

Peran Media Interaktif terhadap Pengalaman Pengunjung di Museum Rockheim, Norwegia

Anastasha Oktavia Sati Zein

Jurusan Desain Interior, Institut Teknologi Nasional, Bandung

Jl. PKH. Hasan Mustapa No. 23 Bandung 40124

Email: tashazein@gmail.com

ABSTRAK

Museum sebagai salah satu tempat untuk memberikan informasi mengenai jejak kebudayaan kini telah mengalami perubahan yang tidak hanya menitik beratkan kepada keberadaan benda pamernya saja tetapi juga museum baru harus mengerti terhadap kebutuhan pengunjung. Terlebih dengan rendahnya tingkat kunjungan masyarakat umum ke museum sebagai sarana rekreasi pendidikan, mengharuskan museum saat ini untuk meningkatkan diri dengan mengerti kebutuhan pengunjung terhadap benda pameran yang memberikan informasi secara interaktif.

Penelitian mengenai Rockheim yang merupakan museum mengenai musik Norwegia antara tahun 1950 sampai dengan tahun 2000an ini memberikan pengalaman baru pada saat berkunjung, informasi yang diberikan mayoritas menggunakan media interaktif digital yang menarik minat pengunjung untuk mencoba dan juga selaras dengan kebutuhan pengunjung masa kini. Pengamatan langsung pada museum ini memberikan wawasan lebih jelas mengenai pengalaman pengunjung terhadap media interaktif di museum. Konsep museum baru dengan menerapkan penggunaan media secara interaktif pada museum dapat memberikan pengalaman berbeda yang baru dan menyenangkan bagi pengunjung dan diharapkan akan berkontribusi terhadap tingkat kunjungan di museum Indonesia.

Kata kunci: *Media Interaktif, Museum Baru, Pengalaman Pengunjung*

ABSTRACT

Museum as one of the places to provide information about the cultural footprint has now been changed which not only focuses on the collection of exhibits, but also the new museum must understand the needs of visitors. Higher with the low level of public visit to the museum as a means of educational recreation, the museum needs now to improve itself by understanding the needs of visitors to show off objects that provide information interactively.

Research on Rockheim which is a museum on Norwegian music between the 1950s and 2000s provides a new experience during a visit, the information provided by the majority uses digital interactive media that attracts visitors to try and also align with the needs of today's visitors. Direct observations at this museum provide clearer insights about visitors' experiences of the interactive media at the museum. The new museum concept by applying interactive media usage to the museum can provide a different and exciting new experience for visitors and is expected to contribute to the level of visit in Indonesian museums.

Keywords: *Interactive Media, New Museum, Visitor Experience*

1. PENDAHULUAN

Museum adalah lembaga untuk mengkoleksi, merawat dan memamerkan, dengan tujuan untuk mengkomunikasikan dan melestarikan sejarah melalui benda – benda pameran kepada masyarakat luas. Museum berawal dari bahasa Yunani “*mouseion*” yang artinya adalah kuil untuk sembilan Dewi Muze yang merupakan anak Dewa Zeus yang melambangkan ilmu dan kesenian[1]. Minat masyarakat Indonesia untuk berkunjung ke museum sebagai sarana rekreasi yang edukatif saat ini masih tergolong rendah, hal ini bisa jadi karena pengelolaan dan pemeliharaan yang kurang baik, terutama pada museum pemerintah. Salah satunya adalah karena belum *update*-nya sistem pemberian informasi museum terhadap perkembangan teknologi dengan belum banyaknya penggunaan media interaktif. Menurut Eddy Sunarto dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Provinsi Jabar mengatakan bahwa persentase pengunjung umum yang datang ke museum di wilayah Bandung hanya mencapai 20% saja, sisanya adalah pelajar yang ditugaskan oleh sekolah[2].

Berdasarkan buku Pedoman Museum Indonesia, fungsi museum baru (*The New Museum*) sekarang telah mengalami perubahan dari yang awalnya berorientasi pada koleksi kini bergeser pada kebutuhan masyarakat, sehingga museum harus berkembang sesuai dengan tuntutan tersebut. Saat ini, pengunjung tidak hanya disuguhkan benda pamernya saja tetapi terdapat multimedia yang dapat berinteraksi antara benda pameran dengan pengunjung, yang seolah – olah mengajak untuk “merasakan” cerita dibalik benda tersebut, sehingga terjadi komunikasi dua arah.

Benda pameran yang “ber-komunikasi” dengan pengunjung melalui cara yang menyenangkan, dapat membangun kekuatan emosi sehingga informasi yang didapat setelah keluar dari museum akan membuat pengalaman berkunjung di museum akan lebih bermakna.

Pada penelitian ini akan membahas mengenai multimedia dan peranannya sebagai penyampaian informasi di museum baru, dengan studi kasus museum Rockheim di Norwegia. Museum nasional musik pop dan rock yang dibuka pada tanggal 5 Agustus 2010 ini menggunakan digital sebagai media presentasinya. Museum yang terletak di Brattørkaia 14, Kota Trondheim ini menyajikan musik dari tahun 1950an sampai dengan sekarang. Bangunan yang didirikan dari bekas gudang gandum, dengan satu lantai tambahan di atas 5 lantai sebelumnya, yang menyerupai balok yang dilapisi kaca dekoratif dengan latar belakang cahaya buatan yang dapat berubah – ubah, bahkan “*box*” tersebut dapat memberikan efek tertentu melalui telepon genggam. Dengan keunikan tersebut, pada tahun 2010 bangunan museum ini mendapatkan penghargaan dari Kota Trondheim[3].



Gambar 1. Rockheim Museum Musik Pop dan Rock, Norwegia[4]

Berdasarkan dari pengamatan yang diperoleh secara langsung, selain memamerkan benda – benda yang berhubungan dengan musik sebagai koleksinya, museum ini juga memberikan unsur suara, visual, video dan ruang untuk menstimulasi pengunjung sehingga lebih dapat merasakan suasana musik yang berbeda dari tiap dekade.

2. METODOLOGI

Metoda yang digunakan dalam penulisan ini adalah berdasarkan observasi di lapangan dan dokumentasi, dimana pengumpulan data dilakukan secara pengamatan langsung ke museum Rockheim, untuk kemudian dilakukan penganalisaan berdasarkan teori yang berkaitan dengan desain interior museum baru yang berhubungan dengan multimedia dan kaitannya pada pengalaman pengunjung.

Data yang digunakan pada penelitian ini selain observasi di lapangan, juga dilengkapi dengan data dari internet dan buku teks. Kesimpulan dari penelitian ini merupakan suatu masukan yang dapat digunakan untuk meningkatkan sistem pemberian informasi di museum dalam rangka menarik minat pengunjung.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Penggunaan multimedia merupakan salah satu cara agar pengunjung aktif pada waktu mendapatkan informasi di museum. Komunikasi yang diciptakan multimedia ini bisa melalui ruang, material, cahaya, suara dan visual yang dapat menampilkan atmosfer sedemikian rupa sehingga membangun emosi pengunjung terhadap benda pameran[5]. Melalui pengalaman berinteraksi dengan benda pameran, pengunjung tidak hanya ditempatkan sebagai penonton saja tetapi juga ikut dilibatkan dalam cerita sebuah benda pameran.

Melalui media interaktif, informasi yang didapat dengan cara “bermain” menjadi lebih mudah dimengerti pengunjung. Terdapat dua jenis interaktif yang dapat diterapkan pada suatu pameran, yaitu manual dan digital. Pada interaktif manual seperti puzzle, kotak – kotak ataupun pemasangan stiker, teknologi yang digunakan termasuk rendah dan mudah dalam pemeliharannya, sementara untuk interaktif digital seperti layar sentuh, video dan proyektor membutuhkan teknologi tinggi.



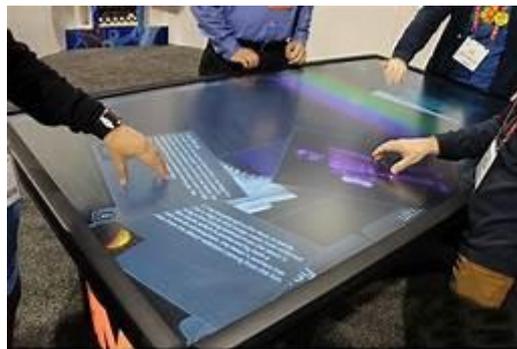
Gambar 2. Contoh media interaktif manual dan digital [5]

Penggunaan media interaktif digital pada museum Rockheim akan menjadi bahasan lebih lanjut dalam penelitian ini.

Multimedia atau penggunaan beberapa media digital melalui media video, suara, simulasi, hologram, animasi dan efek visual lainnya, dapat membuat pameran tersebut terasa lebih "hidup"[6]. Penggunaan multimedia pada museum baru memberikan pengalaman yang berbeda terutama untuk pengunjung yang berusia muda karena biasanya informasi akan lebih mudah diingat dan dipelajari dengan proses bermain dibandingkan hanya dengan melihat dan membaca, yang cenderung membuat pengunjung menjadi pasif. Melalui multimedia terjadi interaksi dua arah dimana pengunjung bisa mencari sendiri informasi yang diinginkan melalui media digital, dan akan direspon berdasarkan interaksi yang dilakukan. Multimedia ini selain harus mudah penggunaannya, juga harus tetap mengutamakan pemberian informasi pada pengunjung.

Terdapat beberapa macam teknologi multimedia yang dapat diterapkan di museum, yaitu[7] :

1. *Smart table*, adalah perangkat berupa meja pintar yang dapat memuat berbagai ragam informasi yang dapat diakses dengan *touch screen*.



Gambar 3. Contoh *smart table*[8]

2. *Augmented Reality(AR)* dan *Virtual Reality(VR)*. AR adalah teknologi yang menggabungkan benda dua dimensi atau tiga dimensi dalam lingkungan nyata, sementara VR atau realitas maya yang menggantikan kenyataan.



Gambar 4. Contoh *augmented reality* dan *virtual reality*[9]

3. *Artificial intelligent*, adalah perangkat yang dapat menjawab pertanyaan secara otomatis.



Gambar 5. Contoh *artificial intelligent*[9]

4. *Interactive media*, adalah perangkat sensor yang dihubungkan dengan proyektor dan dikendalikan melalui gestur. Media ini penggunaannya dapat diterapkan di dinding, kaca dan lantai (*interactive wall*, *interactive glass* dan *interactive floor*).



Gambar 6. Contoh *interactive media* pada museum[9]

5. *Mobile apps*, adalah aplikasi yang dapat mengakses informasi pada *smartphone*.



Gambar 7. Contoh *mobile apps* pada museum[9]

Media digital tidak menggantikan benda pameran sebagai peninggalan benda sejarah, sistem pemberian informasi ini menjadi salah satu pendukung agar museum menarik untuk dikunjungi. Selain itu, media interaktif harus dapat menarik minat pengunjung untuk mencobanya dan mudah untuk digunakan. 30 detik adalah standar batas waktu yang dibutuhkan untuk pengunjung mengerti cara penggunaannya, lebih dari itu pengunjung akan merasa bosan dan kehilangan minat untuk mencobanya[10]. Masih menurut Philip Hughes dalam buku *Exhibition Design*, media interaktif dapat digunakan untuk penggunaan satu orang ataupun berkelompok, kedua pilihan tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan sendiri, dan melalui penggunaan media digital sebagai salah satu peraga di museum, informasi yang diberikan menjadi tidak terbatas karena tidak dibatasi oleh besar label display seperti pada kebanyakan museum.

Terdapat beberapa jenis interaktif pada museum, yaitu[10]:

- “Temukan lebih banyak lagi” interaktif. Biasanya merupakan penggunaan untuk satu orang saja, informasi yang diberikan terdiri dari beberapa lapisan, mulai dari informasi secara singkat sampai dengan mendalam, tergantung dari kebutuhan pengunjung mengenai seberapa jauh informasi tersebut ingin diketahui. Interaktif ini memungkinkan pengunjung untuk dapat mengakses arsip museum secara online secara mendetail dan juga dapat bergabung untuk diskusi antara pengunjung lain dan pihak museum.
- Permainan interaktif, menguji pengetahuan pengunjung mengenai benda yang dipamerkan melalui pemberian informasi dengan cara melakukan sesuatu dibandingkan dengan ditunjukkan sesuatu. Jenis ini biasanya berupa permainan kinestetik.
- Lingkungan interaktif digunakan untuk skala besar yang dapat membuat pengunjung merasa kagum dan terinspirasi. Contohnya adalah pada waktu masuk ke ruangan yang menyerupai kehidupan di dasar laut, dimana mulai dari interior lantai, dinding sampai langit – langit dibuat seperti pengunjung berada di dalam laut.

Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya bahwa media interaktif dapat membangun komunikasi dua arah antara benda pameran dengan pengunjung, sehingga membuat pengalaman baru di museum. Proses terciptanya suatu pengalaman bersumber pada panca indera penerimanya, dimana suatu benda dapat terlihat, teraba, tercium, dikecap dan terdengar, sehingga menciptakan suatu rangsangan pada penerima untuk memperhatikan. Setelah mendapatkan perhatian dari penerima maka hal selanjutnya yang terjadi adalah respon motivasi dari penerima untuk mengenal lebih jauh dari benda tersebut. Keadaan ini juga disebut sebagai *pull-factors*, yaitu lingkungan di luar penerima yang dapat menimbulkan suatu rangsangan motivasi, contohnya diterapkan pada sarana dan prasarana[11]. Pada museum baru, media interaktif berperan sebagai stimulan bagi indera tersebut dari segi visual, pendengaran dan peraba.

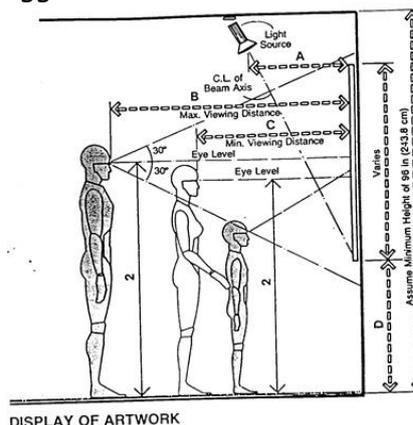
Museum Rockheim

Melalui pengamatan langsung di Rockheim dimana musik menjadi tujuan utama museum ini, multimedia digital dominan sebagai alat untuk penyampaian informasi. Pengunjung tidak hanya melihat berbagai macam alat musik dan pakaian yang dipakai oleh pemain musik, tetapi juga dapat memainkan beberapa alat musik, dan merasakan atmosfer dekade musik pada saat diperkenalkan.



Gambar 8. Benda pameran di Museum Rockheim
Sumber : Dokumentasi pribadi

Awal masuk pengunjung dimulai dari lantai 6 yang mengawali tur musik tahun 50an khas Norwegia, untuk kemudian turun ke setiap lantainya berdasarkan urutan tahun sampai dengan musik di tahun 2000an. Multimedia interaktif digital yang digunakan di museum ini terdiri dari sensor yang diaktifkan dengan laser pointer dan gerakan tangan atau tubuh, *touch screen*, dan *smart table*. Pada area alat – alat musik seperti berbagai macam gitar, organ dan drum, display benda tersebut diletakkan secara vertikal lengkap dengan informasi di depan setiap benda pameran (gambar 9). Display vertikal tersebut walaupun dapat menghimpun semua benda pameran namun menyulitkan pengunjung untuk melihat benda pameran secara detail karena jarak jangkauan mata terlalu tinggi, dimana normalnya jarak mata tertinggi untuk dapat melihat benda pameran yang diletakkan diatas lantai sekitar 200 cm, sementara display vertikal ini mempunyai tinggi lebih dari standar.



Gambar 9. Display alat musik dan standar jarak jangkauan mata

Sumber : Dokumentasi pribadi & Panero, Julius, AIA, ASID & Zelnik, Martin, AIA, ASId (1980), "Human Dimension & Interior Space", The Architectural Press Ltd., London, pp.138.

Untuk mendengarkan contoh bunyi dari alat musik disediakan laser pointer yang diarahkan ke lingkaran sensor di sebelah bawah benda pameran (gambar 10). Hal ini cukup efektif untuk sekedar mendengarkan bunyinya tapi tidak memberikan informasi mengenai bagaimana bunyi tersebut dihasilkan apakah dipetik, ditekan atau dipukul.



Gambar 10. Sensor dan *laser pointer* pada benda pameran

Sumber : Dokumentasi pribadi & www.google.com

Perjalanan musik rock mulai dari waktu menciptakan (yang biasanya bertempat di garasi mobil), masuk ke dapur rekaman sampai melakukan pertunjukkan turut ditampilkan pada museum. Di area ini pengunjung diajak merasakan proses bagaimana musik tersebut terjadi dengan mengimplementasikan lingkungan interaktif yang menyerupai aslinya. Pengunjung dapat mencoba semua peralatan yang berada di area ini.



Gambar 11. Simulasi perjalanan musik rock mulai dari diciptakan sampai dengan di pertunjukkan
Sumber : Dokumentasi pribadi & www.rockheim.no

Salah satu ciri khas musisi rock adalah dengan melakukan perjalanan dengan menggunakan bis (*tour bus*) untuk mempromosikan album musiknya, dimana mereka biasanya menghabiskan waktu berbulan – bulan untuk setiap tur. Sama seperti lingkungan interaktif pada gambar 11, area ini juga menerapkan interaktif yang sama dengan menyerupai bis tur, ditambah dengan “Temukan lebih banyak lagi” interaktif berupa *smart table* pada meja di depan setiap kursi bis yang memberikan informasi menyerupai majalah. Halaman “majalah” tersebut dibuka dengan cara men-*swipe* seperti layaknya membuka majalah. Apabila ingin lebih jauh mencari informasi atau musik dari salah satu musisi di majalah tersebut, maka pengunjung bisa memindahkan halaman tersebut ke “jendela bis” dengan cara men-*swipe* ke arah “jendela” yang langsung berubah menjadi informasi yang diinginkan.



Gambar 12. Lingkungan interaktif *tour bus*
Sumber : Dokumentasi pribadi & www.rockheim.no

Museum ini belum lengkap tanpa permainan interaktif yang membuat pengunjung merasa seperti seorang musisi rock. Pengunjung yang mencoba permainan ini merasa seperti diajarkan bermain gitar oleh musisi rock terkenal yang memberikan interaksi apabila permainan gitarnya baik atau kurang.



Gambar 13. Permainan gitar interaktif

Sumber : Dokumentasi pribadi & www.rockheim.no

Dari beberapa multimedia interaktif digital yang dipaparkan diatas, mayoritas pemakaian adalah untuk pengguna satu orang saja pada satu waktu, sehingga pengunjung harus bergiliran untuk mencoba media interaktif yang diinginkan. Namun berdasarkan observasi dengan alur museum di setiap lantai yang tidak linear, maka pengunjung dapat pindah ke media interaktif lain di lantai yang sama untuk kemudian bisa kembali lagi ke media interaktif awal. Bervariasinya media digital yang ada di museum ini membuat pengunjung tertarik untuk mencoba semua media.

Pengalaman pengunjung pada museum dengan konsep baru ini memungkinkan pengunjung mempunyai gambaran umum dalam proses terbentuknya musik dan perbedaan musik rock di tahun sekarang dan sebelumnya. Indera pengunjung juga dimanjakan dengan banyaknya stimulan pada multimedia interaktif yang mendorong pengunjung untuk aktif mencari informasi. Hal ini menegaskan mengenai *pull-factors* media di museum yang menarik minat pengunjung untuk mencoba.

Dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, museum juga harus mengikuti perkembangan zaman supaya tidak terkesan kuno dan tidak ditinggalkan pengunjungnya. Penggunaan media interaktif tidak menggantikan benda pameran sebagai bagian dari koleksi museum, tetapi mendukung benda pameran dalam memberikan informasi secara lebih menarik. Salah satu ciri museum modern adalah dengan berkurangnya penggunaan teks pada panel dan lebih banyak menggunakan multimedia untuk lebih luas menjangkau pengunjung modern.

4. SIMPULAN & SARAN

Penggunaan media interaktif manual dan digital tidak bisa begitu saja diterapkan tanpa mengetahui kebutuhan pengunjungnya, karena akan berakibat tidak berjalannya transfer informasi yang menjadi tujuan utama museum. Penggunaan media digital ini membuat pengunjung lebih mudah menyerap informasi yang diberikan, terutama untuk pengunjung muda yang belum mengenal musik sebelum tahun 2000an. Penggunaan media interaktif menjadi sangat efektif untuk pemberian informasi karena kesamaan penggunaan teknologi yang digunakan sehari – hari.

Keberhasilan museum saat ini tidak hanya terletak pada banyaknya benda pamernya saja, tetapi harus melibatkan elemen lain seperti teknologi yang dapat menstimulasi indera pengunjung untuk tertarik dengan informasi yang diberikan. Ketertarikan itu pula yang membuat pengunjung membagikan pengalamannya kepada orang lain untuk berkunjung, sehingga tingkat kunjungan masyarakat ke museum meningkat.

Dengan konsep *new museum* pada Rockheim, media interaktif yang ditampilkan tidak hanya memudahkan informasi untuk dipahami, tapi juga memberikan pengalaman sensorial pada pengunjung terasa lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman (2012), *Pedoman Museum Indonesia*, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta, pp.15.
2. <https://jabar.sindonews.com/read/1890/1/tingkat-kunjungan-masyarakat-ke-museum-masih-rendah-1538993449>, diakses tanggal 20 November 2019.
3. <https://en.wikipedia.org/wiki/Rockheim>, diakses tanggal 20 November 2019.
4. <https://www.trondheim.com/rockheim>, diakses tanggal 20 November 2019.
5. Pam Locker (2011), *Basic Interior Design, Exhibition Design*, Ava Publishing SA, Switzerland, pp. 85, 97 & 100.
6. Barry Lord & Gail Dexter Lord (2001), *The Manual of Museum Exhibitions*, Altamira Press, California, pp.222.
7. <https://monsterar.net/2019/02/14/5-teknologi-museum-digital/>, diakses tanggal 25 November 2019.
8. www.google.com., diakses tanggal 1 Januari 2020.
9. www.google.com., di akses tanggal 25 November 2019.
10. Philip Hughes (2015), *Exhibition Design*, Laurence King Publishing Ltd., London, pp.157 & 160 – 161.
11. Taufan Hidjaz (2011), *Interaksi Psiko-Sosial di Ruang Interior*, Itenas & HDII, Bandung, pp. 64 & 142.