

Museum Virtual bagi Generasi Milenial

Sebuah rerasan dari Generasi X¹

Oleh: Sektiadi²

Intisari

Generasi milenial sangat penting bagi museum karena masa depan museum sedikit banyak tergantung kepada kelompok ini. Berbagai karakter mencari generasi ini dan memerlukan tindakan khusus dari museum jika akan mengelolanya atau jika museum tetap ingin hidup di masa-masa mendatang. Museum virtual dianggap merupakan salah satu pilihan bagi museum, karena dapat diterima oleh generasi milenial dan juga memiliki landasan museologis. Agar dapat berjalan dengan baik, penerapan museum virtual perlu dipersiapkan dengan seksama.

Kata kunci: museum virtual, generasi milenial, new museology, pengelolaan museum, pameran museum

Pengantar

Memperbincangkan kaum milenial dan kecenderungan mereka yang melek IT, bukanlah hal yang jarang dilakukan di kalangan museum. Peringatan Hari Museum Indonesia tahun lalu, 2018, mengambil tema "Museum Kebanggaan Milenial". Pemerintah juga telah melakukan pertemuan khusus berjudul "Rapat Koordinasi Pengelolaan Museum Untuk Generasi Milenial" yang digelar di Jakarta, Rabu (10/10/2018). Pun, majalah *Museografia* yang akan terbit mengambil tema Museum dan Kaum Milenial.

Tulisan berikut akan melihat hubungan segitiga antara museum, IT (khususnya aspek virtual), serta generasi milenial. Selama ini pembicaraan lebih berfokus kepada cara menarik generasi milenial untuk menyukai (mendatangi) museum. Bahasan pada makalah ini akan lebih meluas, yaitu berkaitan dengan melibatkan kelompok ini dalam museum.

Generasi Milenial dan karakternya

Istilah generasi milenial digunakan untuk menyebut sekelompok anggota masyarakat yang lahir pada kurun waktu tertentu. Istilah ini meneruskan pembagian generasi (di Amerika), yang bermula dari GI (Greatest Generation), Silent Generation, Baby Boomers, X Generation, Y Generation (atau Millennials), dan Z Generation. Tahun yang diambil oleh para penulis berbeda-beda, namun umumnya menyatakan batas tahun kelahiran Generasi Y sekitar awal tahun 1980-an hingga akhir 1990-an. Elwood Carlson (2008) mengambil batas 1983-2001, dan New Strategist Editors (2006) memilih rentang tahun 1977-1994.

¹ Disampaikan pada Diskusi Ilmiah Arkeologi (DIA) 2019, Perkumpulan Ahli Arkeologi Indonesia (IAAI) Komda DIY-Jateng bekerjasama dengan Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman Kemdikbud, Yogyakarta, 26 Juni 2019.

² Pengajar pada Departemen Arkeologi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada, kurator pada Museum UGM.

Batas-batas tersebut diambil terutama dengan melihat fenomena sosial dan demografi yang terjadi. Misalnya, batas antara 1983-2001 ditetapkan oleh Carlson (2008: 29) mengambil batas antara 1983-2001 atas dasar lonjakan kelahiran setelah tahun 1983 dan berakhir pada tahun 2001 dengan peristiwa 11 September yang menandai perubahan sosial-politik dunia. Tahun 2019 ini, jika menetapkan tahun 1977-1994 sebagai rentang kelahiran, maka Generasi Milenial adalah mereka yang berusia antara 25-42 tahun.

Generasi Milenial disebut juga dengan Generasi Y. Hal ini meneruskan istilah bagi pendahulunya, yaitu Generasi X, ketika paparan teknologi informasi mulai terlihat meluas. Para pemikir merasa generasi tersebut berbeda dari generasi sebelumnya (Baby Boomers). Para milenial juga disebut dengan Generation Me atau Echo Boomers. Mereka kadang disebut juga dengan istilah Generasi Instan, karena kehidupannya bersamaan dengan kemajuan teknologi yang menyertai. Ada juga yang menyebut dengan Generasi Langgas.

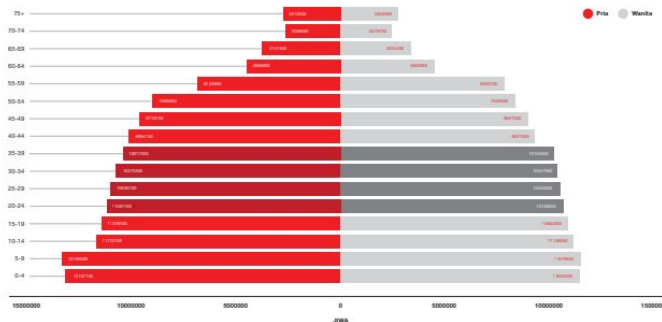
Generasi X merasakan dua dunia (manual dan digital) sehingga disebut sebagai *Digital Migrant*. Mereka merasakan menggunakan baik mesin ketik maupun *personal computer*. Generasi Y, yaitu para milenial, terbiasa dengan teknologi digital dalam keseharian. Mereka disebut *Digital Native*. Generasi setelahnya, yaitu Z, disebut *Digital Innate*, anak kandung digital, yang tidak mengenal sesuatu tanpa aspek digital di dalamnya.

Para milenial adalah pengguna gawai *smartphone* dan media sosial yang intensif. Mereka sangat mengandalkan gawai untuk mengambil keputusan: selalu melihat media sosial untuk mendapatkan pertimbangan. *Peer group* (sebaya) sangat penting bagi mereka, sehingga misalnya, harus memeriksa rating suatu produk (yang merupakan penilaian dari sebaya) dalam situs belanja daring.

Kepentingan museum atas Generasi Milenial

Museum perlu menangani generasi milenial ini secara khusus. Mereka adalah target pengunjung yang besar, dan akan semakin penting perannya. Mengutip data BPS, Alvara Research Center menulis bahwa pada tahun 2020 jumlah mereka (usia 20-40 tahun) sebanyak 83 juta jiwa, yaitu sebanyak 34 persen dari jumlah penduduk Indonesia yang akan mencapai 271 juta jiwa. Jumlah tersebut jauh melampaui generasi sebelumnya, yaitu Generasi X yang saat itu akan sebanyak 53 juta (20 persen), serta generasi Baby Boomers (35 juta, 13 persen) (Ali dkk 2016).

JUMLAH PENDUDUK INDONESIA MENURUT KELOMPOK UMUR (2018)



Gambar: Grafik menunjukkan posisi kependudukan Generasi Milenial di antara penduduk di Indonesia tahun 2018. Sumber: IDN Times.

a. Target pengunjung

Jumlah demikian merupakan target pengunjung yang penting bagi museum, di tengah keluhan para pengelola tentang sepiya museum-museum dari kunjungan. Program-program museum, terutama edukasi kemudian juga dapat diarahkan untuk mencatu kaum milenial agar mereka yang mungkin mendominasi kunjungan museum akan mendapatkan manfaat dari kunjungannya.

b. Ancaman potensial bagi regenerasi

Museum juga perlu memperhatikan kelompok ini karena mereka ada di satu garis untuk regenerasi pengelolaan museum. Jumlah tiga puluh persen pada satu waktu mungkin cukup kuat dapat membantu jalur alih generasi. Jika kalangan ini tidak direngkuh untuk menjalankan museum, maka mungkin masa depan permuseuman akan tidak lebih baik.

Hal ini terkait dengan pameo yang terutama beredar di kalangan pemerhati pemasaran, bahwa *"Millennials are killing ..."*. Kaum ini "membunuh" berbagai hal karena meninggalkan kebiasaan lama atau konsumsi atas produk tertentu. Sebagai contoh adalah membunuh jam kerja antara 08.00-17.00 karena mereka lebih menyukai kerja fleksibel yang tidak tergantung kepada waktu dan tempat (Yuswohady dkk 2019). Meski (saat makalah ini ditulis) tidak ditemukan laman web dengan frasa *"Millennials kill museums"* tetapi bukan tidak mungkin hal ini terjadi. Dengan kalimat yang lain, beberapa tulisan sudah menyatakan bahwa kaum milenial enggan ke museum (*"Why Millennials Aren't Going to Museums (and What You Can Do About It)"*),³ atau mengabaikan mereka akan membunuh museum (*"Ignoring Millennials is Killing Your Museum"*)⁴.

c. Amanah New Museology

Dari sisi museologi, mengelola kaum milenial ini merupakan "amanah" New Museology atau dalam istilah yang agak "IT" dapat disebut Museum 2.0 seperti yang dilakukan oleh Nina Simon.⁵ Tiga hal yang dapat dikaitkan dengan kaum milenial adalah sifat visitor centered dari New Museology, juga prinsip

³ <https://www.linkedin.com/pulse/why-millennials-arent-going-museums-what-you-can-do-lindsay-shirkey>

⁴ <https://blog.electrosonic.com/ignoring-millennials-is-killing-your-museum>

⁵ tentang gagasan Nina Simon dapat dijumpai pada laman <http://www.participatorymuseum.org/> atau <http://museumtwo.blogspot.com/>

partisipasi, dan social inclusion. Tiga hal tersebut akan memberi tempat bagi kaum milenial karena akan merengkuh semua kelompok (*social inclusion*), memberikan keleluasaan kepada para stakeholder di luar museum untuk ikut berperan. Publik (termasuk kaum milenial) dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan museum terutama dalam hal koleksi dan interpretasi (*participatory*), serta bahwa mereka akan lebih diperhatikan oleh museum (*visitor centered*).

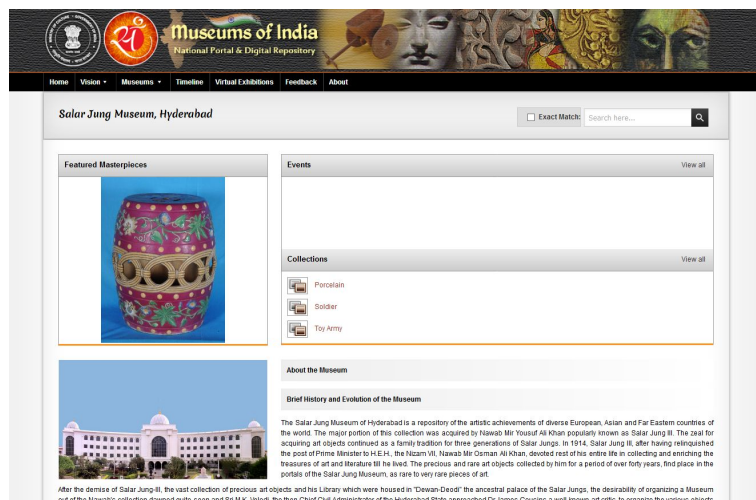
Museum Virtual

Salah satu definisi tentang museum virtual jejaring museum virtual yang diinisiasi oleh Uni Eropa, yaitu Virtual Museum Transnational Network. Batasan tersebut adalah:

"A virtual museum is a digital entity that draws on the characteristics of a museum, in order to complement, enhance, or augment the museum experience through personalization, interactivity and richness of content."⁶

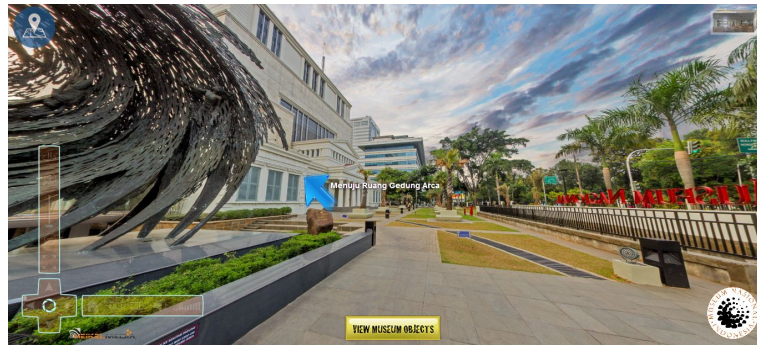
Gambaran sederhana museum virtual adalah seperti museum pada umumnya (misalnya sesuai definisi ICOM), namun tanpa koleksi fisik, dan berada di dunia maya. Museum virtual tetap harus memiliki koleksi (virtual) yang melalui proses konservasi dan kurasi, terstruktur sesuai sistem tertentu. Museum tersebut juga terbuka bagi publik.

Selain benar-benar sebagai museum yang berada di jagad maya, museum virtual dapat dipahami sebagai presentasi koleksi dari museum kepada publik menggunakan teknologi informasi. Bentuk museum virtual dapat sekedar mengunggah foto objek ke Internet, hingga membuat realitas virtual tentang museum dan koleksinya. wujud yang sering dibuat selain koleksi online adalah virtual tour.



Gambar: Tangkapan layar atas museum virtual yang dibuat oleh museum-museum di India. Satu museum akan menampilkan gambar koleksi dan deskripsi.

⁶ <http://www.v-must.net/virtual-museums/what-virtual-museum>



Gambar: Tangkapan layar atas museum tour pada website Museum Nasional Indonesia.

Karakter museum virtual antara lain adalah sebagai berikut.

- a. tidak memiliki objek fisik, melainkan hal-hal digital seperti imaji digital. Data atau imaji ini dapat berdasar koleksi fisik yang dimiliki oleh museum, namun dapat pula yang memang diciptakan di dalam komputer dan akan tetap selamanya semacam itu (*born digital*).
- b. memberi kemungkinan untuk dikelola dengan berjarak, karena pengelola tidak perlu mendatangi suatu tempat tertentu untuk melakukannya. Pengelolaan dapat dilakukan di berbagai tempat dengan syarat memiliki jaringan yang terhubung (misalnya Internet).
- c. Memberikan akses kepada pihak yang lebih luas sehingga memungkinkan inklusivitas. Dengan kata lain, museum virtual memberikan “jarak yang sama” antara objek dan setiap orang (Sekiadi 2008:522-523). Orang-orang yang semula tidak dapat mengakses museum karena dibatasi oleh jarak, misalnya, sekarang dapat mengakses meski melalui Internet.
- d. Dapat digunakan secara bersama-sama atau simultan oleh banyak pihak.
- e. Memberi akses untuk hal-hal yang tidak dapat dilakukan secara fisik, misalnya karena tersimpan di gudang museum atau bahkan telah hilang.
- f. Dapat menggabung berbagai hal seperti deskripsi atau data lain berkait lokasi, sejarah, serta berbagai bentuk media, sehingga memiliki konten yang kaya (*richness content*).
- g. Interaktif dan dapat dipersonalisasi dengan fasilitas pranala (*hyperlink*) serta keberadaan basis data. Interaksi atau partisipasi publik dapat melalui modifikasi, eksperimen, kombinasi dari koleksi digital.
- h. Dapat memamerkan objek yang memang tidak memiliki bentuk fisik karena lahir secara digital (*born digital*).

Upaya ini akan membuat objek dapat diakses oleh kaum milenial melalui gadget mereka (atau melalui gadget yang disediakan oleh museum yang lama kelamaan mudah pula diupayakan sendiri oleh publik). Pengunjung (real maupun virtual) dapat mengunduh informasi (data tekstual maupun audio dan visual hingga 3D), menggunakannya secara interaktif (yaitu memilih bagian untuk diketahui lebih banyak). Bagi Generasi Milenial, museum virtual akan dapat bermanfaat dalam hal-hal seperti di bawah ini.

- a. Memberikan gambaran awal tentang museum fisik (karena upaya manajemen pengunjung dari museum, atau karena terdapat ulasan dari sebaya (*peer review*)).
- b. Mendapatkan informasi yang khusus untuk dirinya, karena aplikasi dapat dipersonalisasi.

- c. Memberikan 'otentisitas virtual" karena memang objek tidak fisik, dan dapat dicipta untuk memberikan pengalaman virtual bagi pengunjung.
- d. Interaktif, karena dapat digunakan untuk memilih (objek, aktivitas yang sesuai atau disukai) dan personalisasi.
- e. Memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dapat dimulai dari sekedar unggah materi pada blog atau vlog tentang museum yang bersangkutan hingga partisipasi yang lebih serius berkait dengan koleksi (virtual) dan interpretasi. Pengunjung museum virtual dapat memberikan tag, reks, rating, membuat pameran virtual, membuat simulasi untuk menyusun ulang pameran fisik.
- f. Memberikan kesempatan untuk membuat museum sendiri atau "privatisasi museum" (Sekiadi 2008: 524) karena seseorang dapat membuat museum virtual dengan berbagai materi dari satu atau berbagai museum (fisikal dan virtual) yang ada.
- g. Memberi kesempatan untuk berhubungan dengan orang lain terutama sebaya (*peer group*), misalnya melalui fasilitas saling komentar pada aplikasi.

Berbagai hal tersebut dapat memenuhi harapan dan kebutuhan kaum milenial akan museum sehingga mereka akan tetap tertambat kepada museum. Namun, kekhawatiran akan keberadaan museum virtual ini adalah

- a. kemungkinan berkurangnya pengunjung nyata kepada museum nyata. Namun, kecenderungan kaum milenial untuk memburu otentisitas dapat diharapkan untuk tetap membuat mereka mendatangi museum, selama museum menampilkan otentisitas, yaitu objek asli, proses asli, serta cerita asli.
- b. berkurangnya kualitas kunjungan ke museum karena kemungkinan akan berhubungan dengan dunia maya juga di dalam pameran. Interaksi di dunia maya berbeda dari interaksi di dunia nyata.

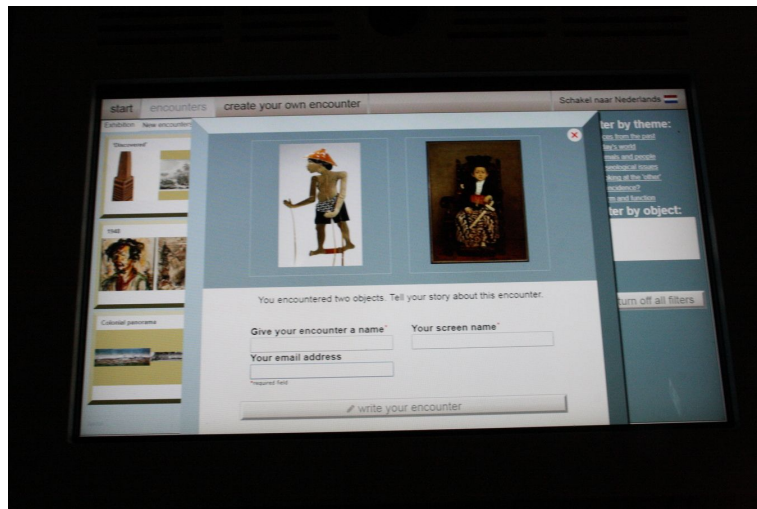
Tugas museum dalam menyambut kaum milenial

ementara itu, museum juga perlu mempersiapkan berbagai hal untuk tetap menjaga kedatangan kaum milenial dengan berfokus pada prinsip partisipasi dan otentisitas. Dari sisi materi, tentu adalah penyediaan aplikasi virtual sesuai dengan kemajuan teknologi dan bekerja dengan baik. Aplikasi ini dapat dibagi melalui perangkat di museum, pada gawai mobile, atau di Internet.

Setelah aplikasi siap, maka konten dapat dibuat untuk diunggah, baik langsung "dipamerkan" atau diletakkan di repositori menunggu untuk digunakan. Beberapa hal kecil tidak boleh dilewatkan, seperti menyediakan wifi gratis dan colokan catu daya untuk pengunjung.

Museum juga harus mengelola baik aplikasi yang telah dibuat, konten, atau pengunjung/pengguna (user). Mengelola berarti melakukan kegiatan keseharian seperti merespon pengguna, merawat, serta mengembangkan.

Selain itu, yang sangat penting adalah menghubungkan pengunjung maya kepada objek nyata, baik koleksi, bangunan, atau lansekap, bahkan kepada orang, baik staf, orang luar (misalnya seniman atau ahli yang diundang), serta sesama pengunjung.



Gambar: Layar komputer pada pameran "Encounter" Tropenmuseum, 2012. Pengunjung dapat memilih dua objek yang sama sekali berbeda atau memiliki kesamaan dan membuat cerita tentang pendampingan kedua objek tersebut. Foto: Sektiadi, 2012.



Gambar: Meja besar dengan layar sentuh pada permukaannya di Het Scheepvaartmuseum Amsterdam. Pengunjung dapat memilih (gambar) beberapa objek yang disediakan dan menyusun 'pameran' sendiri. Hasilnya dapat diunduh oleh pengunjung dari tempat lain dengan menggunakan surel (e-mail). Foto: Sektiadi, 2012.

Realitas pada museum di Indonesia: Kendala dan Kesempatan

Aspek teknologi informasi untuk generasi milenial umumnya baru disediakan sebatas layar sentuh berisi informasi objek dan mengelola media sosial, masih jauh dari museum virtual. Hal itu ditambah dengan pangkalan data koleksi dan pengelolaan pengetahuan museum yang kebanyakan tidak baik.

Penggunaan IT seringkali juga hanya untuk gagah-gagahan, agar tidak ketinggalan zaman, atau menjadi 'terbaik'. Fokus untuk mengelola hubungan antara museum dan publik (kaum milenial) terabaikan. Masih cukup baik jika motivasi penggunaan teknologi informasi adalah untuk menghilangkan kesan 'kuno' atau tertinggal.

Hal lain adalah adanya beberapa kendala, seperti sumber daya di museum tidak memadai, baik sumber daya manusia maupun pendanaan. Untuk mengatasi hal ini, museum perlu melihat alternatif yang dapat digunakan untuk mengembangkan museum virtual. Dari sisi aplikasi, terdapat banyak pilihan yang mudah dan murah digunakan untuk mewujudkan museum virtual. Aplikasi presentasi seperti Ms Powerpoint atau Google Slide dapat digunakan dan tersedia cukup banyak panduan di Internet untuk mewujudkannya.

Dari sisi pendanaan, *crowdsourcing* yang digemari oleh para milenial untuk menggalang pembiayaan dari publik. Cara ini juga dapat diadopsi oleh museum untuk mendapatkan biaya guna mengembangkan museum virtual.

Dari sisi pengelolaan, para milenial mulai dapat berperan atau terlibat dalam museum virtual dengan mengelola sendiri sisi kurasi, interpretasi, dan edukasi, serta pada gilirannya akan segera mengelola museum secara keseluruhan. Para milenial mengetahui dengan persis hal-hal yang mereka perlukan dan cara memenuhinya dengan berbagai perangkat teknologi informasi, termasuk dengan hal-hal yang berkaitan dengan museum. Pelibatan mereka sejak awal akan dapat mempermudah bagi museum untuk mempersiapkan aplikasi dan konten dari museum virtual dan dengan demikian akan mudah pula menjangkau publik penggunanya.

Penutup

Kaum milenial yang menjadi tumpuan museum memiliki berbagai karakter yang tidak dimiliki oleh generasi sebelumnya. Karena paparan Internet dan berbagai aspek sosial yang menemani dalam perkembangan usianya, mereka memiliki kebutuhan tersendiri dan cara tersendiri untuk memenuhinya. Museum (harus) dapat menangkap hal ini sebagai peluang agar tetap selamat (*survive*) hingga kelak, mewariskan objek dan informasi berisi tata nilai dan aspek budaya lain yang akan berguna untuk generasi-generasi berikut.

Beberapa hal yang dapat menjadi renungan adalah sebagai berikut.

- a. Indonesia perlu menyusun penggolongan generasi sendiri. Jika terdapat cohort dengan spesifikasi yang jelas dan khas maka museum akan lebih mudah merancang berbagai kegiatan.
- b. Museum perlu menghindari penggunaan perangkat IT sekedar gimmick untuk mengundang pengunjung. Pengalaman lebih penting.
- c. Aplikasi perlu dikaji efektivitasnya, baik untuk sarana informasi, hiburan, atau yang lain. Mungkin tidak cocok untuk kelompok umur tertentu (=milenial) yang merasa permainannya kekanakan.

[z]

Daftar Rujukan

Ali, Hasanuddin dkk. 2016. *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials*. Alvara Research Institute.

Carlson, Elwood 2008. *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom*. Springer.

Editors, The New Strategist 2006. *The Millennials Americans Born 1977 to 1994* (ed. 3). New York: New Strategist Publications, Inc.

Sektiadi 2008. "Museum dan Dunia Maya". Kumpulan Makalah Pertemuan Ilmiah Arkeologi XI, hlm. 520-525.

Yuswohady dkk 2009. *Millennials Kill Everything*. Gramedia Pustaka Utama.

Laman website

<https://www.linkedin.com/pulse/why-millennials-arent-going-museums-what-you-can-do-lindsay-shirkey> diakses 24 Juni 2019.

<https://blog.electrosonic.com/ignoring-millennials-is-killing-your-museum> diakses 24 Juni 2019.

<http://www.v-must.net/virtual-museums/what-virtual-museum> diakses 24 Juni 2019.