

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat dengan ditandai oleh pertumbuhan teknologi, konektivitas global, dan perubahan sosial yang cepat, peran dan signifikansi museum mengalami transformasi yang mendalam. Perkembangan teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan minat pengunjung terhadap museum. Penggunaan teknologi seperti *virtual reality* memberikan pengalaman baru dan menarik bagi pengunjung.

Museum, sebagai institusi budaya dan pendidikan, tidak hanya menjadi penjaga warisan budaya dan sejarah, museum juga berfungsi untuk kepentingan studi, riset dan hiburan (Soraya, 2023). Pengunjung museum tidak lagi hanya mencari pengalaman pasif, tetapi juga mencari interaksi dan pengalaman yang unik. Museum di era globalisasi cenderung menyajikan pameran yang interaktif, menawarkan tur panduan yang menarik, serta mengadakan acara khusus yang memancing minat pengunjung, seperti lokakarya, pertunjukan, atau festival.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 tentang Museum, Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat. Definisi museum berdasarkan konferensi umum ICOM (*International Council of Museums*) di Praha, pada 24 Agustus 2022 dengan presentase 92,41% menyetujui usulan definisi museum baru menyebutkan bahwa Museum adalah lembaga permanen

nirlaba yang melayani masyarakat yang meneliti, mengumpulkan, melestarikan, menafsirkan, dan memamerkan warisan berwujud dan tak berwujud. Terbuka untuk umum, mudah diakses, dan inklusif, museum menumbuhkan keberagaman dan keberlanjutan. Mereka beroperasi dan berkomunikasi secara etis, profesional dan dengan partisipasi masyarakat, menawarkan beragam pengalaman untuk pendidikan, kesenangan, refleksi dan berbagi pengetahuan. Pada penelitian sebelumnya oleh Prasetyo menyebutkan bahwa Museum juga tidak dapat dipisahkan dari koleksinya, karena koleksi adalah inti dari museum itu sendiri. Koleksi museum harus dipresentasikan sebagai bentuk komunikasi yang vital untuk menarik minat masyarakat untuk datang ke museum. Dalam menampilkan koleksi, penting untuk mempertimbangkan aspek estetika, artistik, edukatif, dan informatif (Prasetyo, 2019).

Menurut Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia (2019), Museum mengelola bukti material hasil budaya dan/atau material alam dan lingkungannya yang mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, kebudayaan, teknologi, dan/atau pariwisata untuk dikomunikasikan dan dipamerkan kepada masyarakat umum melalui pameran permanen, temporer, dan keliling. Selain itu, museum juga memiliki berbagai macam jenis yang diklasifikasikan oleh *International Council of Museum* (ICOM) ke dalam 6 jenis museum, yaitu museum seni, museum sejarah dan arkeologi, museum nasional, museum ilmu alam, museum IPTEK, dan museum khusus. Di Indonesia dengan keberagaman budaya, sejarah panjang, dan kekayaan alamnya menjadikan semua jenis museum tersebut dapat ditemukan dengan mudah.

Indonesia memiliki museum seni yang memamerkan keindahan dan keberagaman karya seni, mulai dari seni tradisional hingga kontemporer, seperti Museum Seni Rupa dan Keramik di Jakarta, Museum Seni Bali di Denpasar, dan Museum Affandi di Yogyakarta, Museum Nasional yang memamerkan perjalanan Panjang negara dari masa pra-sejarah hingga masa kemerdekaan, Museum IPTEK yang menyoroti kemajuan ilmiah dan teknologi, seperti Museum Geologi di Bandung dan Museum Sains dan Teknologi Taman Mini Indonesia Indah di Jakarta, museum khusus yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia atau lingkungan yang berkaitan dengan satu cabang seni, cabang ilmu atau satu cabang teknologi, seperti Museum Angkut di Malang, serta museum sejarah dan arkeologi yang didedikasikan untuk memajang dan menyimpan artefak arkeologi, seperti Museum Manusia Purba di Sangiran serta Museum Multatuli di Kabupaten Lebak.

Kabupaten Lebak memiliki kekayaan sejarah dan budaya yang patut dijaga dan dipromosikan melalui Museum Multatuli. Museum ini menjadi wadah untuk memperkenalkan kepada masyarakat lokal dan pengunjung luar mengenai tokoh Multatuli dan perjuangannya melalui karya sastra yang monumental, *Max Havelaar*, sebuah novel yang menggambarkan kekejaman kolonialisme Belanda di Hindia Belanda (Indonesia). Museum Multatuli di Kabupaten Lebak didirikan sebagai penghormatan terhadap perjuangan dan pemikiran Multatuli yang sangat ingin menghentikan penderitaan-penderitaan yang dialami oleh masyarakat Indonesia. Multatuli sendiri adalah nama pena dari Eduard Douwes Dekker yang memiliki arti “Aku sudah banyak menderita”. Eduard Douwes Dekker merupakan seseorang berkebangsaan Belanda yang memihak Indonesia pada masa penjajahan

Belanda di Indonesia. Museum Multatuli ini menyimpan berbagai artefak dan informasi tentang kehidupan dan karya Multatuli yang juga menjelaskan tentang upaya perlawanan terhadap penjajahan di Indonesia, yang terjadi khususnya selama periode sekitar tahun 1850 di wilayah Kabupaten Lebak yang dikenal dengan istilah tanam paksa atau *cultuurstelsel* yaitu penerapan wajib menanam untuk tanaman ekspor yang diterapkan dalam sistem politik dualistis dimana di Indonesia, kekuasaan terbagi antara orang-orang Indonesia yang diwakili oleh pejabat-pejabat seperti Bupati, Wedana, Asisten Wedana, dan Patih. Sedangkan orang-orang Belanda mendampingi elit-elit Indonesia dalam menjalankan pemerintahan yaitu residen, asisten residen yang diwakili oleh Eduard Douwes Dekker, Kontrolir, Mandor, dan lainnya. Meskipun demikian, yang memiliki kekuasaan penuh atas wilayah koloni Indonesia tetaplah Gubernur Jenderal yang bertindak sebagai perwakilan Ratu dari Belanda (Ritonga & Murdana, 2023).

Gambar 1.1

Museum Multatuli



Sumber: Peneliti, Agustus 2024

Museum Multatuli merupakan museum anti-kolonialisme pertama dan satu-satunya di Indonesia yang terletak di JL. Alun-Alun Timur No.8, Rangkasbitung Barat., Kecamatan Rangkasbitung, Kabupaten Lebak, Banten. Museum ini didirikan karena Multatuli merupakan bagian dari sejarah Lebak. Ide pendirian Museum Multatuli dimulai sejak tahun 1990an dan terus berlanjut hingga pada tahun 2016 Pemerintah Kabupaten Lebak beserta delegasi pejabat dan guru berkunjung ke Museum Multatuli di Amsterdam. Kunjungan tersebut bertujuan untuk membangun komunikasi dan persahabatan antar lembaga guna keberlangsungan Museum Multatuli yang sedang dirintis di Lebak hingga pada tahun 2017 proses pengisian koleksi dan pembuatan *story line* museum mulai berlangsung dan pada 11 februari 2018 Museum Multatuli mulai dibuka untuk umum. Melansir dari *website* Museum Multatuli, pengunjung mengalami kenaikan dan penurunan dari awal dibuka. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan pengunjung dibanding tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2020 semenjak covid-19 pengunjung Museum Multatuli mengalami penurunan. Berikut merupakan data pengunjung Museum Multatuli dari awal dibuka yaitu 2018 hingga 2023.

Tabel 1.1

Data Pengunjung Museum Multatuli Tahun 2018 – 2023

No	Tahun	Total Pengunjung
1	2018	58.195
2	2019	64.972
3	2020	12.566
4	2021	5.213
5	2022	36.403
6	2023	36.050

Sumber: Museum Multatuli, Agustus 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa total pengunjung pada tahun pertama pasca dibukanya Museum Multatuli untuk umum mencapai 58.195 pengunjung yang terdiri dari pengunjung lokal dan mancanegara. Tahun 2019 menjadi tahun terbaik bagi Museum Multatuli karena dengan penambahan pengunjung melalui kegiatan publik dan pemanfaatan ruang museum, museum ini berhasil meningkatkan jumlah pengunjung menjadi 64.972 pengunjung. Namun, penurunan jumlah pengunjung sangat jelas terlihat pada tahun 2020, hal ini diakibatkan karena museum seringkali terpaksa tutup karena peraturan pemerintah mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan oleh pemerintah Rangkasbitung. Sehingga pada tahun tersebut pengunjung Museum Multatuli hanya mencapai 12.566 pengunjung dan semakin menurun pada tahun 2021, yaitu hanya mencapai 5.213 pengunjung. Upaya untuk menjaga eksistensi museum dilakukan oleh Museum Multatuli dengan melakukan inovasi baru dengan teknologi terkini yaitu mengadakan jelajah museum secara *online* atau virtual yang bisa diakses melalui *website* Museum Multatuli karena kunjungan secara langsung tidak bisa dilakukan sementara waktu akibat Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) tersebut. Oleh karena itu, museum perlu melakukan kegiatan pemasaran untuk meningkatkan, menstabilkan dan memperluas jumlah pengunjung. Selain itu, untuk dapat terus berperan secara optimal, Museum Multatuli perlu mengembangkan strategi komunikasi yang efektif guna meningkatkan minat dan partisipasi pengunjung. Strategi komunikasi yang tepat akan membantu museum dalam menginformasikan secara efektif mengenai koleksi-koleksi dan program-program yang diselenggarakan. Museum Multatuli dapat memanfaatkan kegiatan

seperti Festival Seni Multatuli yang merupakan salah satu kegiatan tahunan Museum Multatuli dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lebak. Dalam setiap penyelenggaraannya, FSM mengusung narasi kemanusiaan yang terkandung dalam novel karya Multatuli. Bersamaan dengan itu, FSM juga mengangkat nilai-nilai luhur dari kebudayaan lokal dalam bentuk ekspresi dan estetika, seperti kesenian tradisional dan pengetahuan lokal, sehingga mampu menarik minat berbagai kalangan masyarakat untuk mengunjungi dan mengapresiasi keberadaan museum ini.

Menurut penelitian sebelumnya oleh Barlim penggunaan strategi komunikasi pemasaran yang efektif dan sesuai sangat penting untuk mencapai tujuan tertentu (Barlim, 2020). Dalam menerapkan strategi tersebut, teknik-teknik komunikasi juga harus dimanfaatkan secara optimal. Idealnya pemasaran harus menghasilkan pelanggan yang siap membeli. Namun, dari segi pemasaran dan promosi, baik untuk bidang yang sangat teknis seperti konservasi; bidang kreatif seperti desain tata pameran, edukasi, *storytelling*; bidang administratif dan manajemen; apalagi dalam bidang pengembangan pemasaran dan promosi museum.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana museum ini memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, mulai dari media sosial hingga kegiatan promosi melalui kegiatan Festival Seni Multatuli untuk meningkatkan minat pengunjung dengan menggunakan teori atau model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang merupakan salah satu model hierarki respons yang terkenal bagi pemasaran.

Menurut model ini, alat promosi harus menarik perhatian, menghasilkan minat, membangkitkan keinginan, dan menggerakkan tindakan merupakan langkah-langkah penting dalam merancang program komunikasi yang efektif. Aspek krusial dalam membangun program komunikasi yang sukses adalah pemahaman terhadap proses respons konsumen, seperti upaya promosi yang dilakukan oleh konsumen yang dapat memengaruhi tanggapan mereka melalui penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Museum Pemasaran Museum Multatuli melalui Kegiatan Festival Seni Multatuli dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Kabupaten Lebak”.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut (Sugiyono, 2018), rumusan masalah adalah suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data.

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Peneliti menetapkan bahwasannya rumusan masalah makro pada penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Multatuli melalui Kegiatan Festival Seni Multatuli dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Kabupaten Lebak”.

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Adapun rumusan masalah mikro yang peneliti tetapkan ialah:

1. Bagaimana strategi dalam menarik **Perhatian** (*attention*) Museum Multatuli melalui kegiatan Festival Seni Multatuli dalam meningkatkan minat pengunjung di Kabupaten Lebak?

2. Bagaimana strategi dalam mendorong **Minat** (*interest*) Museum Multatuli Melalui kegiatan Festival Seni Multatuli dalam meningkatkan minat pengunjung di Kabupaten Lebak?
3. Bagaimana strategi dalam membangun **Keinginan** (*desire*) Museum Multatuli melalui kegiatan Festival Seni Multatuli dalam meningkatkan minat pengunjung di Kabupaten Lebak?
4. Bagaimana strategi dalam menghasilkan **Tindakan** (*action*) Museum Multatuli melalui kegiatan Festival Seni Multatuli dalam meningkatkan minat pengunjung di Kabupaten Lebak?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencari, mengembangkan, dan menambah pengetahuan terkait dengan rumusan masalah yang ditetapkan oleh peneliti.

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mencari jawaban bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Multatuli melalui Kegiatan Festival Seni Multatuli dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Kabupaten Lebak

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui strategi dalam menarik **Perhatian** (*attention*) Museum Multatuli melalui kegiatan Festival Seni Multatuli dalam meningkatkan minat pengunjung di Kabupaten Lebak?

2. Untuk mengetahui strategi dalam mendorong **Minat** (*interest*) Museum Multatuli melalui kegiatan Festival Seni Multatuli dalam meningkatkan minat pengunjung di Kabupaten Lebak?
3. Untuk mengetahui strategi dalam membangun **Keinginan** (*desire*) Museum Multatuli melalui kegiatan Festival Seni Multatuli dalam meningkatkan minat pengunjung di Kabupaten Lebak?
4. Untuk mengetahui strategi dalam menghasilkan **Tindakan** (*action*) Museum Multatuli melalui kegiatan Festival Seni Multatuli dalam meningkatkan minat pengunjung di Kabupaten Lebak?

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan manfaat bagi masyarakat luas yang membacanya. Peneliti membagi kegunaan penelitian dalam dua bagian yaitu kegunaan secara teoritis dan kegunaan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menambah pengetahuan dalam Ilmu Komunikasi secara umum maupun keseluruhan dan mampu memberikan wawasan baru sebagai pengembangan ilmiah di bidang Ilmu Komunikasi mengenai penelitian “Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Multatuli melalui Kegiatan Festival Seni Multatuli dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Kabupaten Lebak”.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Peneliti mengelompokan lagi kegunaan praktis sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu dan wawasan baru serta menjadikan hasil yang berarti dalam penyelesaian penelitian ini.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan literatur atau referensi bagi mahasiswa UNIKOM khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi calon–calon sarjana yang akan melakukan penelitian serupa.

3. Bagi Museum Multatuli

Penelitian ini dapat digunakan oleh Museum Multatuli sebagai arsip, tambahan informasi terkait strategi komunikasi pemasaran Museum Multatuli, efektivitasnya terhadap minat pengunjung dan salah satu cara meningkatkan minat pengunjung.