

Buku Pop-Up Sebagai Media Untuk Mengenalkan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II di Kota Palembang

Nur Muhammad¹⁾, Husni Mubarat²⁾

1), 2) Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jend. Sudirman No.62 Km.4, 20ilir, Kota Palembang
Email : Nuraad10@gmail.com¹⁾, husni_dkv@uigm.ac.id²⁾

Abstract

This design stems from the problem of the lack of promotion of museums to children, especially aged 6-12 years in Palembang City. Children's lack of interest in visiting museums is also directly influenced by the development of technology and the internet. Museums also have an educational role in conveying educational missions to children. Through pop-up books, children can imagine museums from a fun perspective. This design aims to provide education and foster children's interest in visiting museums, especially the Sultan Mahmud Badarudin II Palembang museum, which holds a lot of history or history about the city of Palembang. This design uses the 5W 2H (What, Who, Where, When, Why, How, How To Much) data analysis method. The main media used in this design is a Pop Up book, while the supporting media consists of posters, drink bottles, bag hangers, T-Shirts and bag hangers. By designing a pop-up book to introduce the Sultan Mahmud Badarudin II museum, it is hoped that the public, especially children aged 6-12 years and also the nation's generation, will enjoy getting to know the museum interactively through pop-up book visuals and getting to know the history and culture of their ancestors. as a learning medium in the future.

Keywords: Museum, Education, Pop-Up, Illustration, Palembang

Abstrak

Perancangan ini berangkat dari permasalahan kurangnya promosi museum terhadap anak-anak, khususnya usia 6- 12 tahun di Kota Palembang. Kurangnya minat anak-anak berkunjung ke museum secara langsung dipengaruhi juga oleh faktor berkembangnya teknologi dan juga internet. Museum juga memiliki peran edukasi dalam menyampaikan misi pendidikan kepada anak-anak, lewat buku pop up inilah anak-anak bisa membayangkan museum dari sudut pandang yang menyenangkan. Perancangan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan menumbuhkan minat anak-anak agar tertarik untuk berkunjung ke museum, khususnya ke museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang, yang banyak sekali menyimpan sejarah atau histori tentang Kota Palembang. Perancangan ini menggunakan metode analisa data 5W 2H (What, Who, Where, When, Why, How, How To Much). Adapun media utama yang digunakan pada perancangan ini adalah buku Pop Up, sedangkan media pendukungnya terdiri dari poster, botol minum, gantungan tas, T-Shirt, dan gantungan tas. Melalui perancangan buku pop-up untuk mengenalkan museum Sultan Mahmud Badarudin II, diharapkan masyarakat terutama anak-anak usia 6-12 tahun dan juga generasi bangsa lebih menikmati pengenalan dengan museum secara interaktif melalui visual buku pop-up dan mengenal sejarah serta budaya yang dimiliki leluhur sebagai media pembelajaran di masa depan.

Kata Kunci : Museum, Edukasi, Pop-Up, Ilustrasi, Palembang

1. Pendahuluan

Museum berasal dari bahasa Yunani yaitu *mouseion* yang merujuk ke nama sebuah kuli untuk sembilan dewa *muse*, di Indonesia museum yang pertama kali dibangun adalah Museum Radya Pustaka atau yang dikenal sebagai museum ini didirikan masa pemerintahan Pakubuwono IX oleh Kanjeng Raden Adi Pati. Museum Radya Pustaka sendiri memiliki koleksi seperti berbagai macam arca, pustaka adat, wayang kulit dan buku-buku kuno yang salah satunya mengenai Wulang Reh karangan dari Pakubuwono IV (Kemdikbud.go.id).

Koleksi Museum adalah Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, dan/atau Struktur Cagar Budaya atau Bukan Cagar Budaya yang merupakan bukti material hasil budaya atau material alam dan lingkungannya yang mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, kebudayaan, teknologi, dan/atau pariwisata. Benda Cagar Budaya adalah benda alam atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia

(Peraturan pemerintah republik Indonesia nomor 66 tahun 2015 bab 1 pasal 1 ayat 3 dan 4).

Masyarakat masih mengalami kekeliruan dalam membedakan museum dan galeri, saat ini ada galeri yang menyamakan diri sebagai museum. Galeri adalah tempat menjual benda seni. Sedangkan museum tidak boleh melakukan transaksi, kecuali koleksi-koleksi cenderamata di museum shop. Jadi galeri itu bukanlah museum (Djulianto Susantio, arkeolog dalam artikel *Museum bukan Galeri* januari 2014).

Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang Sumatra Selatan adalah museum yang dibuat bekas Rumah residen kolonial Belanda di Sumatra Selatan pada abad 19, Lokasi museum ini awalnya adalah lokasi Kuta Lama, istana tua Sultan Mahmud Badaruddin I (1724–1758), penguasa Kesultanan Palembang. Setelah penghapusan Kesultanan Palembang, istana Kuta Lama dihancurkan oleh pemerintah kolonial Inggris pada 7 Oktober 1823. Penghapusan Kesultanan adalah bentuk hukuman yang dijatuhkan oleh pemerintah kolonial Inggris terhadap Kesultanan Palembang akibat pembantaian yang terjadi di penginapan Belanda Sungai Alur, meskipun ini mungkin telah menjadi gerakan politik untuk menghapus kedaulatan Kesultanan atas kota tersebut. Selama Perang Dunia II, bangunan tersebut digunakan sebagai markas militer Jepang (wawancara Abisofyan, tourist guide SMB II-25 september 2022).

Setelah kemerdekaan Indonesia, gedung tersebut menjadi markas besar Tentara Nasional Indonesia bernama Kodam II/Sriwijaya untuk waktu yang singkat. Kemudian diserahkan kepada pemerintah kota Palembang sebelum akhirnya diubah menjadi museum pada tahun 1984. Pengambilan benda-benda untuk Museum Sultan Mahmud Badaruddin II dimulai pada tahun 1984 ketika rumah bari, sebuah rumah limas yang otentik, diangkut ke lokasi baru di Museum Balaputradewa. Beberapa koleksi yang sebelumnya disimpan di rumah bari dipindahkan ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II. Koleksi dari museum Sultan Mahmud Badarudin II merupakan tekstil, senjata, pakaian tradisional, kerajinan dan koin koin masa kesultanan Sriwijaya.

Museum juga memiliki peran edukasi dalam menyampaikan misi pendidikan kepada anak-anak, lewat buku *pop up* inilah anak-anak bisa membayangkan museum dari sudut pandang yang menyenangkan. Seperti yang dijelaskan fatimahtuzzahrah bahwa media edukasi yang sesuai dengan anak usia 3-5 tahun adalah buku pop-up, karena buku pop-up dapat merangsang keingintahuan anak dan juga melatih daya imajinasinya, selain itu buku *pop-up* memberikan visualisasi cerita yang lebih hidup. Imajinasi lebih penting dibandingkan dengan pengetahuan karena pengetahuan terbatas, sedangkan imajinasi merengkuh seluruh dunia (Fatimatuzzahrah et al., 2016).

Museum juga tidak hanya sekadar tempat untuk mendidik anak-anak maupun masyarakat, tetapi menjadi tempat pembelajaran yang di dalamnya pengunjung dapat memperoleh pengalaman. Akan tetapi museum

terkadang hanya dianggap sebagai tempat menyimpan barang-barang antik dan peninggalan kuno, serta kurangnya minat masyarakat untuk menjadikan museum sebagai tempat kunjungan. Sering kali juga citra museum masih dianggap membosankan dan tidak menyenangkan yang membuat masyarakat khususnya anak-anak masih kurang untuk berkunjung.

Perancangan ini mempunyai target *audience* di antaranya adalah *pertama*, aspek demografis target sasaran usia dari kampanye ini adalah 6-12 tahun yang di kategorikan anak-anak sampai remaja di mana ketertarikan mereka cukup kuat dalam hal visual yang menyenangkan. *Kedua*, aspek geografis terdiri dari jenis kelamin yakni laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 6-12 tahun. *Ketiga*, target sasaran yakni pelajar Sekolah Dasar dan kalangan sosial yakni menengah ke atas. *Keempat*, aspek psikografis yakni orang yang berfikir kritis serta peduli terhadap lingkungan sekitar dan tanggap terhadap sesuatu tentang budaya dan juga sejarah. *Kelima* aspek behaviouristik mengikuti perkembangan keadaan kebudayaan dan sejarah serta ikut melestarikan dan mencintai budaya maupun sejarah leluhur sebagai sarana pembelajaran untuk anak-anak.

Masalah yang dirumuskan dalam perancangan ini adalah bagaimana peran media perancangan komunikasi visual melalui buku *Pop-Up* mampu memberikan edukasi dan menarik atensi masyarakat Kota Palembang, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun. Di samping itu, Media perancangan buku Pop-up ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan menumbuhkan minat anak-anak agar tertarik untuk berkunjung ke museum, khususnya ke museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang yang banyak sekali menyimpan sejarah atau histori tentang Kota Palembang. Melalui perancangan buku *pop-up* untuk mengenalkan museum Sultan Mahmud Badarudin II, diharapkan masyarakat terutama anak-anak usia 6-12 tahun dan juga generasi bangsa lebih menikmati pengenalan dengan museum secara interaktif melalui visual buku *pop-up* dan mengenal sejarah serta budaya yang dimiliki leluhur sebagai media pembelajaran di masa depan.

Metode Analisis Data

Konsep perancangan media buku pop up ini menggunakan metode analisis data yang digunakan disini adalah metode 5W 2H (*What, Who, Where, When, Why, How, How To Much*).

a. *What*, apa visi misi museum Sultan Mahmud Badarudin II?

- 1) *Visi* : Menjadi sumber informasi sejarah dan budaya Palembang dengan pengelolaan internasional.
- 2) *Misi* :
 - a) Memperagakan dan mengkomunikasikan koleksi museum
 - b) Menyediakan informasi dan materi edukasi sejarah dan budaya Palembang

- c) Mendokumentasikan dan mengkonservasikankoleksi museum
 - d) Melakukan penelitian koleksi dan pengembangan museum
 - e) Melakukan kerjasama dengan instansi dan sekolah
 - f) Melakukan pengelolaan museum secara professional, dan
 - g) Memberikan pelayanan jasa permuseuman
- b. *Who* Kepada siapa yang ingin dituju/disampaikan? Ditujukan untuk anak anak yang ada di sekitar kota Palembang dan masyarakat Kota Palembang .
- c. *Where*, Di mana kapan permasalahan ini terjadi ? Pelaksanaan promosi akan dilakukan di Kota Palembang dengan menempatkan beberapa media seperti *poster* dan video pada lingkup area yang ramai dikunjungi, contohnya seperti *sekolahan*, taman kotadan tempat umum lainnya dengan tingkat kepadatanpengunjung yang cukup banyak.
- d. *When*, Kapan permasalahan ini terjadi ? Kampanye ini di laksanakan ke sekolah saat jadwal pelajaran tertentu seperti seni dan budaya upaya mengenalkan museum, lalu saat keramaian di satu tempat seperti taman kota di kala libur.
- e. *Why*, Kenapa kampanye ini dilakukan? Sesuai dengan namanya, Museum ini lebih banyak menampilkan benda-benda peninggalan Kesultanan Palembang. Di dalam museum ini terdapat berbagai jenis koleksi dari arkeologi, etnografi, biologi, seni dan terutama koleksi mata uang. Berbagai macam prasasti, arca kuno seperti Buddha dan Ganesha Amarawati juga peninggalan lainnya dari era Sriwijaya juga tersedia di museum ini.
- f. *How*, Bagaimana solusi untuk permasalahan ini? Maka perlunya dibuat sebuah media penghubungl untuk anak anak kepada museum itu sendiri sehingga minat anak anak terhadap museum menjadi bertambah, dan juga mengubah pola pikir masyarakat serta anak anak bahwa berkunjung ke museum itu salah satu hal yang membosankan dan kurang penting.

Keseluruhan perancangan ini identifikasi data dilakukan melalui wawancara, observasi ke Museum Sultan Mahmud Badaruddin II di Palembang Sumatera Selatan, serta mengambil data melalui internet, Buku, Majalah, dan lainyar. Selain itu penulis juga melakukan pencarian referensi terkait gunasebagai pengembangan ide.

2. Pembahasan

Museum Sultan Mahmud memiliki visi misi dalam meluaskan minat kunjungan belajar dan wisata museum pada anak anak usia 6-12 di Kota Palembang, maka dariitulah dibuatnya perancangan media promosi museum Sultan Mahmud Badaruddin II lewat media buku *pop-up* agar meningkatnya minat masyarakat akan kunjungan ke museum Sultan Mahmud Badaruddin II maupun museum lainnya di Indoneisa. Bentuk pesan

yang di sajikan dari buku *pop up* itu sendiri dengan ilustrasi kartunis yang bisa menarik minat anak-anak untuk mengeksplorsai museum lewat buku *pop up*.

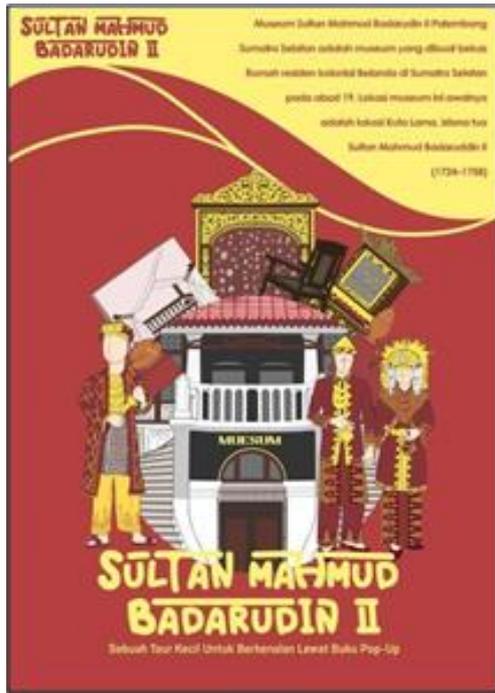
Tujuan Kreatif

Tujuan dari media ini sendiri adalah sebagai media yang efektif dan inovatif untuk mengenalkan museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang dan mengetahui bagaimana merancang media *pop-up* yang bisa efektif dalam pengenalan museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang. Berikut karya desain yang dihasilkan.

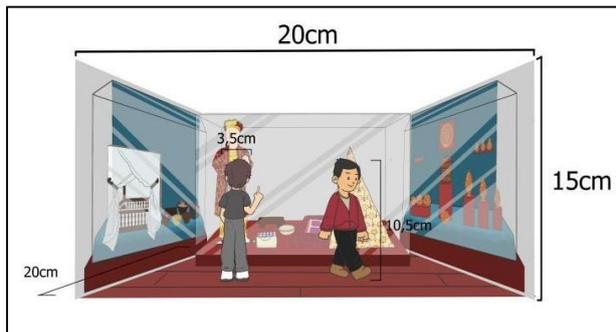
Pre-media yang digunakan adalah media poster. Seperti yang dijelaskan patriansah bahwa Begitu banyak media yang digunakan dalam desain komunikasi visual salah satunya adalah media poster. Sebagai media komunikasi, poster merupakan salah satu atribut yang sangat penting dan paling efektif untuk menginformasikan suatu gagasan kepada publik. Kehadirannya juga tidak terlalu asing bagi masyarakat luas, hampir semua kegiatan dan aktivitas masyarakat tidak terlepas dari peranan poster di dalamnya, baik sebagai media informasi, media promosi, bahkan sebagai media publikasi (Patriansah, 2021).



Gambar 1. Poster Utama
Sumber : Nur Muhammad 2023



Gambar 2. Poster Infografis
Sumber : Nur Muhammad, 2023



Gambar 3. Ukuran Buku Pop-Up
Sumber : Nur Muhammad, 2023



Gambar 4. Halaman Pertama
Sumber : Nur Muhammad 2023



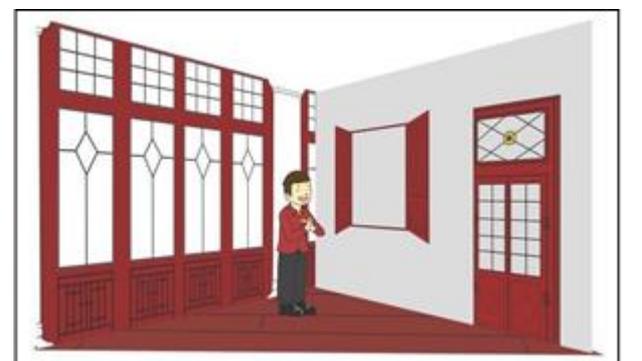
Gambar 5. Halaman Kedua
Sumber : Nur Muhammad, 2023



Gambar 6. Halaman Ketiga
Sumber : Nur Muhammad, 2023



Gambar 7. Halaman Keempat
Sumber : Nur Muhammad, 2023



Gambar 8. Halaman Terakhir
Sumber: Nur Muhammad, 2023

Di samping media utama buku pop-up, penulis juga membuat media pendukung. Media utama dan media pendukung dipilih sesuai dengan target sasaran pada perancangan ini, serta melalui proses observasi, studi, dan pengumpulan data lainnya, sehingga pesan yang dimaksudkan penulis dapat dikomunikasikan secara visual (Pratiwi et al., 2023). Berikut media pendukung yang dibuat



Gambar 9. Merchandise T-Shirt

Sumber: Nur Muhammad, 2023



Gambar 10. Merchandise Gantungan Kunci

Sumber: Nur Muhammad, 2023



Gambar 11. Merchandise Botol Minum

Sumber : Nur Muhammad 2023

3. Kesimpulan

Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang Sumatera Selatan adalah museum yang dibuat bekas Rumah residen kolonial Belanda di Sumatera Selatan pada abad 19, Lokasi museum ini awalnya adalah lokasi Kuta Lama, istana tua Sultan Mahmud Badaruddin I (1724–1758), penguasa Kesultanan Palembang. Setelah penghapusan Kesultanan Palembang, istana Kuta Lama dihancurkan oleh pemerintah kolonial Inggris pada 7 Oktober 1823.

Museum juga memiliki peran edukasi dalam menyampaikan misi pendidikan kepada anak-anak, lewat buku *pop up* inilah anak-anak bisa membayangkan museum dari sudut pandang yang menyenangkan. perancangan buku *pop-up* untuk mengenalkan museum Sultan Mahmud Badarudin II, diharapkan masyarakat terutama anak-anak usia 6-12 tahun dan juga generasi bangsa lebih menikmati pengenalan museum secara interaktif melalui visual buku *pop-up* dan mengenal sejarah serta budaya yang dimiliki leluhur sebagai media pembelajaran di masa depan.

Perancangan media promosi museum Sultan Mahmud Badaruddin II lewat media buku *pop-up* agar meningkatnya minat masyarakat akan kunjungan museum Sultan Mahmud Badaruddin II di Palembang. Mengenalkan museum akan menjadikan anak-anak pribadi yang bisa mencintai dan menghargai museum lalu memberi informasi terikat dengan memberikan sebuah tour dari buku *pop-up* itu sendiri, bentuk pesan yang di sajikan dari buku *pop up* itu sendiri dengan ilustrasi kartunis yang bisa menarik minat anak-anak untuk mengeksplorasi lewat buku *pop up*.

Daftar Pustaka

- Anggola, Dian et al. 2021. "Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis." 1(1): 9–19.
- Bagas Eka Saputra, Hadi Jauhari, Lisnini. Desember 2021 "Persepsi Pengunjung Objek Wisata Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang "
- Bittner, John R. 1989. "Mass Communication, an Introduction." *Library of Congress Cataloging-in-Publication Data*: 440.
- Chairunisya, Destiara, Heri Iswandi, and Bobby Halim. 2022. "Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Peranan Orang Tua Terhadap Aplikasi Sosial Media Tiktok."
- Effendi, Ade Kartika, Aji Windu Viatra, and Husni Mubarat. 2019. "Perancangan Buku Ilustrasi 'Just Do (Ode) It!'" *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya* 4(1): 30–38.
- Fatimatuzzahrah, F., Patriansyah, M., & Aryanto, A. (2016). Perancangan Buku Pop-Up Alat Transportasi Tradisional Palembang. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 1(1), 7–15. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v1i1.40>
- Patriansah, M. et al. (2021). Communication Signs

Behind Aji Windu Viatra ' s Poster : A Saussure Semiotic Study. *Ekspresi Seni*, 23(1), 217–228.
<https://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/Ekspresi/article/view/1293>

Pratiwi, F. N., Yulius, Y., & Patriansah, M. (2023). *ORIGAMI LIVING ART DENGAN METODE Pendahuluan*. 10(3), 461–474.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30998/jd.v10i3.14660> ORIGAMI