

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Signifikansi Penelitian

Permuseuman di Indonesia sudah mendapat perhatian dari pemerintah Indonesia sejak dicanangkannya beberapa program untuk mendukung museum, di antaranya adalah Gerakan Nasional Cinta Museum (GNCM). GNCM dilaksanakan selama lima tahun, mulai tahun 2010 hingga tahun 2014. Salah satu kegiatannya adalah revitalisasi museum yang bertujuan untuk mewujudkan museum-museum di Indonesia yang dinamis dan berdayaguna sesuai dengan standar ideal pengelolaan dan pemanfaatan museum.

Meski demikian, pelaksanaan program pemerintah ini belum menunjukkan hasil yang maksimal. Museum masih menjadi pilihan terakhir bagi masyarakat sebagai tujuan berwisata, baik di waktu senggang, akhir pekan maupun di masa liburan. Bila dibandingkan dengan wisata lain, jumlah pengunjung museum masih terbilang sangat sedikit. Contohnya seperti tempat wisata dufan dan *seaworld*, menurut Rika Lestari, *Corporate Communication Ancol*, Dufan mendapat kunjungan 6.567 orang perharinya lalu wisata seaworld Ancol mendapat 8.410 kunjungan orang perharinya (Ropesta, 2017).

Contoh lain, dari data yang didapat jumlah pengunjung ragunan tembus hingga 150 ribu orang ("Kebun Binatang", 2018), sedangkan pengunjung museum di Indonesia salah satunya adalah museum Mpu Tantular hanya mendapatkan wisatawan atau kunjungan sekitar 68 ribu orang, rata-rata sekitar 5.700 orang perbulannya (Slamet Agus, 2013), jumlah tersebut jauh lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah kunjungan tempat wisata lain.

Rendahnya minat masyarakat untuk mengunjungi museum tidak lepas dari kurangnya perhatian pemerintah daerah terhadap pengelolaan museum, sehingga banyak museum yang tidak dipelihara dengan baik. Bahkan ada museum yang ditutup karena karyawannya mogok kerja akibat gaji yang tidak dibayarkan selama 4 bulan (Wibowo, 2016). Kenyataan ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah belum menempatkan museum sebagai pos pengembangan daerah yang berpotensi untuk mendatang pemasukan bagi daerah.

Citra museum di mata masyarakat Indonesia juga dapat dikatakan negatif. Menurut Kepala Badan Pengembangan Sumber Daya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Prof Dr I Gde Pitana, citra negatif tersebut disebabkan oleh beberapa alasan, antara lain: museum dipandang sebagai suatu tempat atau lembaga yang bersuasana statis, konservatif atau kuno, yang hanya mengurus berbagai benda-benda kuno kalangan elite untuk kebanggaan dan kekaguman semata. Museum pun sering dianggap tempat penyimpanan benda-benda mistik yang tingkat keseramannya tinggi. (“Citra Museum”, 2012)

Citra negatif museum berpengaruh pada tingkat kunjungan masyarakat ke museum. Sebelumnya telah disebutkan bahwa pengunjung salah satu museum di Indonesia yaitu museum Mpu Tantular hanya memiliki sekitar 68 ribu orang pertahunnya atau rata-rata hanya sekitar 5.700 orang perbulannya. Hal ini sangat berbeda dengan jumlah pengunjung museum di luar negeri. Di Amerika, terdapat 19 Museum dan yang paling terkenal adalah *National Air and Space Museum* dan *National Museum of Natural History* yang terdapat di film *Night at the Museum* dan rata-rata jumlah pengunjung adalah 7 juta pengunjung setiap tahunnya. Selanjutnya, di Singapura, salah satu museumnya adalah *National Museum of Singapore* dan dapat menarik pengunjung sekitar 850 ribu pengunjung pertahunnya. Jumlah pengunjung jauh lebih sedikit dibanding dari Museum yang ada di Singapore maupun Amerika (“Cahyawardhani”,2012).

Terlepas dari banyaknya pemberitaan mengenai rendahnya pengunjung museum di Indonesia dan adanya citra negatif terhadap museum, masih ada pihak yang mendirikan museum baru dengan konsep yang berbeda. Museum baru tersebut bernama Museum MACAN (*Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara*). Museum MACAN adalah museum pertama di Indonesia yang didedikasikan untuk seni modern dan kontemporer. Berbeda dengan museum lain yang dinilai membosankan dan jarang dikunjungi, museum yang terletak di Wisma Akr, Jl. Panjang No.5, RT.11/RW.10, Kebon Jeruk, Jakarta Barat ini justru sedang menjadi salah satu museum yang sedang viral dikalangan masyarakat sejak pembukaannya pada November 2017 lalu. Bangunannya pun dirancang khusus untuk mengakomodasi fungsi museum, yaitu menampilkan karya seniman Indonesia dan dunia. Museum ini juga merupakan institusi edukatif yang memberikan

pendidikan seni kepada masyarakat, sekaligus berperan sebagai jembatan dunia seni Indonesia dengan dunia, dan yang ingin dicapai adalah apresiasi masyarakat yang lebih baik terhadap karya seni, serta memberi lebih banyak sorotan terhadap seni Indonesia di tingkat dunia.

Museum MACAN lahir dari gagasan seorang kolektor seni sekaligus pengusaha asal Indonesia, Haryanto Adikoesoemo. Selama 25 tahun, pria yang mendapat penghargaan *Authenticity, Leadership, Excellence, Quality, Seriousness in Art* ini mengumpulkan sekitar 800 karya seni. Mulai dari seni rupa modern Indonesia hingga seni modern dan kontemporer dari seluruh dunia. Menempati bangunan dengan total luas 4.000 meter persegi yang dirancang bergaya kontemporer, Museum MACAN siap menjadi pusat pembelajaran seni lewat seni yang dipamerkan sekaligus program yang ditawarkan.

*Museum of Modern and Contemporary Art in Nusantara* (MACAN) untuk pertama kalinya dibuka untuk umum, Jumat (4/11/2017). Museum MACAN tercatat sebagai institusi pertama yang memberikan akses publik terhadap koleksi seni modern dan kontemporer Indonesia serta internasional. Untuk pameran pembuka Museum MACAN menampilkan pameran bertajuk *ART TURNS. WORLD TURNS.* (SENI BERUBAH. DUNIA BERUBAH.) dan menampilkan 90 karya seni dari 800 koleksi Haryanto Adikoesoemo. Lukisan karya maestro Indonesia dan dunia seperti Raden Saleh, S Sudjojono, Andy Warhol, Cai Guo Qiang, Wang Guangyi dan masih banyak lainnya dapat dinikmati di pameran pertama Museum MACAN.

Banyak karya yang terlihat tidak biasa dan kelihatan keren untuk dipandang dan difoto karena Museum MACAN sendiri merupakan museum seni modern, maka banyak karya yang terlihat tidak biasa dan kelihatan keren untuk dipandang dan difoto, ditambah lagi dengan lantai cokelat dengan dinding putih semakin membuat museum ini *Instagramable* (tempat yang bagus untuk diabadikan dan dibagikan ke instagram). Salah satu tempat yang banyak diminati masyarakat untuk berkunjung ke museum MACAN adalah *Infinity Mirrored Room* karya Yayoi Kusama, *Infinity Mirrored Room* adalah sebuah karya seni dalam ruang kubus bermandikan cahaya LED warna-warni, karena di ruangnya dilapisi cermin, cahaya yang terpantul terlihat tak berujung.

Keindahan ruangan dan berbagai macam seni yang ditampilkan dari museum MACAN tersebut, menurut data yang didapat dari *Head of Visitor Service and Facilities* Museum MACAN, Martha menuturkan bahwa jumlah pengunjung mencapai seribu orang perhari. Untuk libur ini mencapai dua ribu orang (Maman,2017). Padatnya museum MACAN membuat para pengunjung mengantri untuk membeli tiket untuk masuk ke dalam museum. Bahkan dari data yang didapat dari *Communication Officer Museum MACAN*, jumlah pengunjung museum MACAN dari sejak pembukaannya pada November 2017 lalu hingga bulan Maret 2018 mencapai kurang lebih 130.000 orang. Walaupun tiket masuk yang dinilai lebih mahal dibandingkan dengan tiket masuk museum-museum yang ada di Indonesia lainnya yang hanya seharga sepuluh ribu sampai dua puluh ribu, tiket masuk museum MACAN adalah seharga lima puluh ribu. Museum MACAN juga pernah diberitakan oleh *ASIAN CORRESPONDENT* yang merupakan *Asia's leading independent news* (berita independen terkemuka di Asia) bahwa museum MACAN Indonesia memberi sinyal masa depan yang cerah untuk seni di Asia.

Banyaknya pemberitaan dan kunjungan terhadap museum MACAN merupakan hasil dari aktivitas Humas atau *Public Relation* yang dilakukan. *Public Relations* sendiri menurut *The British Institute of Public Relations* lainnya, dalam Jefkins (2004:9-10) adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Persaingan yang cukup ketat di bidang wisata, membuat setiap objek wisata harus memiliki kekhasan tersendiri yang dapat membedakannya dengan objek wisata lainnya. Museum MACAN berusaha untuk mempertahankan kekhasannya sebagai museum seni dan coterporer yang berbeda dari museum lainnya dan berusaha menjadi museum yang dipilih masyarakat sebagai destinasi utama saat liburan dan berwisata serta berusaha menjadi contoh yang baik bagi museum-museum lainnya. Untuk mengkomunikasikan hal tersebut kepada khalayaknya, maka diperlukan suatu strategi agar pesan tersebut dapat diterima dengan baik. Begitu juga dalam pembentukan citra positif, perusahaan diperlukan adanya pendekatan hubungan yang harmonis dengan pihak *internal* dan *eksternal*.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin mengetahui lebih jauh mengenai Strategi *Public Relations* Museum of Modern And Contemporary Art In Nusantara (MACAN) Dalam Pembentukan Citra Positif (Studi Kasus pada Program Public Relations Museum MACAN).

## **I.2 Fokus Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti berfokus kepada strategi *public relation* yang dilakukan oleh *Public relations* museum MACAN dalam membentuk citra positif dari museum MACAN tersebut

## **I.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana strategi *Public Relations* Museum MACAN dalam membentuk citra positif?
- b. Apa program yang dilakukan *Public Relations* Museum MACAN dalam membentuk citra positif?

## **I.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi *public relations* Museum MACAN dalam pembentukan citra positif
- b. Untuk mengetahui program-program yang dilakukan oleh *public relations* Museum MACAN dalam membentuk citra positifnya.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dapat dilihat secara akademis dan secara praktis

### **1. Akademis**

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui sejauh mana penetapan teori-teori mengenai ilmu komunikasi dan *public relations* yang dikemukakan oleh para ahli pada kenyataan yang ada di masyarakat. Analisa yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu

komunikasi khususnya dalam mendalami strategi *public relations* dalam membentuk citra.

## 2. Praktis

Secara praktis, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi museum–museum lainnya agar dapat meningkatkan citra positif mereka di mata masyarakat.

### **I.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang signifikansi penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, terdiri dari teori-teori komunikasi dan definisi konsep yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi metode penelitian, metode pengumpulan data, penetapan *key informant* dan *informant*, teknik analisa data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Didalam bab ini menganalisis hasil-hasil penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Di dalam bab ini terdapat kesimpulan dan saran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan-bahan penerbitan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.

## LAMPIRAN

Berisi data-data pendukung untuk penelitian ini.

