporsi tinggi dan lebar benda tersebut terhadap ruang. Studi proporsi yang dilakukan harus menyeluruh yaitu proporsi benda koleksi terhadap benda koleksi lainnya maupun terhadap tempat *display* (vitrin) dan ruang pamernya.

Selanjutnya adalah elemen ritme yaitu pengaturan pola berulang, seperti pengulangan elemen bentuk, ukuran, tekstur, warna dan jarak sehingga dapat menciptakan pengalaman dan kesan visual kepada pengunjung. Pengulangan pola sederhana terdiri dari elemen identik yang diulang dengan jarak yang sama dalam sebuah garis lurus dan walaupun pola tersebut terkesan monoton dapat menciptakan tekstur latar yang baik. Variasi pola menggunakan berbagai bentuk, ukuran, warna dapat memberikan pengaturan yang menarik serta memberikan area-area penekanan. Merancang pola pengulangan yang tidak terlalu ramai namun tidak membosankan sangat sulit dan merupakan tantangan tersendiri bagi desainer.

Terakhir adalah penekanan yang merupakan hal penting dalam sebuah perencanaan pameran. Tanpa elemen yang dominan, pameran akan terlihat kacau dengan elemen yang satu dengan yang lain saling berkompetisi merebut perhatian atau sebaliknya perancangan akan menjadi datar dan membosankan. Penekanan pada beberapa benda koleksi atau beberapa sudut ruang dapat diberikan melalui cara berikut yaitu memberikan perbedaan yang kontras dari elemen sekitarnya baik ukuran, bentuk, warna ataupun tekstur atau dengan memberikan pencahayaan yang kontras. Pengalaman pengunjung akan bervariasi tergantung pada elemen apa yang ditekankan dan mana yang tidak ditekankan.

Setelah pembentukan ruang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pameran, langkah selanjutnya adalah merancang lapisan luar (*finishing*) dari elemen-elemen ruang tersebut melalui variasi warna, tekstur, dan material yang tentu saja harus disesuaikan dengan kebutuhan ruang dan mendukung tema ruang pameran sehingga keseluruhan ruang pameran menjadi satu kesatuan konsep yang utuh.

Atmosfer Ruang

Selain pembentukan ruang, pihak museum dan desainer juga perlu menentukan atmosfer atau suasana ruang yang ingin ditampilkan. Penciptaan atmosfer ruang merupakan hal yang paling sulit diterjemahkan namun merupakan aspek yang penting. Ambrose dan Paine (1993) mengatakan bahwa suasana yang menyenangkan dapat diperoleh melalui area yang bersih dan rapi; pengunjung selalu disapa dengan ramah serta diberikan kesan bahwa museum peduli dengan mereka. Cara lain untuk menciptakan atmosfer yang baik adalah dengan menggunakan furnitur dan dekorasi tradisional khas negara. Museum tersebut berada sehingga pengunjung merasa betah dan memiliki perasaan seperti sedang berada di rumah sendiri.

McLean (1993) memiliki pendapat berbeda. Menurutnya suasana ruang pameran harus dibuat sedemikian rupa untuk menghidupkan sebuah pameran sesuai dengan konteks benda pamernya. Seperti hutan hujan Amerika selatan, era Art Deco, ataupun suasana kelam sebuah makam dan lain-lain. Suasana yang menstimulasi indra manusia tersebut dapat diwujudkan melalui desain dinding, lantai, furnitur, pencahayaan, suara, warna, bau bahkan udara.

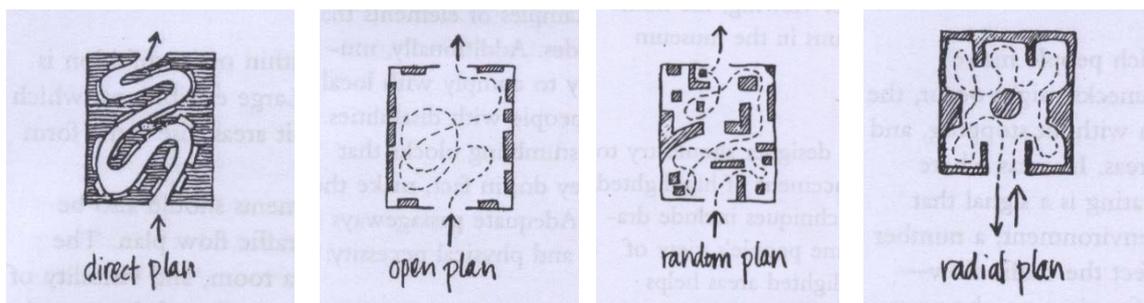
Pengaturan Langkah dan Sirkulasi

Pengaturan langkah dan sirkulasi ruang pameran dilakukan untuk menentukan pergerakan pengunjung sehingga dalam menjelajahi ruang pameran pengunjung terhindar dari kebosanan. Museum yang dilengkapi dengan pemandu dapat dihindari karena pemandu mengatur cepat atau lambatnya langkah rombongan. Jika anggota rombongan sudah terlihat mulai bosan, pemandu dapat memberikan cerita yang menarik perhatian, memberikan pertanyaan singkat kepada pengunjung, dan lain sebagainya. Namun pada museum yang tidak memiliki pemandu, ataupun pada pengunjung mandiri yang memutuskan untuk menjelajah ruang pameran sendiri, pengaturan langkah dan perancangan sirkulasi menjadi sangat penting sehingga pengunjung dapat mudah menemukan objek-objek tertentu, tetap bersemangat dalam menjelajah ruang pameran dan tidak cepat bosan.

Pada perancangan sebuah ruang pameran, desainer memiliki kemampuan untuk mengatur cepat atau lambatnya pengunjung berjalan serta bagaimana pengunjung bergerak melalui pengaturan suasana dan penampilan setiap ruang. Melalui variasi tinggi langit-langit, permukaan lantai, terang atau gelap ruang, skema warna dan juga variasi furnitur yang tentu saja disesuaikan dengan tema dan suasana pameran yang ingin ditampilkan akan membuat pengunjung lebih bersemangat menjelajahi setiap ruang pameran. Ambrose dan Paine (1993) memberikan solusi lain untuk menghindari kebosanan pada pengunjung yaitu dengan menyediakan 'escape hatches' atau ruang pelarian. Ruang ini dapat berupa ruang istirahat ataupun ruang baca. Pada ruang ini tersedia tempat duduk dan mungkin juga dilengkapi dengan katalog ataupun buku. Di ruang dengan suasana berbeda ini pengunjung dapat beristirahat sejenak, sebelum kembali ke ruang pameran dengan lebih bersemangat.

Untuk melakukan pengaturan langkah, McLean (1993) mendiskusikan masalah alur dan sirkulasi pengunjung. Menurutnya perencanaan lalu lintas pengunjung merupakan faktor penting dalam desain sebuah ruang pameran. Tata letak ruang pameran yang buruk dapat menyebabkan kemacetan, ruang penuh sesak, kebingungan, disorientasi dan pada akhirnya pengunjung akan kehilangan ketertarikan pada benda koleksi. Ini dapat dihindari dengan menyediakan ruang gerak yang cukup diantara benda pameran dan meletakkan benda pameran penting ataupun favorit di jalur sirkulasi utama. Berikut adalah beberapa pola sirkulasi pengunjung yang disarankan oleh McLean (1993) pola sirkulasi langsung (*direct plan*), pola sirkulasi terbuka (*open plan*), pola sirkulasi berputar (*radial plan*), dan pola sirkulasi acak (*random plan*).

Masing-masing dari pola sirkulasi ini memiliki kekurangan dan kelebihan sendiri-sendiri, seperti pola sirkulasi langsung sangatlah sederhana dan hanya memberikan pilihan jalan yang terbatas kepada pengunjung. Berbeda dengan pola acak, pola sirkulasi memberikan ragam alternatif arah yang membuat pengunjung-pengunjung seakan-akan tidak terkontrol. Pola sirkulasi terbuka sangat baik digunakan jika perancang ingin agar pengunjung dapat melihat keseluruhan pameran secara langsung seperti ruang pameran lukisan, misalnya. Walaupun kekurangannya adalah pengunjung kehilangan rasa keingintahuan dan eksplorasi karena semua benda pameran sudah terlihat. Dengan kelebihan dan kekurangan masing-masing, keempat pola sirkulasi ini dapat digunakan dalam perancangan ruang pameran, disesuaikan dengan jenis pameran, karakteristik benda pameran, karakteristik pengunjung, dan sebagainya.



Gambar 2 Macam-macam pola sirkulasi ruang pameran
(Sumber: McLean, 1993:125)

Tata Pajang dan Teknik Presentasi

Intepretasi adalah penerjemahan dari satu bahasa ke bahasa lainnya. Dalam konteks sebuah museum intepretasi berarti menjelaskan mengenai sebuah objek dan kepentingan dari objek tersebut. Intepretasi dapat dilakukan melalui beragam cara. Walaupun intepretasi terlihat mudah, sebenarnya untuk menjelaskan suatu objek kepada pengunjung diperlukan suatu studi dan riset yang tidak

sederhana. Salah satu contohnya adalah untuk memudahkan interpretasi sebuah objek pameran diterima oleh pengunjung, terlebih dahulu kurator harus mengetahui siapa dan apa tujuan dari pengunjung. Sehingga interpretasi dapat disesuaikan dengan klasifikasi pengunjung, seperti: tingkat pendidikan, tujuan, dan kecerdasan pengunjung. Selain itu perlu diketahui yang ingin dicapai melalui interpretasi tersebut, apakah untuk menginformasikan penelitian terakhir, untuk membangkitkan rasa takjub ataupun hanya untuk menjelaskan sejarahnya.

Setelah interpretasi terhadap suatu objek selesai dibuat serta telah diketahui untuk siapa penjelasan tersebut ditujukan, museum harus menentukan cara untuk menginformasikan interpretasi tersebut melalui berbagai macam teknik presentasi. Ambrose dan Paine (1993) membagi teknik presentasi menjadi 4, yaitu: grafik, 3D, audio visual, dan menggunakan manusia. Teknik grafik merupakan teknik yang paling umum digunakan dan paling sering dijumpai di museum. Biasanya berupa teks ataupun gambar untuk menjelaskan suatu objek, dapat juga ditampilkan bersamaan dengan display sebuah objek. Banyak museum yang menggunakan layar, partisi atau panel untuk memuat segala gambar dan teks yang sudah dipersiapkan oleh kurator. Selain kata-kata dan gambar, dalam panel juga dapat ditampilkan berbagai media untuk menciptakan suasana, seperti seperti foto, lukisan dengan tanda tangan, foto yang diperbesar, dan sebagainya.

Teknik presentasi lainnya adalah tata pajang secara 3 dimensi. Berbeda dengan teknik grafik yang terbatas hanya menampilkan teks dan gambar, teknik presentasi 3 dimensi dapat menampilkan benda-benda koleksi dalam sebuah pengaturan ruang (*room settings*) berdasarkan aslinya. Rekonstruksi ruang seperti ini dapat menampilkan benda koleksi seperti furnitur, peralatan rumah tangga, ataupun benda-benda bersejarah lainnya yang diatur seperti aslinya dalam sebuah ruang. Teknik presentasi ini juga dapat digunakan untuk menjelaskan suatu perbandingan sejarah, misalnya perbedaan antara rumah masyarakat kelas atas dan kelas bawah Inggris pada abad ke-19. Teknik pengaturan ruang yang lebih kompleks disebut dengan *tableau*. Pada *tableau* selain furnitur dan peralatan-peralatan terdapat manekin manusia lengkap dengan kostum dan aksesoris yang digunakan pada zaman tersebut sebagai pelengkap ruang. Teknik presentasi 3 dimensi lainnya adalah dengan menggunakan model atau maket.

Model banyak digunakan dalam sebuah museum dan merupakan media interpretasi yang efektif karena cenderung lebih mudah dimengerti dibandingkan gambar ataupun peta. Model sangat berguna untuk memperlihatkan dan menjelaskan mengenai situs arkeologi, bangunan bersejarah, mesin modern, rel kereta api dan mobil, dan lainnya akan lebih menarik lagi jika model yang dipajang dapat bergerak dan dapat dioperasikan oleh pengunjung. Diorama adalah teknik presentasi 3 dimensi lain yang merupakan gabungan dari gambar dan model, biasanya menggambarkan suatu suasana baik di dalam maupun di luar ruang, terdiri dari model orang-orangan ataupun binatang di bagian depan dan lukisan sebagai latar belakangnya untuk menjelaskan suatu suasana. Serupa dengan *tableau*, diorama merupakan metode presentasi yang sudah digunakan di museum sejak lama. Sangat efektif untuk menjelaskan alam, habitat tinggal jenis-jenis binatang, dan sebagainya. Diorama ukuran asli biasanya digunakan untuk menampilkan kehidupan rumah tangga masyarakat zaman dahulu atau habitat-habitat hewan; dan diorama ukuran kecil digunakan untuk menampilkan situs arkeologi atau area peperangan terkenal.

Teknik presentasi berikutnya dan yang mungkin merupakan teknik presentasi paling menarik untuk masyarakat dewasa ini adalah dengan menggunakan audio visual/interaktif. Beberapa teknik audio visual mulai dari yang paling sederhana adalah, *slide*. Teknik sudah digunakan oleh museum sejak lama untuk membantu menjelaskan sebuah objek ataupun digunakan sebagai pendahuluan sebelum pengunjung mulai menjelajahi ruang pameran. Teknik lainnya yang juga sangat umum digunakan adalah video yang saat ini mulai banyak digunakan untuk menggantikan *slide*. Selain secara visual, teknik presentasi ini juga banyak digunakan melalui media audio, dapat berupa *headphones* yang dipinjamkan kepada pengunjung di pintu masuk museum dan pada *headphones* ini pengunjung dapat mendengarkan penjelasan ataupun komentar yang sudah dipersiapkan oleh kurator ataupun

rekaman suara. Rekaman suara yang merupakan bagian dari pameran dapat ditampilkan melalui beberapa teknik, seperti pengeras suara yang dapat dihidup atau matikan oleh pengunjung, pengeras suara yang terus menerus menyala tanpa henti ataupun melalui telepon, yang melaluinya pengunjung dapat berhenti sejenak mendengarkan penjelasan melalui telepon tersebut. Teknik presentasi audio yang mungkin lebih rumit dan memakan lebih banyak biaya jika digabungkan dengan sistem komputer dapat berupa *animatronics*: model atau objek pameran dibuat bergerak seperti robot. Banyak digunakan untuk mainan sekarang metode yang kompleks ini mulai banyak digunakan di museum.

Metode komunikasi interpersonal dalam sebuah pameran dapat diterapkan melalui teknik-teknik presentasi tersebut, terutama teknik audio visual/interaktif. Walaupun memang belum tentu keseluruhan teknik presentasi audio visual adalah metode interaktif. Pameran interaktif adalah pameran tempat pengunjung menjadi bagian dari pameran dan terlibat langsung dalam sebuah pameran. Namun ada beberapa istilah dalam merancang pameran interaktif yang menjadi tumpang tindih, yaitu *'hands-on'*, interaktif dan *participatory*. McLean (1993) menjelaskan maksud dari interaktif itu sendiri adalah melakukan sesuatu kembali kepada pengunjung. Jika pengunjung melakukan sesuatu terhadap objek pameran, objek pameran akan merespons dan melakukan sesuatu kembali. Interaktif terkadang tidak memerlukan suatu sentuhan. Seperti modulator suara yang tanpa sentuhan bisa berbunyi merupakan sesuatu yang interaktif. Sedangkan *hands-on* atau meletakkan tangan pada suatu objek namun objek tersebut tidak bereaksi dan memberikan respons apapun terhadap tindakan sebelumnya.

Dalam mempersiapkan perancangan ruang pameran yang menerapkan metode komunikasi interpersonal, perbedaan antara metode interaktif dan *hands-on* harus selalu diingat. Pameran interaktif akan lebih mudah diwujudkan dengan teknik presentasi audio visual, sedangkan *hands-on* dapat dilakukan tanpa harus menggunakan teknik audio visual, seperti membuka label untuk mengetahui penjelasan lebih lanjut mengenai suatu objek. Ambrose dan Paine (1993) mengingatkan bahwa dengan menggunakan teknik presentasi audio visual terutama yang rumit pihak museum harus selalu senantiasa melakukan perawatan rutin terhadap peralatan mereka. Oleh karena itu metode interaktif ataupun *hands on* sederhana biasanya adalah yang paling efektif. Metode tersebut, selain mudah digunakan, juga mudah dalam perawatan, seperti memajang objek dalam sebuah vitrin dilengkapi dengan beberapa pertanyaan, yang dari pertanyaan itu pengunjung harus membuka label untuk mengetahui jawaban yang benar.

Pencahayaan

Cahaya merupakan elemen yang paling penting dalam penciptaan suasana, namun sangat kurang dipertimbangkan dalam sebuah perancangan interior. McLean (1993) menyebutkan tantangan penggunaan cahaya dalam sebuah pameran adalah memperoleh pengertian lebih dalam tentang cara pengunjung merespons cahaya dan menggunakan respons tersebut untuk meningkatkan sebuah pameran.

Berbeda dengan perancangan pencahayaan pada umumnya, perancangan pencahayaan pada sebuah ruang pameran harus memenuhi 3 kriteria. Yang pertama adalah untuk kepentingan pengunjung, bahwa pencahayaan harus memenuhi kebutuhan pengunjung untuk mencari dan melalui jalan dalam sebuah ruang pameran dengan mudah dan aman. Selain itu juga agar pengunjung dapat membaca teks pameran, baik label maupun papan informasi lainnya tanpa halangan. Yang kedua pencahayaan harus sesuai dengan kebutuhan konservasi dan objek pameran. Yang terakhir perancangan pencahayaan harus disesuaikan dengan suasana ruang atau atmosfer yang ingin ditampilkan

Untuk mencapai ketiga kriteria tersebut sangatlah sulit karena mungkin saja pada satu sisi konservator menginginkan pencahayaan rendah karena kebutuhan konservasi adalah menghindari koleksi dari cahaya yang terlalu kuat. Seperti dijelaskan Ambrose dan Paine (1993) bahwa cahaya dapat menciptakan kerusakan serius terhadap benda-benda koleksi dan merupakan salah satu ancaman

terbesar terhadap perawatan koleksi. Di sisi lainnya desainer ingin menampilkan pencahayaan dramatis yang memberikan penekanan kepada benda-benda pameran tertentu, sementara pengunjung tidak nyaman dalam ruangan yang remang dan gelap, mereka menginginkan sesuatu yang terang. Ambrose dan Paine (1993) setuju bahwa perancangan pencahayaan sebuah ruang pameran harus mencapai titik temu antara kebutuhan benda koleksi (kegelapan total) dan kebutuhan pengunjung (pencahayaan yang cukup untuk melihat benda koleksi). Lebih lanjut dijelaskan juga beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengurangi tingkat pencahayaan dalam sebuah ruang pameran, seperti penggunaan tirai, memindahkan benda koleksi jauh dari jendela dan meletakkan kotak-kotak pajang jauh dari pancaran sinar matahari, mengurangi jumlah dan daya bola lampu, mematikan semua cahaya pada saat ruang pameran tutup, menutup jendela, dan sebagainya.

Jika metode perancangan pencahayaan Ambrose dan Paine (1993) lebih banyak ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konservasi, McLean (1993) memberikan beberapa pemecahan permasalahan pencahayaan yang lebih disesuaikan untuk kebutuhan pengunjung, seperti ruang transisi. Ruang ini dapat disediakan jika dalam sebuah ruang pameran diperlukan suatu pencahayaan yang sangat rendah dan berfungsi sebagai jembatan antara penerangan redup dan terang (ataupun sebaliknya) agar pengunjung dapat lebih mudah menyesuaikan penglihatannya terhadap cahaya yang akan dilihat di ruang berikutnya. Pemilihan kombinasi teknik pencahayaan juga harus dilakukan secara cermat untuk pencahayaan umum yang akan menerangi keseluruhan ruang dan pencahayaan khusus yang akan memberi fokus, penekanan, ataupun menitikberatkan benda-benda ataupun kegiatan khusus di ruang pameran tersebut.

Sedangkan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan pencahayaan adalah cahaya-cahaya yang menyilaukan, mengganggu, dan tidak nyaman bagi pengunjung baik pada saat menjelajahi ruang pameran maupun pada saat melihat benda pameran. Permasalahan ini dapat dihindari dengan memerhatikan posisi lampu, sehingga tidak langsung menyorot penglihatan pengunjung ataupun memantulkan cahaya yang berlebihan ke arah penglihatan pengunjung. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah efek dari pencahayaan terhadap suasana ruang pameran, terhadap benda pameran, dan terhadap warna ruang ataupun warna benda-benda koleksi.

Jika suasana ruang yang ingin ditampilkan penuh drama dan misteri atau terbuka dan akrab, perancangan pencahayaan harus disesuaikan dengan suasana ruang yang ingin ditampilkan. Begitu pula dengan efek pencahayaan terhadap warna ruang dan warna benda-benda koleksi. Terutama, perlu diperhatikan benda-benda koleksi yang berupa lukisan ataupun foto. Pengunjung ingin melihat lukisan tersebut sesuai dengan persepsi warna aslinya, bukan warna buatan hasil dari pantulan cahaya lampu sorot.

SIMPULAN

Museum berawal dari koleksi pribadi menjadi sebuah institusi publik yang sangat populer dikunjungi masyarakat yang ingin menghabiskan waktu senggang bersama keluarga. Dengan menghabiskan waktu di museum mereka dapat belajar, menambah wawasan, serta berekreasi. Lain hal di Indonesia, museum masih dianggap tempat yang kuno, angker, gelap, dan kotor sehingga museum menjadi tempat yang sangat sepi pengunjung. Museum di Indonesia harus mulai membenahi diri dan mulai mengadopsi teori komunikasi massa yang dikombinasikan dengan komunikasi interpersonal seperti yang sudah banyak diterapkan di museum-museum luar negeri.

Gabungan dari kedua teori komunikasi dapat diterapkan dalam sebuah ruang pameran melalui berbagai cara. Salah satunya adalah dengan perencanaan interior yang matang, sehingga kunci sukses sebuah pameran, seperti yang dikemukakan oleh Miles (McLean, 1993) dapat tercapai. Contohnya

adalah membuat subjek terlihat hidup serta penjelasan yang mudah dan cepat ditangkap dapat dicapai melalui teknik presentasi; mengesankan, dapat diwujudkan melalui bentukan dan suasana ruang serta pencahayaan; jelas harus memulai dan ke mana harus melanjutkan melalui perencanaan sirkulasi dan pencahayaan; dan menggunakan teknik display modern yang membantu pengunjung mempelajari objek dapat dicapai melalui teknik presentasi audio visual/interaktif. Pameran interaktif yang pengunjung dapat terlibat aktif dalam sebuah sangatlah didambakan. Hal ini juga dapat diwujudkan dengan pemilihan teknik presentasi yang sesuai.

Selain elemen-elemen perancangan interior ruang pameran tersebut, masih banyak lagi elemen lain yang memengaruhi sebuah ruang pameran. Elemen lain seperti bentuk vitrin dan *showcase*, desain dan peletakan label, dan lainnya masih memerlukan riset. Untuk museum-museum di Indonesia juga perlu diadakan riset lebih mendalam mengenai pengunjung museum dan tujuan dari kunjungan mereka. Dengan demikian museum di Indonesia dapat menyediakan segala fasilitas baik pameran maupun fasilitas penunjang, yang selain disesuaikan dengan kebutuhan objek koleksi juga disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, T., & Paine, C. (1993). *Museum Basics*. Oxon: Routledge.
- Falk, J. H., & Dierking, L. (2011). *The Museum Experience*. Walnut Creek: Left Coast.
- Hooper-Greenhill, E. (1994). Museum Education dalam E. Hooper-Greenhill (ed.). *The Educational Role of the Museum*. London: Routledge.
- McLean, K. (1993). *Planning for People in Museum Exhibitions*. Washington: Association of Science-Technology Centers.
- Sachari, A. (2005). *Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa: Desain, Arsitektur, Seni Rupa dan Kriya*. Jakarta: Erlangga.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies* (2nd Ed.). London: Sage.