

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Museum adalah tempat untuk menyimpan dan merawat warisan budaya yang ada di Indonesia. Warisan budaya bentuk dari tanggung jawab untuk ikut melestarikan warisan budaya baik *tangible* yaitu hasil fisik maupun *intangible* yaitu nilai budaya. Di Indonesia, terbagi beberapa jenis museum, yaitu Museum Arkeologi, Museum Seni, Museum Biografi, Museum Anak, Museum Sejarah, Museum Militer/Perang. Masing – masing museum menyimpan benda – benda peninggalan sejarah berdasarkan kategori yang ada. Salah satunya adalah Museum Tekstil Jakarta. Museum Tekstil Jakarta menyimpan, mengoleksi, dan memajang berbagai kain tenun dan kain batik tradisional dari berbagai daerah di Indonesia.

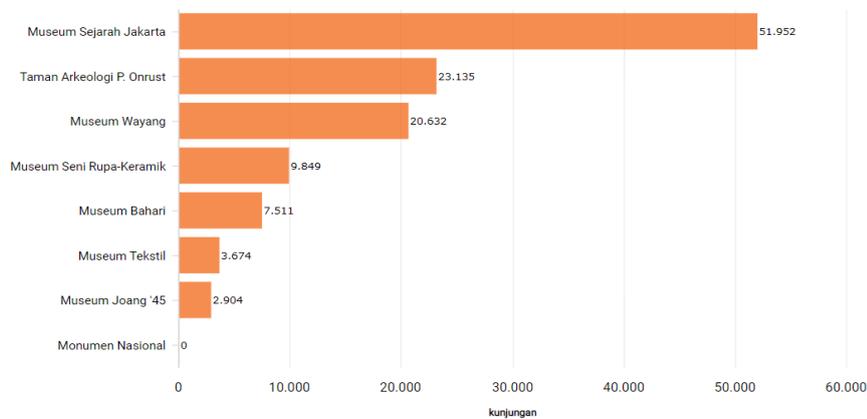
Pada masa sekarang, generasi muda hanya mengunjungi tempat bersejarah khususnya museum pada saat mengikuti kegiatan sekolah atau kegiatan lainnya yang mewajibkan mereka untuk mengikuti kegiatan tersebut. Selain itu, generasi muda kurang berminat untuk berkunjung ke museum dikarenakan museum dianggap kurang menarik. Oleh sebab itu, fenomena generasi muda untuk mengunjungi museum masih sangat rendah. Kurangnya kesadaran generasi muda membuat dirinya tidak mengetahui museum yang ada di Indonesia. Sebagai contoh, tidak banyak generasi muda sekarang mengetahui Museum Tekstil yang ada di kota Jakarta. Pada umumnya, sebagian besar masyarakat dan generasi muda hanya mengetahui batik tanpa mengetahui batik secara keseluruhan dan mendalam seperti proses pembuatan batik serta masyarakat dan generasi muda kurang mengetahui mengenai arti dan filosofi dari motif batik masing-masing daerah yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, Museum Tekstil Jakarta merupakan tempat yang tepat untuk masyarakat dan generasi muda untuk mengenal lebih dalam mengenai batik serta jenis tekstil lainnya yang ada di museum tersebut.

**Tabel 1.1 Data Pengunjung Museum Tekstil Jakarta
Tahun 2018-2021**

Tahun	Jumlah Kunjungan
2018	41.710
2019	34.864
2020	8.379
2021	3.674

Berdasarkan data pengunjung tahun 2018-2021, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan Museum Tekstil Jakarta mengalami penurunan jumlah pengunjung. Dimulai pada tahun 2018 ke 2019, Museum Tekstil Jakarta mengalami berkurangnya jumlah pengunjung yang cukup pesat dengan selisih sekitar 6.846 pengunjung. Pada tahun 2018, Museum Tekstil Jakarta memiliki total pengunjung sebanyak 41.710, tahun 2019, Museum Tekstil Jakarta memiliki total pengunjung sebanyak 34.864, tahun 2020, Museum Tekstil Jakarta memiliki total pengunjung sebanyak 8.379, dan tahun 2021, Museum Tekstil Jakarta memiliki total pengunjung sebanyak 3.674.

Mulai pada tahun 2019 mengalami pandemi *Covid-19* yang mengakibatkan kurangnya aktivitas masyarakat sehingga adanya penurunan yang signifikan. Selain itu, data jumlah pengunjung Museum tahun 2021 yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik, Museum Tekstil Jakarta menempati posisi tiga terbawah dari delapan museum yang di Jakarta.



**Gambar 1.1.1 Data Jumlah Pengunjung Museum Tahun 2021
Sumber: Databox**

Museum Tekstil Jakarta adalah sebuah museum yang berlokasi di K.S Tubun, Jakarta Barat. Awalnya gedung ini merupakan gedung milik orang Perancis yang dibangun pada abad ke-19. Lalu pada tahun 1952 gedung ini dibeli oleh Negara untuk dijadikan Kantor Djawatan kemudian dijadikan asrama pegawai di tahun 1966. Lalu, gedung ini mengalami pemugaran pada tahun 1975 dengan maksud untuk menyimpan arsip-arsip pemerintah DKI Jakarta.

Kemudian, Gubernur Jakarta yang saat itu menjabat yaitu Ali Sadikin ingin merubah gedung tersebut menjadi Museum Tekstil Jakarta untuk menampung koleksi tekstil tradisional Indonesia yang hampir punah. Akhirnya, pada tanggal 28 Juni 1976 Museum Tekstil Jakarta diresmikan oleh Ibu Tien Soeharto. Museum Tekstil Jakarta memiliki jumlah koleksi sebanyak 3.000 koleksi (Esti Utami, 2018). Koleksi-koleksi yang berada di Museum Tekstil Jakarta berupa kain batik dan kain tenun, peralatan, koleksi non batik non tenun, serta pakaian jadi. Selain itu, Museum Tekstil Jakarta memiliki koleksi-koleksi yang berasal dari abad ke-18 (Farah, 2018).

Hasil wawancara dengan Satuan Pelaksana Edukasi Museum Tekstil Jakarta, Ardi Hariyadi mengatakan bahwa anak muda jaman sekarang sudah berorientasi ke arah *digital* seperti media sosial *Instagram*, *Youtube*, dan *TikTok*. Mereka biasanya mencari informasi tentang museum melalui *platform-platform* seperti yang telah disebutkan. Peralihan era ini membuat para karyawan yang ada di museum harus bisa menyesuaikan dengan perkembangan *digital* ini untuk bisa memperkenalkan museum lewat unggahan foto, konten-konten menarik, dan *hashtag*.

Tujuan Museum Tekstil Jakarta melakukan kegiatan promosi ke masyarakat dan generasi muda karena pada masa sekarang, dunia telah memasuki era *digital*. Era *digital* merupakan suatu zaman dimana seluruh kegiatan yang mempermudah kehidupan menggunakan teknologi yang ada. Generasi muda zaman sekarang hanya iddentik dengan keterbukaan informasi yang menggunakan teknologi maupun sosial media yang ada. Oleh karena itu, museum melakukan inovasi dalam mempromosikan untuk menarik perhatian generasi muda dan

masyarakat serta memberikan literasi *digital* kepada generasi muda dan masyarakat. Secara umum, tujuan dari kegiatan promosi, antara lain:

1. Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
2. Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*).
3. Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*).
4. Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).
5. Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*).
6. Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*).

Museum Tekstil Jakarta sendiri mengunggah foto maupun video mengenai kegiatan yang dilakukan di Museum Tekstil Jakarta serta memberikan informasi mengenai pameran yang akan diadakan di Museum Tekstil Jakarta melalui *instagram* (@museum_tekstiljkt).



Gambar 1.1.2 Akun Instagram Museum Tekstil Jakarta



Gambar 1.1.3 Unggahan Foto Mengenai Kegiatan Pameran Museum Tekstil Jakarta

Selain itu, Museum Tekstil Jakarta membagikan konten kepada masyarakat untuk memberikan informasi dan edukasi mengenai kain dengan menggunakan *hashtag Instagram* “Wawastara” atau “Wawasan Wastra Nusantara”. Wawastara atau Wawasan Wastra Nusantara merupakan pembahasan singkat mengenai wastra yang berasal dari daerah yang ada di Indonesia.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Wastra merupakan kata yang berasal dari Bahasa Sansekerta. Wastra berarti kain tradisional yang mempunyai makna dan simbol yang mengacu pada dimensi warna, ukuran dan bahan. Contoh wastra yang ada di Indonesia, antara lain batik, tenun, songket dan lain sebagainya.



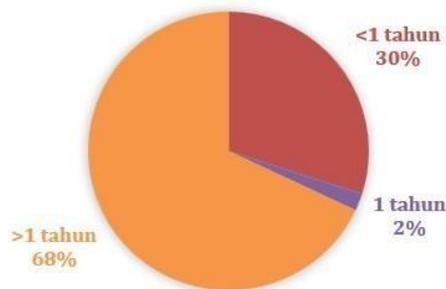
Gambar 1.1.4 Konten Instagram Museum Tekstil Jakarta

Selain melakukan promosi dengan mengunggah foto dan video kegiatan serta memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat dan generasi muda, museum ingin mendekatkan diri agar semakin dikenal oleh masyarakat dan generasi muda.

Sebelum melakukan penelitian lapangan secara langsung, dilakukan penelitian pendahuluan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan target *audience* adalah generasi muda yang berusia 20-25 tahun yang berada di wilayah Jakarta dan berprofesi sebagai mahasiswa. Tujuan dilakukan survei awal ini adalah untuk mengetahui seberapa besar minat kunjung ke museum dan mengetahui seberapa besar pengetahuan generasi muda terhadap Museum Tekstil Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibagikan kepada mahasiswa yang berkuliah di Jakarta dan pernah mengunjungi Museum minimal 1 kali. Total responden yang melakukan pengisian kuesioner sebanyak 50 responden. Pengisian kuesioner dilakukan selama 2 hari, tanggal 13 September 2022 sampai dengan 14 September 2022. Terdapat 5 pertanyaan dalam kuesioner tersebut, antara lain:

1. Kapan terakhir kali Anda ke Museum?

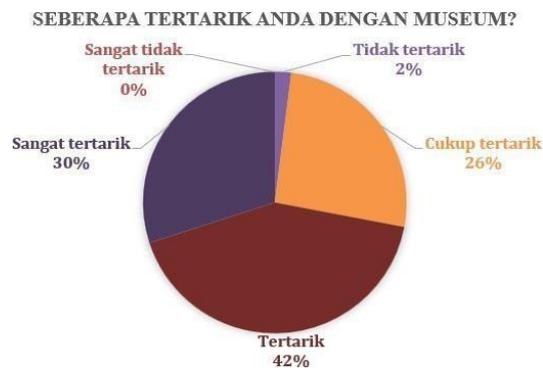
KAPAN TERAKHIR KALI ANDA KE MUSEUM?



Gambar 1.1.5 Jawaban Responden Pertanyaan 1

Berdasarkan hasil jawaban responden yang didapatkan, terakhir kali mengunjungi Museum yaitu lebih dari 1 tahun (68%), kurang dari 1 tahun (30%), dan 1 tahun (2%).

2. Seberapa tertarik Anda dengan Museum?



Gambar 1.1.6 Jawaban Responden Pertanyaan 2

Berdasarkan hasil jawaban responden yang didapatkan, responden sangat tertarik dengan Museum (30%), responden yang tertarik dengan Museum (42%), responden yang biasa saja dengan Museum (26%), dan responden yang tidak terlalu tertarik dengan Museum (2%).

3. Kegiatan apa yang Anda lakukan ketika ke Museum?

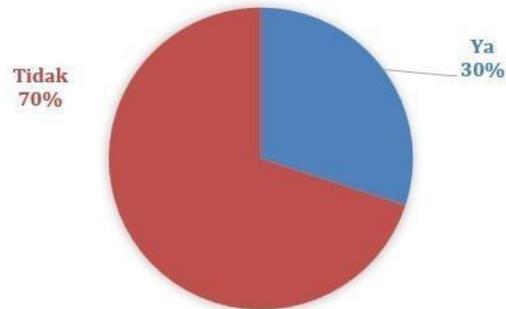


Gambar 1.1.7 Jawaban Responden Pertanyaan 3

Berdasarkan hasil jawaban responden yang didapatkan, aktivitas yang dilakukan responden ketika mengunjungi Museum adalah melihat koleksi (66%), *study tour* (16%), mengambil *photo* (10%), dan *research* untuk tugas sekolah (

4. Apakah Anda mengetahui Museum Tekstil Jakarta?

APAKAH ANDA MENGETAHUI MUSEUM TEKSTIL JAKARTA?

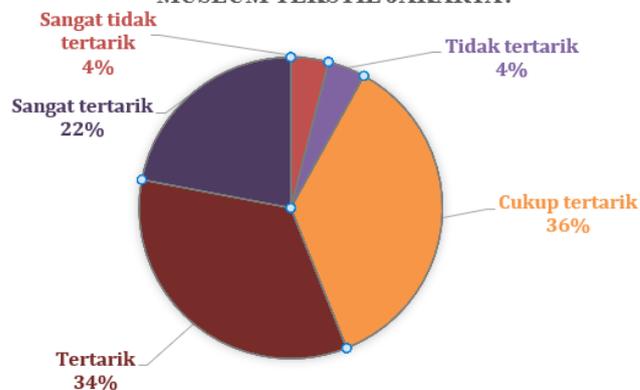


Gambar 1.1.8 Jawaban Responden Pertanyaan 4

Berdasarkan hasil jawaban responden yang didapatkan, responden tidak mengetahui Museum Tekstil Jakarta (70%) dan responden yang mengetahui Museum Tekstil Jakarta (30%).

5. Seberapa tertarik Anda untuk mengunjungi Museum Tekstil Jakarta?

SEBERAPA TERTARIK ANDA UNTUK MENGUNJUNGI MUSEUM TEKSTIL JAKARTA?



Gambar 1.1.9 Jawaban Responden Pertanyaan 5

Berdasarkan hasil jawaban responden yang didapatkan, responden sangat tertarik untuk mengunjungi Museum Tekstil Jakarta (22%), responden tertarik untuk mengunjungi Museum Tekstil Jakarta (34%), responden biasa saja untuk mengunjungi Museum Tekstil Jakarta (36%), responden tidak terlalu tertarik untuk

mengunjungi Museum Tekstil Jakarta (4%), dan responden yang tidak tertarik untuk mengunjungi Museum Tekstil Jakarta (4%).

Menurut Foster (1985) faktor-faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata yaitu:

1. Profil Wisatawan (*Tourist Profile*)

Profil wisatawan dikelompokkan menjadi 2 kategori yaitu: karakteristik ekonomi sosial wisatawan (*socio-economic characteristic*) yang terdapat didalamnya adalah umur, pendidikan, dan tingkat pendapatan; karakteristik tingkah laku (*behavioral characteristic*) yang terdapat didalamnya adalah motivasi, serta sikap dan keinginan wisatawan.

2. Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (*Travel Awareness*)

Pengetahuan untuk melakukan perjalanan yang terdapat didalamnya ada informasi tentang daerah tujuan wisata, ketersediaan fasilitas, dan ketersediaan pelayanan.

3. Karakteristik Perjalanan (*Trip Features*)

Karakteristik perjalanan yang terdapat didalamnya adalah jarak, waktu tinggal di daerah tujuan, biaya, dan waktu perjalanan.

4. Sumber Daya dan Karakteristik Daerah Tujuan (*Resources and Characteristic of Destination*)

Sumber daya dan karakteristik daerah tujuan yang terdapat didalamnya adalah jenis atraksi dan akomodasi.

5. Ketersediaan dan Kualitas Fasilitas, Ketersediaan dan Kualitas Pelayanan, dan Kondisi Lingkungan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam *storytelling* adalah sebagai berikut:

1. Atraksi atau daya tarik apa sajakah yang ada di Museum Tekstil Jakarta?
2. Apa saja yang dipertimbangkan dalam memilih tema pameran di Museum Tekstil Jakarta?
3. Bagaimana Museum Tekstil Jakarta mempromosikan museum agar banyak dikunjungi?

1.3 Tujuan Storytelling

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari *storytelling* adalah:

1. Untuk mengetahui atraksi atau daya tarik yang ada di Museum Tekstil Jakarta.
2. Untuk mengetahui cara Museum Tekstil Jakarta dalam memilih tema dalam setiap pameran.
3. Untuk mengetahui cara Museum Tekstil Jakarta mempromosikan Museum agar banyak dikunjungi masyarakat.

1.4 Target Audiens

Berdasarkan tujuan pembuatan *storytelling* diatas, target audiens dari *storytelling* Museum Tekstil Jakarta, adalah:

1. Para generasi muda khususnya pelajar dan mahasiswa.
2. Masyarakat yang kurang tertarik untuk mengunjungi museum.