

## STRATEGI KOMODIFIKASI TATA PAMER MUSEUM ADITYAWARMAN SUMATRA BARAT DALAM PERSPEKTIF KAJIAN BUDAYA

*The Exhibition Commodification Strategy of Adityawarman Museum West Sumatra  
in Cultural Studies Perspective*

**Vandrowis Darwis**

Museum Adityawarman

Jalan Diponegoro No.10, Padang, Sumatra Barat, Indonesia

Pos-el : vandrowis@yahoo.com

Naskah diterima: 19 Jul 2022

direvisi: 21 Agu 2022

disetujui: 26 Agu,2022

### Abstrak

Koleksi Museum Adityawarman merupakan warisan budaya yang menjadi aset bagi Pemerintah Daerah Sumatra Barat, koleksi menjadi objek dalam proses pembelajaran dan pemindahan pesan dari pengetahuan dan kearifan masyarakat sebelumnya kepada masyarakat sekarang. Koleksi Museum Adityawarman berjumlah 6.264 buah sebagai perwakilan dari identitas budaya dan mengandung makna mulia kebudayaan masyarakat di Sumatra Barat. Penelitian ini membedakan *cultural studies* dari cakupan subjek-subjek dan melihat kaitan komodifikasi dan indikator lain yang ada dalam tata pameran. Proses penataan ulang menjadi sarana untuk menarik kembali pengunjung dengan menampilkan ruang pameran baru di museum. Ruang pameran yang baru hanya bisa menjalankan fungsi ruang, belum bisa menjadi strategi yang ideal untuk mewujudkan ruang pameran yang punya nilai jual. Fungsi ruang pameran yang selalu berubah sesuai dengan kebutuhan kepentingan menunjukkan ketidakkonsistenan pengelolaan dalam melakukan penataan ruang pameran. Menafsirkan museum sebagai lembaga nonprofit seharusnya juga tidak diterjemahkan secara sempit sehingga membuat museum itu membatasi ruang gerak untuk berkembang. Selain itu, konsep pemahaman pengelola dalam menampilkan tata pameran merupakan komoditas tata pameran yang lebih komersial.

Kata kunci : Komodifikasi, Tata Pamer, dan Museum.

### Abstract

*The collection of Adityawarman Museum is a cultural heritage that is an asset for the West Sumatra Regional Government. The collection becomes an object in the learning process and transferring messages of knowledge and wisdom of the community from the previous society and to the current society. The collection of the Adityawarman Museum consists of 6,264 pieces representing cultural identity and containing the noble meaning of the culture of the people in West Sumatra. This study distinguishes cultural studies from the scope of subjects and seeing the relationship between commodification and other indicators in the exhibition system. The rearrangement process is a means to attract visitors by displaying a new exhibition space in the museum. The function of the showroom which is always changing according to the needs of the interests shows the inconsistency of management in structuring the showroom. Interpreting a museum as a non-profit institution should also not be interpreted narrowly, thus it makes the museum limit its scope to develop. In addition, the management's concept of understanding in displaying exhibition becomes a more commercial commodity in the exhibition system.*

Keywords : Comodification, Exhibition, Museum.

## PENDAHULUAN

Museum sebagai lembaga pelestarian warisan sejarah dan budaya menyimpan koleksi dan dokumentasi bernilai sejarah dan budaya, yang digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Museum memiliki potensi untuk menjadi daya tarik kunjungan. Namun, museum sering kali hanya dijadikan tempat yang tak berbeda dengan tempat penyimpanan barang-barang antik, tersusun, tetapi kurang informatif. Di museum daerah, walaupun jumlah koleksinya banyak, tampilan dan penyajian yang terkadang kurang terkonsep membuat Museum Adityawarman di daerah belum mampu berkembang, berkompetisi, dan membangun ikatan emosional dengan pengunjung. Pengelolaan setiap ruang pameran menunjukkan belum adanya tingkat daya saing dan belum mampu mengandalkan ruang pameran sebagai komoditi yang menarik (Fitchett, 1997:94).

Menurut Hooper, museum di negara berkembang tidak jauh berbeda dengan keadaan di negara maju lainnya, pengunjung hanya mempunyai satu pilihan, yaitu melihat benda yang sudah dipersiapkan para kurator museum atau sering disebut sebagai kuratorial 'hypodemics' (Hooper-Greenhill, 1994:3). Museum berusaha mengubah cara pandang tersebut kepada pengunjung dalam menyampaikan informasi koleksi. Beberapa museum berusaha bersaing dengan biaya operasional yang tinggi untuk mendapatkan *revenue* yang minimal. Pada akhirnya, tujuan untuk meningkatkan aksesibilitas koleksi yang dimiliki museum bagi masyarakat menjadi semakin luas dan populer.

Museum Adityawarman adalah museum milik Pemerintah Daerah Provinsi Sumatra Barat. Secara geografis, museum berada di pusat Kota Padang yang terletak tidak jauh dari garis pantai barat Pulau Sumatra dengan taman hijau yang luas.

Nama Museum Adityawarman diresmikan pada tanggal 28 Mei 1979 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Departemen Pendidikan dan Kebudayaan No.093/0/1979 walaupun museum telah diresmikan sebelumnya pada 16 Maret 1977 oleh Mendikbud Prof. Dr. Sjarif Thayeb. Pembangunan fisik museum dimulai pada tahun 1974 secara bertahap. Pembangunan museum bertujuan untuk menyimpan benda-benda bersejarah atau cagar budaya suku bangsa Minangkabau, Mentawai, dan Nusantara. Berdasarkan keberadaannya, Museum Adityawarman merupakan sebuah wadah untuk memelihara warisan budaya di Sumatra Barat agar tidak hilang atau bahkan berpindah tangan kepada pihak yang tidak berhak (Sekretariat Dirjen Kebudayaan, 2012:679).

Sebagai tempat informasi kebudayaan di daerah Sumatra Barat, Museum Adityawarman menginformasikan gambaran budaya Sumatra Barat kepada masyarakat dunia. Kondisi citra museum saat ini tampaknya kurang begitu baik karena kurangnya informasi koleksi yang dimiliki Museum Adityawarman. Untuk itu, revitalisasi museum perlu dilakukan kembali.

Berbagai program pemerintah untuk melakukan revitalisasi telah dilakukan selama sepuluh tahun terakhir di Museum Adityawarman. Misalnya, penataan ulang ruang pameran tetap yang dilakukan pada tahun 2011 dengan bantuan dana revitalisasi melalui anggaran tugas pembantuan (TP) APBN dan revitalisasi ruang penyimpanan koleksi atau *storage* pada tahun 2015 untuk mendukung penataan.

Perubahan pertukaran kepemimpinan di museum yang cepat mengubah pula kebijakan dalam penggunaan ruang pameran. Beberapa kali ruang pameran utama (tetap) digunakan untuk berbagai kegiatan pameran temporer yang berskala nasional dan regional. Paradigma ruang pameran utama

di museum juga sudah bergeser dari konsep lama, yaitu tidak hanya untuk memamerkan benda koleksi, tetapi juga menjadikan ruang pameran koleksi lebih interaktif dengan pengunjung, tanpa menghilangkan unsur nilai-nilai koleksi dan mengurangi jumlah koleksi yang disajikan.

Strategi komodifikasi tata pameran mencoba melihat perspektif ruang pameran dalam jasa layanan informasi koleksi dan kualitas layanan museum menjadi titik awal untuk menata ruang pameran tetap di museum. Pertimbangan komodifikasi meliputi susunan koleksi yang ada, materi informasi yang komprehensif, intensitas cahaya, dan suhu yang cukup untuk visualisasi dan kenyamanan pengunjung, serta dukungan kelestarian koleksi yang terpanjang di ruang pameran juga tetap sejalan.

### **Landasan Teori**

Pengertian strategi ada beberapa perspektif sebagaimana dikemukakan oleh beberapa para ahli. Kata *strategi* berasal dari kata *Stratos* dan *ego* dalam bahasa Yunani, yang artinya ‘gabungan atau tentara atau pemimpin’. Strategi bisa diartikan sebagai ‘rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu’ (Tjiptono, 2008:3).

Pendapat lain menyatakan bahwa strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Misalnya, strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi, strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan (David, 2011:18-19).

Selanjutnya, mengenai konsep komodifikasi, konsep ini dipengaruhi oleh

perspektif Marxisme. Dalam perspektif Marxisme, komodifikasi dipandang sebagai alat dari kapitalis untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan mengisap nilai surplus menghasilkan materi atau sesuatu yang mengandung nilai guna dan nilai tukar yang disebut “komoditas” (Barker, 2009:14-15). Dasar karya Marx tentang struktur sosial dan tempat karya-karya tersebut sangat jelas berhubungan dengan pandangan-pandangannya tentang produk kerja, terutama yang dimaksudkan untuk dipertukarkan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Lukas, “persoalan komoditi adalah pusat persoalan kultur masyarakat kapitalis,” dengan memulainya dari komoditas, Marx mampu mengungkap hakikat kapitalisme (Darwis, 2021:71).

Komodifikasi menggambarkan proses yang secara potensial meliputi semua aspek kehidupan sehari-hari yang bisa menjadi komoditas. Proses ini juga disebut sebagai *komodisasi* (Kopytoff, 1986; Hirschman, 1991). Selain itu, ada banyak istilah lain, seperti *objektifikasi*, *kuantifikasi*, dan *industrialisasi* serta argumen mengenai *McDonaldization* (Ritzer, 1993) dan *Coca-Kolonisasi* masyarakat (Cinquin, 1987).

Syarat komodifikasi adalah menggambarkan proses budaya dan ekonomi yang menyangkut hubungan sosial antara manusia dan budaya material mereka dalam masyarakat kapitalis kontemporer. Komodifikasi tidak hanya berimplikasi pada ekonomi masyarakat, tetapi juga melibatkan dimensi ideologis dan politik. Prevalensi dari bentuk komoditas dipahami memiliki efek jangkauan luas pada budaya lingkungan dan persepsi budaya secara lebih umum dan tidak hanya menyangkut peningkatan kuantitatif barang dan jasa konsumen dalam masyarakat modern.

Dengan demikian, komodifikasi secara kontekstual adalah sebuah proses dalam upaya pengelola Museum Adityawarman menjadikan ruang pameran memiliki nilai tukar dan menjadi lebih baik dalam memberikan kesempatan untuk

meningkatkan kuantitas kunjungan dan memanfaatkan koleksi museum sebagai pengetahuan budaya dan sejarah sekaligus sebagai sarana wisata budaya di Kota Padang khususnya dan Indonesia pada umumnya. (Darwis, 2021:71).

Strategi komodifikasi museum dalam ruang tata pameran bukan saja untuk menyusun strategi ruang tapi menampilkan koleksi secara baik juga secara tepat dengan latar belakang budaya Sumatera Barat.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini berdasarkan keilmuan kajian budaya (*cultural studies*). Bidang *cultural studies* (Barker, 2009:8) sebagai interdisipliner atau lapangan pertanyaan *post-disipliner* yang mengeksplorasi produksi dan penanaman budaya atau memetakan makna. Istilah teoretis dikembangkan dan dipakai oleh orang-orang yang menyebut karyanya kajian budaya membentuk *cultural studies*. Kajian tersebut dapat dipahami sebagai sebuah penyusunan secara diskursif rangkaian ide-ide, gambaran-gambaran, dan praktik-praktik yang memberi jalan dalam percakapan, dan melakukan kaitan dengan sebuah topik tertentu, kegiatan sosial atau situs institusional.

Penelitian ini membedakan *cultural studies* dari cakupan subjek-subjek dan melihat kaitannya dengan komodifikasi yang ada dalam tata pameran dan indikator lainnya.

Jenis data yang digunakan dengan pendekatan kualitatif. Data kualitatif disajikan dalam bentuk uraian kata-kata, kalimat atau narasi, dan informasi yang berhubungan dengan komodifikasi tata pameran di Museum Adityawarman. Sementara itu, data kunjungan yang digunakan adalah data penunjang yang terkait dengan tingkat kunjungan dan informasi lainnya, seperti indikator pengunjung, dan jumlah kunjungan wisata, dan lain-lain. Dengan demikian, penulis dalam penelitian ini menggunakan beberapa

teori yang berkaitan seperti teori komodifikasi dan revitalisasi.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Proses Penataan Ruang Pamer**

Penataan ulang ruang pameran merupakan upaya mengganti tema pameran pada pameran yang ada sebelumnya. Proses penataan ulang menjadi sarana untuk menarik kembali pengunjung dengan menampilkan ruang pameran baru di museum. Hal ini menjadi upaya keras dari setiap kepala museum yang memimpin yang mengkoordinasi seluruh elemen museum, mengumpulkan ide dan rancangan dalam penataan rancangan atau desain interior yang menyeluruh di ruang pameran. Penataan ulang tidak hanya pada konsep, tetapi juga diwujudkan dalam bentuk dokumen perancangan ruang, matriks, denah induk, sejumlah gambar rencana, dan perhitungan rencana anggaran biaya, pada akhirnya memiliki nilai untuk diwujudkan sebagai pameran bagi masyarakat yang berkunjung.

Menata ulang pameran dilaksanakan dengan beberapa strategi, di antaranya, melibatkan beberapa pihak seperti pihak perguruan tinggi dan seniman. Penataan ulang ruang pameran utama tentu disinkronkan dengan visi dan misi; dan pengelola menentukan fungsi ruang pameran agar dapat dimanfaatkan dengan baik sesuai dengan fungsinya.

#### **Tata Ruang**

Tata ruang yang ada di Museum Adityawarman telah banyak mengalami perubahan sejak museum berdiri. Pada tahun 1980-an Museum Adityawarman mengalami perubahan ruang penyimpanan koleksi, yaitu ruang penyimpanan dipindahkan ke bagian ruang perpustakaan dan administrasi yang ada di bangunan samping timur bangunan ruang pameran yang sekarang digunakan untuk pameran rendang. Sementara itu, ruang perpustakaan pindah ke lantai dua, menempati ruang yang

lebih kecil di samping ruang konservasi koleksi. Selanjutnya, ruang pameran utama pada tahun 1990 ditambah dengan kamar-kamar layaknya rumah gadang sehingga hal tersebut membuat ruang pameran menjadi terbatas.

Konsep rancangan ruang pameran terakhir pada tahun 2011, kemudian pembaharuan pada tahun 2019, konsisten sangat diperlukan Museum Adityawarman, khususnya untuk menyusun konsep perencanaan atau desain interior ruang pameran utama di ruang pameran tetap yang pengerjaannya tidak dalam satu tahun. Konsistensi konsep yang ada harus dilakukan mengacu pada tema pameran tetap, adanya alur kisah (*story line*), adanya konsep penyajian pameran dalam bentuk model yang ditentukan bersama, tentunya sesuai dengan misi dan visi museum di Sumatra Barat. Kemudian, matriks ruang pameran tetap memperlihatkan pembagian ruang-ruang bagi penempatan koleksi pameran dan panel informasi.

Namun, semua kembali pada pengelola museum. Hasil survei memang menunjukkan tingkat kepuasan ruang di dalam bangunan museum masih terbilang tinggi, yaitu mencapai 89,6% dari 126 responden. Namun, apakah penyusunan tata ruang sudah selesai karena masih ditemukan beberapa pengunjung yang tidak melanjutkan kunjungan ke beberapa ruang lainnya. Oleh karena itu, hal tersebut menjadi tugas pengelola bersama profesional untuk mendapatkan ruang pameran dengan koleksi yang bermakna dan representatif dalam kunjungan.

### **Alur Cerita**

Pameran tetap Museum Adityawarman menggunakan alur kisah yang telah disusun sejak tahun 2019. Penyusunan dilaksanakan bersama pihak ketiga termasuk peneliti atau tenaga ahli. Konsep untuk ruang pameran di sisi barat mengenai sejarah Sumatra Barat. Alur kisah dimulai sejak masa prasejarah di Sumatra Barat yang berlanjut pada cerita

tentang masa Hindu-Buddha, masa pra-Islam, masa Islam, dan masa kemerdekaan di Sumatra Barat.

Alur cerita pada sisi timur mengenai kebudayaan Sumatra Barat. Cerita dimulai dari alam Minangkabau dengan pembahasan visualisasi topografi, perkembangan kebudayaan Minangkabau yang dipengaruhi oleh kondisi alam di Pulau Sumatra, khususnya dataran tinggi di Sumatra bagian tengah dan hulu aliran sungai yang bermuara ke pantai timur Sumatra. Alur cerita berlanjut pada konsep inti kebudayaan Minangkabau dengan fokus pada agama dan sistem kepercayaan; sistem mata pencaharian; dan organisasi sosial dan sistem kekerabatan.

Konsep alur cerita yang disampaikan oleh tenaga ahli sudah lebih baik karena telah dibuat jauh sebelum melakukan instalasi atau penyajian koleksi. Jika dibandingkan dengan pameran-pameran sebelumnya, penyusunan dilakukan dengan pengelompokan koleksi saja. Proses selanjutnya, yaitu melakukan konversi matriks pameran menjadi kendala besar. Informasi koleksi yang ada tidak cukup untuk menyusun matriks pameran yang aplikatif di ruang pameran serta rendahnya kemampuan pengelola museum menjadi persoalan dalam penerapan konsep alur cerita.

Perlu upaya untuk menyusun strategi komodifikasi dalam menyusun alur cerita sebagai bagian dari tata pameran yang ada di Museum Adityawarman. Salah satu caranya adalah dengan memberikan kesempatan kepada pihak ketiga untuk melakukan konversi alur cerita yang ada menjadi konsep pameran yang aplikatif. Susunan alur cerita yang telah disusun terlihat tidak sesuai dengan koleksi yang ditampilkan di ruang pameran, seperti membuat daftar koleksi pada zona dengan materi pameran mengenai inti kebudayaan Minangkabau pada zona timur lantai dua, koleksi agama dan sistem kepercayaan menampilkan hal

berbeda, koleksi yang ditampilkan adalah koleksi pakaian datuk dan raja Pagaruyung.

Pengunjung melihat koleksi tanpa memperhatikan korelasi informasi yang sebenarnya ingin disampaikan dan koleksi apa yang sesuai dengan yang ditampilkan. Seperti menyusun sebuah *puzzle*, setelah tersusun pemain tidak mengetahui gambar apa yang sebenarnya ada di permukaan *puzzle*, tetapi hanya melihat gambar yang tersusun rapi. Membuat strategi baru dalam komoditi alur cerita menjadikan alur cerita sebagai roh informasi dalam ruang pameran karena keberhasilan informasi dapat menjadi memikat, ketertarikan, pengalaman menyenangkan, dan pengetahuan baru dalam berkunjung.

### Tata Cahaya

Pemahaman pengelola dalam pencahayaan ruang menjadi bagian umum dalam menyusun strategi tata cahaya. Cahaya ruang tidak melebihi terangnya pencahayaan terhadap koleksi. Pencahayaan ruang pameran museum yang tidak terlalu gelap menyebabkan pencahayaan koleksi yang dipamerkan menjadi kontras dan juga mengatasi persepsi pengunjung yang memiliki imajinasi berbeda terhadap ruang gelap. Strategi menyusun tata cahaya lebih mudah dilakukan pada ruang yang tidak kaya dengan cahaya alami yang masuk ke ruang pameran. Dengan kata lain, cahaya buatan lebih baik digunakan di ruang pameran yang memiliki sedikit cahaya alami.

Pada dasarnya, secara universal ada dua sumber pencahayaan, yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Sumber pencahayaan alami berasal dari cahaya matahari, bulan, bintang-bintang dan sebagainya yang berasal dari alam. Pencahayaan alami mempunyai sifat tidak menentu, yaitu bergantung pada iklim, musim, dan cuaca.

Cahaya buatan berasal cahaya yang diproduksi sehingga bisa diatur dan dimodifikasi pada tingkat iluminasi (tingkat

intensitas cahaya) tertentu, salah satunya, untuk mengatur radiasi sinar ultraviolet terhadap koleksi. Pada sebagian besar ruang pameran museum, perlengkapan pencahayaan di semua ruang pameran dan vitrin koleksi harus memiliki pelindung UV hingga kurang dari 75 microwatts per lumen dan tertutup untuk mencegah kerusakan terhadap koleksi jika terjadi kerusakan lampu (Zamariz, 2020:34).

**Gambar 1**  
**Vitrin Menggunakan Lampu Pijar**



(Sumber: Pribadi, 2021)

Pemilihan cahaya buatan yang baik tentunya berdasarkan lampu yang tersedia di pasar Indonesia, khususnya di Kota Padang. Tidak semua lampu bisa menghasilkan sorot cahaya yang cocok untuk menerangi koleksi. Pilihan lampu menjadi persoalan untuk dapat menampilkan koleksi dengan baik dalam vitrin. Lampu sorot dalam pengamatan di ruang pameran menimbulkan berbagai persoalan, salah satunya, menimbulkan panas yang berlebihan dalam vitrin.

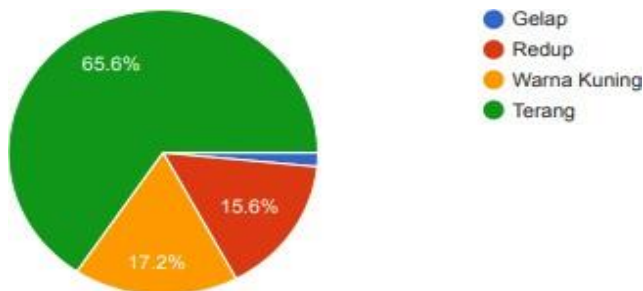
Pengunjung berpendapat bahwa dampak penataan cahaya yang dilakukan Museum Adityawarman masih memiliki nilai dominan pada sisi cahaya yang terang. Sebesar 65,6% responden, yaitu pengunjung ruang pameran masih menginginkan pencahayaan yang lebih terang di ruang pameran museum Adityawarman.

**Gambar 2**  
**Suhu Vitrin Mencapai 35°C**



(Sumber: Pribadi, 2021)

**Gambar 3**  
**Grafik Pencahayaan Dari Pengunjung**



(Sumber: Pribadi, 2021)

Sumber pencahayaan alami dominan datang dari sinar matahari di ruang pameran utama Museum Adityawarman. Berlimpahnya cahaya matahari, khususnya di ruang pameran utama tidak dapat menghasilkan tata cahaya yang baik terhadap koleksi yang ada. Penerangan sudut-sudut ruang di ruang pameran bahkan masih dibantu dengan cahaya lampu pijar yang menerangi ruang. Akhirnya, cahaya lampu tersebut tidak untuk menerangi koleksi yang ada, tetapi menerangi ruangan sehingga koleksi sekadar penghias vitrin tanpa pengaturan cahaya yang baik.

### Alur Kunjungan

Menentukan arah pengunjung dalam sebuah pameran menjadi keharusan yang dibuat oleh kurator dan petugas tata pameran. Ruang pameran seperti sebuah labirin yang harus diikuti oleh pengunjung dan tentunya

labirin tersebut harus mudah dimengerti oleh pengunjung. Intinya, sirkulasi pengunjung di ruang pameran menjadi bagian dari strategi komodifikasi tata pameran. Dengan demikian, alur kunjungan menjadi nilai strategis untuk museum dalam mengembangkan tata ruang pameran.

Sebagai salah satu strategi komodifikasi pada perencanaan ruang pameran, pengelola museum atau kurator memiliki kewenangan untuk membuat alur kunjungan yang cepat atau memperlambat langkah pengunjung berjalan serta bagaimana pengunjung bergerak melalui pengaturan ruang, suasana, dan penampilan setiap titik kunjungan di ruang pameran. Modifikasi tinggi rendah, permukaan lantai, atau iluminasi ruang, skema warna, dan juga variasi vitrin semuanya disesuaikan dengan tema dan suasana pameran yang ingin ditampilkan. Semuanya bertujuan agar pengunjung bersedia mengunjungi seluruh ruang dan menjadi sebuah taruhan agar pengunjung menjelajahi setiap titik kunjungan di ruang pameran.

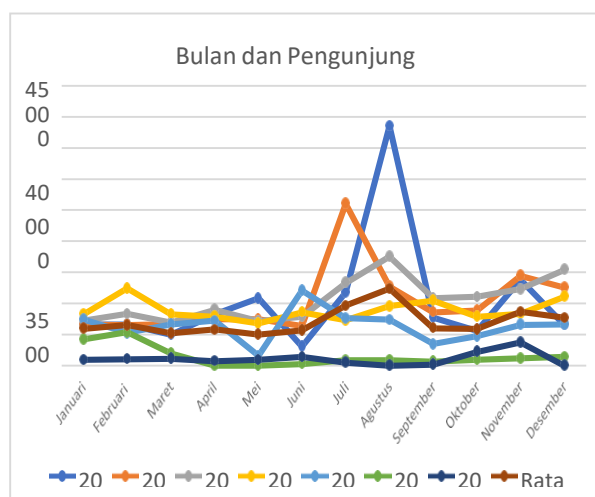
Ambrose dan Paine (1993) dalam Wulandari (2014) memberikan solusi lain untuk menghindari kebosanan pengunjung dalam ruang pameran, yaitu dengan menyediakan *escape hatches* atau ruang “pelarian”. Ruang ini dapat berupa ruang istirahat ataupun ruang baca. Pada ruang “pelarian” ini tersedia tempat duduk dan mungkin juga dilengkapi dengan katalog ataupun buku. Di ruang dengan suasana berbeda, pengunjung dapat beristirahat sejenak, sebelum kembali melanjutkan perjalanan ke ruang pameran lain dengan lebih bersemangat (Wulandari, 2014:253).

Perencanaan alur kunjungan menjadi hal penting dalam membuat desain ruang pameran di museum. Tata ruang pameran museum yang buruk menyebabkan penumpukan pengunjung, ruangan menjadi penuh pengunjung, hilangnya arah kunjungan, disorientasi, dan pada akhirnya pengunjung akan kehilangan minat

kunjungan pada koleksi yang dipamerkan. Menentukan ruang gerak pengunjung yang cukup di antara benda koleksi pameran dan menyusun benda pameran yang penting ataupun favorit di jalur kunjungan utama bisa menjadi alternatif penyusunan alur kunjungan.

Pengunjung Museum Adityawarman dapat dikelompokkan menjadi dua, yakni pengunjung umum dan pengunjung kedinasan atau yang melakukan penelitian terhadap koleksi. Untuk kunjungan umum, pengunjung masuk melalui pintu utama yang ada di Jalan Bundo Kanduang (d/h Jln. Gereja). Waktu kunjungan mulai hari Selasa hingga Minggu dan pukul 09.00 s.d. 16.00 WIB. Untuk tamu dinas atau yang melakukan penelitian terhadap koleksi, masuk melalui pintu samping di Jln. Diponegoro, Kota Padang. Waktu kunjungan adalah hari Senin hingga hari Jumat dengan waktu sesuai dengan jam kerja mulai pukul 08.00 s.d. 16.00 wib.

**Gambar 4.** Grafik Kunjungan Museum Adityawarman



(Sumber : Museum, 2021)

Alur kunjungan ruang pameran di Museum Adityawarman diawali dengan masuk melalui anak tangga yang ada di bagian depan bangunan utama yang mirip

rumah gadang menuju lantai dua. Pengunjung memasuki ruang pengenalan yang diinformasikan melalui maket Museum Adityawarman dan meja resepsionis. Untuk kunjungan grup atau kelompok dapat meminta pemandu untuk mendampingi dan menjelaskan koleksi yang ada. Pendampingan dapat juga dilakukan untuk kunjungan individual.

Kunjungan ke ruang pameran dimulai dari arah kiri atau bagian barat bangunan, yaitu ruang utama yang menampilkan informasi sejarah Sumatra Barat dan seperangkat pelaminan yang ada di anjungan barat ruangan. Setelah selesai di ruang barat, pengunjung diarahkan ke ruang timur melalui lorong yang berada di belakang ruang resepsionis. Ruang lorong menceritakan informasi awal penyebaran atau migrasi masyarakat di Sumatra Barat. Kemudian, di ujung lorong masuk pada ruang pameran timur yang menceritakan tentang informasi inti kebudayaan Minangkabau. Dari pengamatan seharusnya alur pengunjung melanjutkan kunjungan ke lantai satu melalui tangga yang ada di ruang timur untuk menuju ke lantai satu. Hal yang disayangkan adalah adanya pintu di sebelah kanan pengunjung yang mengarah ke luar bangunan atau menuju kembali ke ruang resepsionis. Menurut informasi dari pemandu, hal itu mengakibatkan banyak pengunjung salah mempersepsikan pintu tanpa daun jendela sebagai akhir dari kunjungan atau mengakhiri kunjungan.

Setelah dari lantai dua pengunjung dapat melihat ragam koleksi yang dirangkum dalam ruang khazanah koleksi Museum Adityawarman. Kemudian, kunjungan berlanjut pada ruang lainnya, yaitu ruang pameran temporer tentang rendang, songket, dan iptek. Dalam proses perancangan alur kunjungan di ruang pameran, pengaturan dibuat sederhana dan memudahkan pengunjung tanpa perlu banyak aturan yang justru merepotkan pengunjung.



### **Vitrin/Showcase**

Unsur penting yang masih menjadi bagian dalam komoditi tata pameran adalah media pajangan untuk menempati koleksi itu sendiri, beberapa perubahan dalam komunikasi interpersonal juga mengubah cara pandang pengunjung terhadap koleksi di ruang pameran. Strategi komodifikasi terhadap vitrin masih menjadi alternatif dalam penyajian koleksi di ruang pameran yang memakan tempat dan diganti dengan visual augmented atau visual reality, sehingga lebih hemat ruang khususnya pada museum-museum di daerah.

Museum Adityawarman memiliki berbagai vitrin. Walaupun sebagian besar memang sudah tidak layak dengan maksud tampilan vitrin sudah tidak prima lagi, hal ini dapat dilihat pada permukaan vitrin baik yang terbuat dari kaca sudah nampak kusam dan beberapa bagian yang terbuat dari kayu mengalami pelapukan, tetapi masih tetap digunakan. Vitrin tersebut justru membahayakan koleksi yang ada didalamnya, khususnya vitrin yang ada di ruang temporer, pengecatan berulang-ulang pada vitrin menjadikan permukaan tampilan vitrin kurang sempurna. Selain itu, media kaca yang digunakan kaca tipis dan terdapat beberapa retakan di beberapa sisi yang justru dapat membahayakan pengelola dan pengunjung.

Vitrin lama yang diperbaharui atau direkondisi di Museum Adityawarman juga dilakukan walaupun anggarannya cukup besar untuk proses pengadaannya. Namun, usaha itu dilakukan untuk menyiasati kuantitas vitrin. Contohnya, pada tahun 2021 dilakukan pembaharuan vitrin dengan penggantian kaca yang lebih tebal. Proses pengadaan vitrin terus dilakukan agar bisa disesuaikan dengan tema pameran yang ada, alur cerita juga menyesuaikan dengan koleksi yang akan dipajang atau vitrin cocok untuk koleksi yang sesuai dengan alur cerita pameran dan akhirnya menjadi penilaian pengunjung.

### **Label/Caption**

Museum dalam tata pameran menyajikan informasi koleksi, salah satunya, melalui media label atau *caption*. Sebagai media strategi komunikasi dengan pengunjung, komodifikasi label koleksi berperan penting. Mengandalkan sumber daya pemandu untuk menjelaskan informasi tentunya menyebabkan museum mengeluarkan energi dan biaya yang lebih besar, perlu juga inovasi membuat label yang interpretative.

Konsentrasi kurator Museum Adityawarman belum menyampaikan informasi koleksi dalam label secara menyeluruh karena masih banyak informasi yang belum tersedia sehingga rasa penasaran pengunjung mengenai koleksi yang dipajang belum dapat terjawab. Hal ini tertuang dalam komentar pengunjung di buku pesan dan kesan di resepsionis, dapat juga menyiasati dengan meningkatkan presentasi anggaran untuk kurator sehingga menghasilkan informasi lebih baik.

**Gambar 5**  
**Informasi Umum dalam Panel**



(Sumber foto: Pribadi, 2021)

Penjelasan koleksi dibuat secara umum dan label individu per koleksi ditulis dengan satu atau dua kata yang menggunakan bahasa daerah atau juga bahasa Indonesia. Perkembangan teknologi membuat pelabelan mengalami pembaharuan juga di Museum Adityawarman. Penggunaan *Quick Response Code* (QR Code) menjadi

solusi kurator untuk menjawab rasa penasaran pengunjung. Dengan mengakses QR Code melalui gawai yang dimilikinya, pengunjung dapat menelusuri informasi yang lebih luas melalui laman resmi Museum Adityawarman.

### SIMPULAN

Museum Adityawarman merupakan tempat ideal untuk melestarikan dan menginformasikan koleksi yang merupakan warisan budaya daerah Sumatra Barat. Namun, seiring dengan perkembangan waktu, museum mengalami perubahan, khususnya dalam produk yang dihasilkan. Dalam hal ini, informasi yang dikemas dalam ruang pameran sebagai komoditi seharusnya disajikan dengan lebih baik dari sebelumnya sehingga dapat diterima dan diminati pengunjung, dalam penataan koleksi di ruang pameran. Strategi komodifikasi tata pameran menjadi kegiatan yang dilaksanakan dalam waktu jangka panjang, yang tidak terwujud dan terbatas pada ketersediaan program atau kegiatan tata pameran dalam waktu jangka pendek.

Proses strategi komodifikasi tata pameran pada ruang pameran utama Museum Adityawarman dapat dilakukan dengan melihat fungsi ruang pameran itu sendiri; memperhatikan kondisi ruang pameran utama yang ada, khususnya ruang pameran tetap; dan melihat bagaimana strategi penyusunan ruang pameran yang dilakukan oleh Museum Adityawarman. Kondisi saat ini memperlihatkan bahwa ruang pameran baru menjalankan fungsi sebagai ruang, belum menjadi strategi yang ideal untuk mewujudkan ruang pameran yang menarik. Fungsi ruang pameran yang selalu berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan kepentingan menunjukkan kurang konsistennya pengelola dalam melakukan penataan ruang pameran secara menyeluruh. Sementara itu, kondisi ruang pameran yang menjadi salah satu proses terjadinya komodifikasi masih menunjukkan ruang pameran untuk kebutuhan atau kebijakan kepentingan yang ada,

bahkan cenderung di luar kebutuhan fungsi museum yang memiliki tugas menyajikan informasi koleksi kepada publik.

Upaya revitalisasi terhadap proses tata pameran dalam penataan ulang ruang pameran telah dilakukan, tetapi seiring waktu upaya revitalisasi telah melewati masanya. Dengan demikian, perlu upaya keras pengelola untuk melakukan kembali revitalisasi yang efektif secara berkelanjutan. Menata ulang ruang pameran bukan hal yang sederhana dan mudah mengingat keterbatasan kemampuan anggaran daerah yang dialokasikan untuk tata pameran dan sumber daya manusia yang semakin terbatas. Oleh karena itu, proses penataan ulang ruang pameran perlu dilaksanakan secara bertahap dengan melibatkan beberapa pihak. Ruang pameran utama tentu disinkronkan dengan tema keberadaan dan visi museum itu sendiri. Pengelola harus mampu menentukan fungsi ruang pameran untuk dapat dimanfaatkan dengan baik bagi pengunjung.

Menafsirkan museum sebagai lembaga nonprofit sebaiknya tidak diterjemahkan secara sempit sehingga membuat museum membatasi ruang geraknya untuk berkembang. Konsep pemahaman pengelola dalam menampilkan tata pameran tidak hanya berdasarkan pengalaman sendiri, tetapi sebagai komoditas tata pameran yang lebih menarik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris. 2009. *Cultural Studies Teori & Praktik*, terjemahan Nurhadi. Yogyakarta : Kreasi Wacana. (rujukan buku)
- Cinquin, C. 1987. Homo Coca Colens, In J. Umiker-Seebeek (ed.) *Marketing and Semiotics*. Berlin, New York, Mouton de Gruyter. (rujukan buku)
- Darwis, Vandrowis. 2021. *Komodifikasi Tata Pameran Dalam Upaya Preventif*,

- Borobudur, Vol 15, No.1, Juni 2021.  
(rujukan jurnal)
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta.  
(rujukan buku)
- Fitchett, James A. 1997. *Consumption and Cultural Commodification The Case of the Museum as Commodity*. University of Stirling. (rujukan buku)
- Hooper-Greenhill, E. 1994. Museum Education dalam E. Hopper-Greenhill (ed.). *The Educational Role of the Museum*. London: Routledge. (rujukan buku)
- Kopytoff, I. 1986. *The cultural biography of things: Commoditization as process*, In A. Appadurai (ed.) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge MA, University of Cambridge Press.  
(rujukan buku)
- Sekretariat Dirjen Kebudayaan, 2012. *Album Budaya Direktori Museum Indonesia*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta.
- Ritzer, G. 1993. *The McDonaldization of society*, London, Pine Forge Press.  
(rujukan buku)
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. CV. Andi Offset.
- Wulandari, Anak Agung Ayu. 2014. *Dasar-dasar Perencanaan Interior Museum*. *Humaniora* Vol. 5 No.1 April 2014.  
(rujukan jurnal ilmiah)

