

Redesain Instalasi Museum dengan Pendekatan Interaksi dan Pengalaman Sensoris

Aulia Ardista Wiradarmo^{1*}, Nisrina Fairuz Huwaida², Asyura Miranda³, Karen Bianca Lim⁴, Ni Luh Putu Ananda Gayatri⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Product Design Innovation, Universitas Prasetiya Mulya
Edutown Kavling Edu I No. 1 BSD, Indonesia
aulia.wiradarmo@prasetyiamulya.ac.id*

Received 29 Maret 2024, Revised 30 Mei 2024, Accepted 31 Mei 2024

Abstract — *In the past decades, museums continue to be demanded to surpass their primary function as a place for archival and historical artifact conservation to be a medium for knowledge dissemination as well as recreation. The “do not touch” slogan that is often placed on the typical museum glass box is considered no longer relevant when museums must satisfy visitors’ desires instead of solely focusing on objects. The aim of this research is to answer the challenge by integrating technology in redesigning conventional museum installations. The utilised methodologies are literature review and case study to develop new products. It integrates theories related to interaction and sensory experience into a design framework which includes types of experience, types of attraction, modes of apprehension, and five senses. Sherlock Holmes Museum is chosen as a case study with four installation redesigns as the final outcomes, namely: (1) Holmes Loop, (2) Holmes Guide, (3) Holmes POV, and (4) Holmes Puzzle. The generated installation concepts prove that product design has an essential role in cultural innovation so that museums continue to be relevant in between technological advancement. On the other hand, the design framework succeeds in helping idea generation process, thus it can be used as a reference to develop installations in other museums.*

Keywords: *Product design; Interaction design; Human-technology interaction; Museum; Cultural Innovation*

Abstrak — Beberapa dekade belakangan, museum terus dituntut untuk melampaui fungsi utamanya sebagai tempat pengarsipan dan konservasi artefak sejarah menjadi sarana diseminasi ilmu pengetahuan sekaligus rekreasi. Slogan “jangan sentuh” yang kerap dipasang di lemari kaca khas museum dianggap tidak lagi relevan ketika saat ini museum harus memenuhi keinginan pengunjung dibanding berfokus pada objek saja. Tujuan penelitian ini adalah menjawab tantangan tersebut dengan cara mengintegrasikan teknologi dalam redesain instalasi museum konvensional. Metode yang digunakan adalah studi literatur dan studi kasus untuk mendesain produk baru. Penelitian mengintegrasikan teori terkait interaksi dan pengalaman sensoris ke dalam sebuah kerangka desain yang meliputi tipe pengalaman, tipe ketertarikan, moda pengertian, dan lima indra. Museum Sherlock Holmes dipilih sebagai studi kasus dengan hasil akhir empat redesain instalasi, yaitu: (1) Holmes Loop, (2) Holmes Guide, (3) Holmes POV, dan (4) Holmes Puzzle. Konsep instalasi yang dihasilkan membuktikan bahwa desain produk memiliki peran penting dalam inovasi budaya agar museum tetap relevan di tengah gempuran teknologi. Sementara itu, kerangka desain berhasil membantu proses penciptaan ide sehingga dapat dijadikan acuan untuk pengembangan instalasi di museum-museum lain.

Kata Kunci: Desain produk; Desain interaksi; Interaksi manusia-teknologi; Museum; Inovasi budaya

PENDAHULUAN

Beberapa dekade belakangan, museum terus dituntut untuk melampaui fungsi utamanya sebagai tempat pengarsipan dan konservasi artefak sejarah menjadi sarana diseminasi ilmu pengetahuan sekaligus rekreasi. Dengan ini, museum lebih menitikberatkan kepada elemen manusia (pengunjung) dibanding elemen objek (artefak) serta bagaimana penyampaian informasi bisa dilakukan dengan efektif, menghibur, dan bahkan bermakna secara individual (Lake-Hammond & Waite, 2010; Eklund, 2020). Untuk menjawab tantangan tersebut, teknologi memiliki peran penting agar museum dapat meninggalkan kesan kuno atau membosankan yang kerap disematkan pada museum (Zulandari et al., 2021). Tentunya, dalam menciptakan teknologi yang tepat guna, diperlukan peran desainer produk untuk memastikan bahwa artefak bisa menjadi solusi pemecahan masalah. Tulisan ini akan membahas bagaimana

keilmuan desain produk, khususnya desain interaksi di ruang publik, dapat diaplikasikan untuk merancang sebuah instalasi pameran dengan pendekatan interaksi dan pengalaman sensoris sebagai alternatif inovasi budaya terkait museum.

Pengalaman pengunjung di dalam museum memiliki beberapa lapisan mulai dari estetika, sensorial, intelektual, sampai sosial, yang harus dikemas dalam benang merah berupa narasi. Dalam pengalaman sensoris sendiri, museum berusaha untuk tidak melulu mengandalkan elemen visual, melainkan menerapkan pergeseran sensoris (*sensory shift*) dengan cara melibatkan indra lainnya seperti pendengaran, penciuman, dan sentuhan (Wang, 2020). Museum juga bisa menggunakan beberapa elemen secara bersamaan atau multisensoris yang diulas lebih lanjut dalam teori lima indra (Lee, 2013).

Konsep ini tentu saja bertentangan dengan jargon “*do not touch*” yang kerap ditempel di permukaan kotak kaca yang melindungi artefak di museum, utamanya sebelum abad ke-20. Dari situasi ini, dapat disimpulkan bahwa dahulu fokus utama museum adalah konservasi artefak, bukan kualitas pengalaman pengunjung. Meskipun begitu, situasi ini semakin jarang ditemukan. Malah, museum berlomba-lomba untuk merumuskan strategi agar pengunjung dapat berinteraksi dengan objek yang dipamerkan (Candlin, 2008; Lacey & Saithan, 2014). Karena itu, Howes et al. (2014) menggunakan istilah gimnasium sensoris (*sensory gymnasium*) untuk menggambarkan kondisi museum yang ideal saat ini. Beberapa contoh yang ia sebutkan adalah ketika pengunjung mendekati kerang ke telinga, mencium wangi benda, dan menyusun bagian-bagian kecil dari objek agar mencapai bentuk yang diinginkan.

Tulisan ini akan membahas lebih dalam terkait pengalaman sensoris dan interaksi di museum yang akan digunakan sebagai kerangka desain. Kemudian, empat alternatif desain yang mengaplikasikan kerangka tersebut akan dijabarkan beserta evaluasinya. Penelitian menggunakan studi kasus wisata sastra (*literary tourism*) di Museum Sherlock Holmes, London, Inggris. Sering kali, wisata sastra dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat nyata yang disebutkan dalam karya fiksi atau lokasi di mana sang penulis pernah tinggal (Hoppen et al., 2014). Di sisi lain, kasus Sherlock Holmes unik karena tokoh fiksi tersebut benar-benar dianggap seperti nyata dan museum dibangun berdasarkan rumah karakter utama yang berlokasi di 221B Baker Street (Evans, 2019). Terlepas dari popularitas museum ini, instalasi yang ada di museum masih pasif dan konvensional. Bisa jadi, museum ingin menjaga autentisitas periode 1900-an yang menjadi latar belakang cerita, namun bukan berarti tidak ada inovasi yang bisa dilakukan. Contohnya, Titanic Museum di Belfast berhasil mengintegrasikan teknologi interaktif untuk mengemas cerita klasik yang memiliki latar belakang periode lampau untuk memperkuat elemen teatrikal yang mampu menggugah empati pengunjung akan tragedi tersebut (Scheibe, 2014).

Akhirnya, desain diharapkan dapat menjadi jembatan agar produk budaya tidak lagi dianggap statis, melainkan aktif dan dapat direkonstruksi dengan baik dalam benak pengunjung museum, baik secara individual maupun kolektif (Claisse et al., 2020). Kerangka desain yang dirancang telah merangkum beberapa strategi terkait hal ini. Dengan berpedoman pada kerangka tersebut, desainer berperan untuk menerjemahkan informasi dan mengemas artefak menjadi sebuah konsep interaktif yang mudah dimengerti dan menghibur. Selain itu, karya desain yang ditampilkan dalam tulisan diharapkan dapat menjadi inspirasi untuk mengembangkan teknologi berbasis budaya (*heritage technology*) di museum-museum lainnya agar manfaat teknologi dapat dirasakan di segala bidang.

METODE PENELITIAN

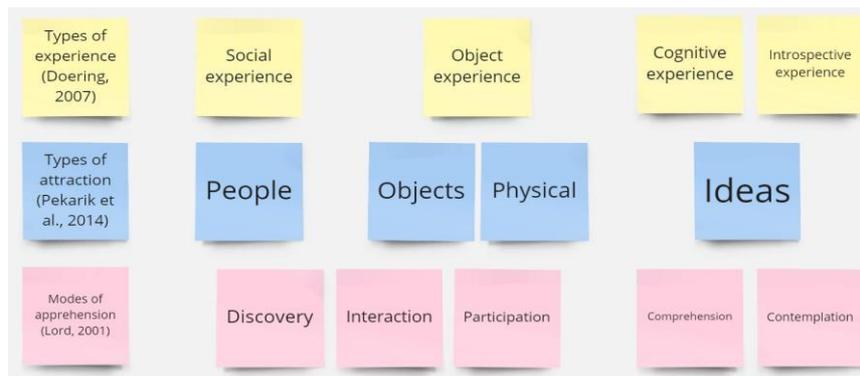
Metode penelitian adalah perancangan konsep produk yang diawali dengan studi literatur, baik terkait pengalaman pengunjung, pengalaman sensoris, maupun interaksi antara pengguna dan teknologi. Data yang didapatkan kemudian digunakan untuk membuat kerangka desain dan *design brief*, yaitu meningkatkan interaksi pengguna. Setelah kerangka desain dijabarkan secara mendalam, dilakukan observasi daring terhadap Museum Sherlock Holmes untuk memilih empat instalasi pameran yang berpotensi dikembangkan. Objek yang dipilih adalah objek yang pasif seperti brosur, patung lilin, dan gambar dalam pigura. Setelah objek disepakati, proses desain dilakukan dengan berpedoman pada kerangka desain, sehingga desainer harus senantiasa melakukan evaluasi untuk memastikan implementasi teori pada redesain instalasi pameran. Keseluruhan proses penelitian terintegrasi dengan mata kuliah *Design for Social Innovation* yang diampu oleh penulis pertama.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kerangka Desain

Secara umum, baik di museum maupun di lingkungan lainnya, pembelajaran berbasis pengalaman harus menyeimbangkan antara aktivasi penggunaan tangan (*hands on*) dan pikiran (*minds on*) agar proses penyampaian informasi berlangsung dengan efektif (Ahmad et al., 2014). Contoh aktivasi penggunaan pikiran adalah ketika pengunjung ikut berperan dalam pemecahan masalah dan tidak hanya membaca informasi secara pasif (Young, 2002). Strategi ini bisa dimulai dari hal sederhana seperti menjawab pertanyaan, menemukan objek-objek yang disembunyikan di kawasan museum, sampai menemukan jalan keluar dari sebuah pameran.

Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian menerapkan strategi berdasarkan landasan teori terkait klasterisasi tipe pengalaman (Doering, 2007) dan tipe atraksi (Pekarik et al, 2014). Pengalaman yang dimaksud adalah pengalaman sosial, objek, kognitif, dan introspektif. Sementara itu, teori tipe atraksi juga dikenal dengan sebutan teori IPOP yang merupakan abreviasi dari *Ideas, People, Object*, dan *Physical*. Kedua teori ini saling melengkapi seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Landasan teori untuk kerangka penelitian

Aspek pertama yang menjadi perhatian utama desain interaksi adalah pengalaman sosial. Sering kali, kunjungan ke museum bersifat sosial di mana pengunjung datang bersama dengan keluarga atau teman (Eklund, 2020) sehingga akan baik apabila interaksi yang diciptakan bisa mengakomodasi lebih dari dua arah. Misalnya, ketika instalasi berhasil memantik diskusi yang malah turut melibatkan pengunjung yang sebelumnya tidak saling mengenal. Selain dengan

sesama pengunjung, interaksi yang dimaksud juga dapat dilakukan dengan staf museum seperti pemandu tur.

Aspek kedua, yaitu pengalaman objek, dapat mengakomodasi atraksi berbasis artefak sekaligus atraksi berbasis fisik. Bedanya, atraksi berbasis artefak lebih berkaitan dengan unsur-unsur estetika sebuah objek seperti warna, tekstur, dan bentuk. Apabila objek tersebut bersejarah, langka, atau hanya dapat dilihat di museum dalam jangka waktu tertentu, antusiasme pengunjung juga diharapkan akan meningkat. Sementara itu, atraksi berbasis fisik mengandalkan penggunaan elemen-elemen sensoris untuk menimbulkan sensasi somatik. Apabila atraksi berbasis objek masih dapat mengandalkan elemen visual saja, atraksi berbasis fisik harus bersifat interaktif.

Kemudian, dari sisi pengalaman sensoris, proses perancangan menambahkan pendekatan lima indra (*five senses*) yang dipopulerkan oleh Lee (2013). Menurutnya, pengalaman yang baik diciptakan melalui pengalaman sensoris yang baik pula. Contohnya, dalam mengendarai motor kita turut mencium bau bensin dan jalanan, merasakan tekstur karet di setang, dan mendengar suara knalpot. Ia menggunakan teori ini untuk melakukan redesign jam weker dan setrika yang memiliki pengalaman sensoris lebih luas.

Dalam penerapannya, indra perasa memang menjadi bagian yang paling menantang, sehingga penerapan teori lima indra yang paling efektif biasanya berkaitan dengan dunia kuliner, seperti di restoran (Liu et al., 2022), kemasan makanan (Zhang & Park, 2023), promosi minuman dalam kemasan (Rathee & Rajain, 2017), dan memasak makanan tradisional (Meacci & Liberatore, 2018). Tetapi, meskipun desain pameran tidak bisa melibatkan seluruh indra, konsep ini berguna untuk memastikan bahwa setidaknya ada lebih dari satu indra yang aktif ketika pengunjung sedang berinteraksi dengan sebuah instalasi pameran di museum.

Selanjutnya, atraksi berbasis ide dapat mengakomodasi aspek ketiga dan keempat, yaitu pengalaman kognitif yang berkaitan dengan peningkatan pemahaman akan objek maupun tema pameran, serta pengalaman introspektif yang berfokus pada internalisasi. Yang dimaksud dengan internalisasi adalah ketika pengunjung menafsirkan objek secara subjektif berdasarkan relasinya dengan citra dirinya, seperti mengaitkan suatu pameran dengan memori pribadi, membayangkan apa yang terjadi di masa lalu, atau memberikan pengalaman yang hampir spiritual. Baik pengalaman kognitif maupun introspektif sama-sama menimbulkan emosi yang kuat. Dengan ini, pengunjung museum terus-menerus menginterpretasikan stimulus yang didapatkan sehingga secara tidak langsung ia menelusuri ruang-ruang narasi yang diciptakan oleh museum (Lake-Hammond & Waite, 2010).

Untuk melengkapi proses desain berbasis interaksi, kerangka penelitian juga mengintegrasikan teori moda pengertian (*modes of apprehension*) yang terdiri dari kontemplasi, komprehensi, penemuan, interaksi, dan partisipasi (Lord, 2001) dengan keterkaitan yang diilustrasikan pada Gambar 1. Dengan berpedoman pada ketiga teori ini, desain diharapkan bisa mengakomodasi sebanyak mungkin aspek agar pameran menjadi lebih hidup.

Redesain Pameran

Dengan mempertimbangkan kerangka desain tersebut, terdapat empat karya yang dihasilkan, yaitu: Holmes Loop, Holmes Guide, Holmes POV, dan Holmes Puzzle. Foto objek lama dan perubahan setelah redesign berteknologi dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing hasil redesign instalasi pameran.

(1) Holmes Loop merespons sebuah pigura yang diletakkan di atas kotak kaca. Pigura membingkai informasi terkait 11 objek khas dari cerita Sherlock Holmes seperti topi, cerutu, kaca pembesar, dan biola dengan teks yang sangat kecil. Sementara itu, kotak kaca melindungi

beberapa objek yang berukuran kecil. Dapat dibayangkan, pengunjung harus menunduk dan mendekatkan pandangan untuk bisa membaca informasi yang ditampilkan. Tanpa meniadakan objek asli yang memiliki nilai sejarah, Holmes Loop berperan untuk menggantikan peran informasi dalam pigura. Holmes Loop terdiri dari satu mesin hologram dan 11 koin yang merepresentasikan setiap objek. Untuk mendapatkan informasi, pengunjung perlu memasukkan koin ke lubang di mesin hologram, kemudian, gambar benda akan ditembakkan di udara. Selain penjelasan dalam bentuk tulisan, mesin menambahkan penjelasan dalam bentuk suara. Pengunjung juga dapat memutar-mutar hologram untuk melihat objek secara tiga dimensi dari berbagai tampak. Bentuk Holmes Loop sendiri merupakan sebuah metafora dari bentuk kaca pembesar.

(2) Holmes Guide adalah sebuah aplikasi yang merupakan digitalisasi dari brosur museum yang masih dicetak hitam putih pada HVS. Tidak hanya mencantumkan informasi terkait artefak yang bisa diakses dengan lebih mudah dari ponsel masing-masing pengunjung, Holmes Guide turut menampilkan informasi terkait museum, termasuk peta agar tidak ada objek yang terlewat. Terdapat juga fitur untuk mengambil foto dengan bingkai digital bertema museum yang dapat dibagikan ke media sosial.



Gambar 2. Holmes Loop dan Holmes Guide

(3) Holmes POV adalah desainacamata futuristik yang berangkat dari minimnya interaksi yang bisa dilakukan pengunjung dengan patung lilin yang ada di museum. Apabila ingin berinteraksi dengan tokoh yang ada, penggunaanacamata dianggap dapat menciptakan pengalaman yang lebih imersif karena seakan-akan tokoh benar-benar sedang berbicara dengan pengunjung dan berada di depan matanya. Holmes POV terdiri dari sebuahacamata, namun apabila akan diterapkan, konsep ini dapat dijadikan sebuah aplikasi *virtual reality* sehingga museum tidak perlu membuat produk baru. Museum cukup menyediakan headset seperti Meta Quest untuk mendapatkan pengalaman yang sama.

(4) Holmes Puzzle mengidentifikasi sudut pasif di dalam museum di mana terdapat beberapa lukisan berpigura dengan ukuran kecil yang rentan dilewatkan oleh pengunjung museum. Melalui kombinasi antara layar berukuran besar dan layar sentuh yang disematkan dalam sebuah instalasi yang mirip podium kecil, Holmes Puzzle menerapkan gamifikasi digital agar pengunjung termotivasi untuk tidak saja melihat lukisan, namun juga memahaminya. Pada layar besar, lukisan akan ditampilkan dalam potongan acak sehingga pengunjung perlu menyusun *puzzle* dengan benar dengan cara menyentuh layar yang ada di podium. Setelah itu, baru gambar utuh dan informasi terkait lukisan akan ditampilkan. Holmes Puzzle

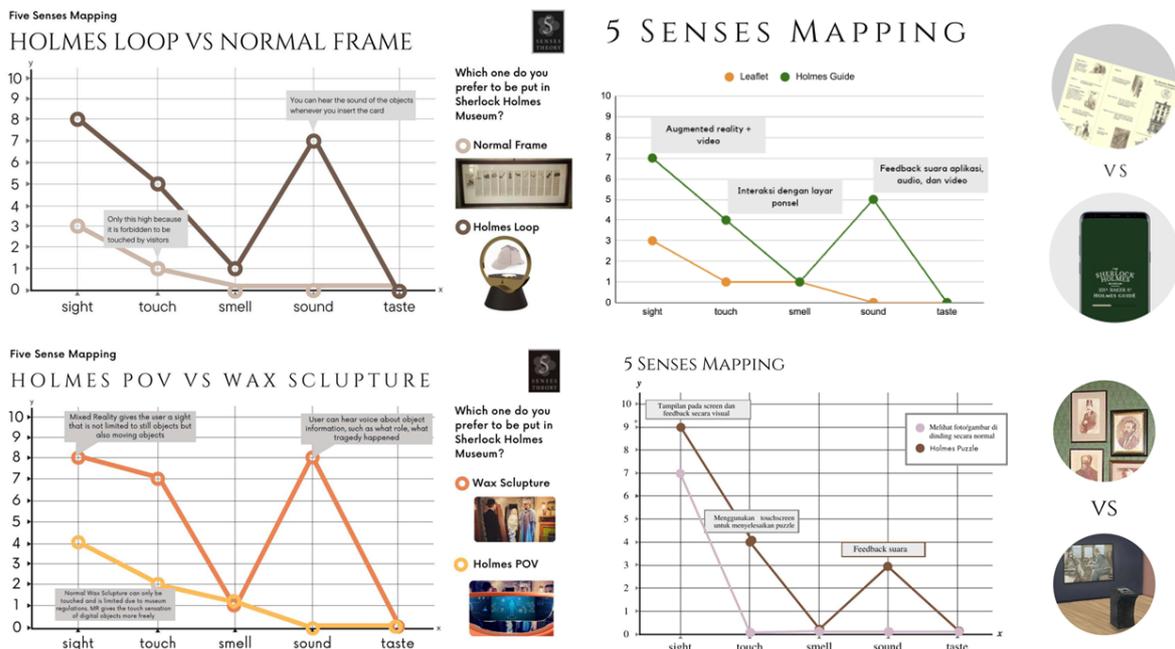
memanfaatkan rasa penasaran pengunjung untuk menyelesaikan puzzle yang berantakan, sehingga mereka mau berhenti untuk bermain. Dengan ini, objek yang sebelumnya sering terlupakan dapat dinikmati dengan lebih seksama. Holmes Puzzle juga memiliki peran sosial ketika pengunjung meminta bantuan temannya untuk menyusun *puzzle*.



Gambar 3. Holmes POV dan Holmes Puzzle

Evaluasi Desain

Evaluasi pertama adalah terkait pengalaman berbasis objek dengan mengaplikasikan pendekatan sensoris lima indra (Lee, 2013). Evaluasi dilakukan dengan cara membandingkan antara instalasi pameran sebelumnya dengan redesain instalasi pameran melalui pemberian skor 1 sampai 10 di setiap indra seperti yang diperlihatkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Evaluasi sensoris dari hasil redesain instalasi

Tidak seperti penambahan indra perasa yang lumrah pada pengalaman terkait makanan, keempat instalasi kesulitan untuk meningkatkan pengalaman sensoris pada indra tersebut. Kisah Sherlock Holmes sendiri memang tidak menitikberatkan pada hal ini. Namun, apabila pameran atau museum memiliki kaitan dengan makanan, contohnya terkait rempah, peningkatan indra perasa akan lebih relevan.

Selain indra perasa, indra penciuman tidak memiliki perubahan yang signifikan atau malah tidak berubah sama sekali. Meskipun begitu, pengalaman sensoris masih bisa dibangun melalui suasana (*ambience*) secara keseluruhan dibanding fokus pada satu instalasi, misalnya dengan bau mebel kayu klasik, buku-buku tua, asap cerutu, atau pengharum ruangan khusus yang sengaja disempatkan.

Peningkatan yang paling signifikan terdapat pada indra pendengaran dan indra peraba karena instalasi sebelumnya hanya mengandalkan indra penglihatan saja. Holmes Loop dan Holmes POV menawarkan suara dalam bentuk audio rekaman yang dapat membantu penjelasan. Secara tidak langsung, produk juga menjadi lebih inklusif karena dapat diakses melalui lebih dari satu indra. Sementara itu, peningkatan elemen suara pada Holmes Guide dan Holmes Puzzle tidak begitu tinggi karena hanya berupa suara komputer yang berbunyi sebagai umpan balik ketika pengguna melakukan navigasi melalui antarmuka produk.

Sebagai museum konvensional, banyak artefak di Museum Sherlock Holmes yang tidak boleh disentuh. Karena itu, peningkatan indra peraba juga cukup terlihat pada proses redesain ini. Peningkatan sensoris yang paling tinggi adalah pada Holmes POV. Meskipun tidak ada produk fisik yang dapat disentuh secara langsung, pengguna dapat “menyentuh” antarmuka yang ditampilkan melalui kaca untuk berinteraksi dengan tokoh-tokoh yang tadinya berupa patung lilin. Selain itu, Holmes Puzzle membuat pengguna menyentuh layar untuk menyelesaikan sebuah permainan *puzzle* sebelum akhirnya mendapat informasi terkait lukisan yang ada di museum.

Sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa peningkatan pengalaman olfaktori memiliki pengaruh paling rendah dan pengalaman visual berkontribusi paling besar pada kualitas pengalaman (Shao & Lin, 2021), keempat instalasi berupaya untuk memaksimalkan skor berbasis indra penglihatan. Pada awalnya, objek hanya dapat dilihat dari jauh saja, namun proses redesain menghasilkan instalasi interaktif yang bisa dilihat dalam jarak dekat, bahkan imersif untuk Holmes POV. Estetika visual juga ditingkatkan, misalnya pada Holmes Guide yang menawarkan ilustrasi berwarna dengan kedalaman perspektif dibanding kertas hitam putih yang sebelumnya dibagikan di museum. Selain secara piktorial yang berkaitan dengan bentuk dan warna, Holmes Loop juga bermain dengan visualisasi spasial di mana objek hologram yang ditembakkan ke udara memiliki relasi dengan ruangan. Dengan ini, indra penglihatan dan otak lebih terlibat untuk menerjemahkan objek secara tiga dimensi (Lacey & Sathian, 2014).

Evaluasi kedua adalah terkait penerapan kerangka pengalaman kognitif, introspektif, dan sosial (Doering, 2007) melalui teori moda pengertian (Lord, 2001). Keterkaitan antara teori dan implementasinya pada hasil desain digambarkan melalui Tabel 1 dan Tabel 2 yang saling melengkapi. Pada desain instalasi yang memiliki pengalaman sosial, yaitu Holmes Loop dan Holmes Puzzle, diterapkan strategi yang memungkinkan pengguna berinteraksi sosial dengan pengunjung lain. Sementara itu, Holmes Guide dan Holmes POV yang mengedepankan pengalaman introspektif harus memastikan bahwa desain instalasi memiliki unsur kontemplatif.

Tabel 1. Implementasi kerangka desain pada hasil redesain (1)

Types of Experience	Holmes Loop	Holmes Guide	Holmes POV	Holmes Puzzle
Object	✓	✓	✓	✓
Cognitive	✓	✓	✓	✓
Introspective	-	✓	✓	-
Social	✓	-	-	✓

Tabel 2. Implementasi kerangka desain pada hasil redesain (2)

Modes of Apprehension	Holmes Loop	Holmes Guide	Holmes POV	Holmes Puzzle
Discovery	Menggunakan teknologi hologram yang menarik	Memastikan tidak ada objek yang terlewat	Narasi terkait tokoh maupun kisah di buku	Menggunakan teknologi layar sentuh dengan puzzle yang ditembakkan ke dinding
Interaction	Memilih informasi yang ingin dilihat	Memilih informasi yang ingin dilihat	Berada di dalam ruang yang sama dengan tokoh, interaksi dialogis	Permainan puzzle (individu) untuk mendapatkan informasi
Participation	Informasi dapat dilihat bersama	-	-	Pengunjung lain dapat menonton atau membantu
Comprehension	Meningkatkan pemahaman melalui audio dan visual 3 dimensi	Meningkatkan pemahaman akan objek dan museum	Pemaparan dialog secara imersif	Informasi sama, hanya ada tantangan tersendiri sehingga dianggap sebagai hadiah
Contemplation	-	Evaluasi kunjungan	Membayangkan diri ketika berada di dalam kisah	-

Penerapan aspek penemuan dan interaksi tidak dapat dipisahkan dengan evaluasi sensoris yang sudah dilakukan sebelumnya. Contohnya, pada Holmes POV diterapkan interaksi dialogis (Claisse et al., 2020) di mana pengunjung dapat berada di ruangan yang sama dengan tokoh yang dijumpai di dalam kisah Sherlock Holmes. Interaksi yang lebih sederhana diterapkan oleh Holmes Loop dan Holmes Guide agar pengguna instalasi dapat memilih informasi yang ingin dilihat. Meskipun begitu, penambahan elemen sederhana ini dapat membantu agar pengunjung tidak dipaksa untuk melihat informasi yang sangat banyak sehingga memperbesar kemungkinan informasi yang disediakan tidak dibaca sama sekali.

Keempat desain instalasi menerapkan aspek komprehensif atau pemahaman dengan mempertimbangkan fungsi utama museum sebagai sarana edukasi. Dalam konteks studi kasus di museum Sherlock Holmes, edukasi bukan hanya dari segi pengetahuan formal ala buku teks, tetapi juga pengetahuan yang mendalam terkait elemen-elemen yang menyusun semesta Sherlock Holmes dan cerita dibaliknya. Contohnya, ketika melihat gambar dalam pigura, pengunjung sering kali melewatkan deskripsi mengenai gambar tersebut sehingga fungsi edukasi pun tidak tersampaikan. Untuk menanggulangi skenario ini, Holmes Puzzle menjadikan informasi sebagai hadiah yang diberikan kepada pengunjung ketika sudah menyelesaikan suatu tantangan. Karena proses mendapatkan informasi ini melalui sebuah proses gamifikasi, diharapkan pengunjung bisa memberi perhatian khusus kepada deskripsi lukisan yang diberikan di akhir permainan melalui layar. Selain itu, tulisan juga didesain sedemikian rupa dengan ukuran yang lebih besar agar lebih mudah dilihat.

Aspek partisipasi diterapkan pada instalasi yang dapat dilihat secara bersama-sama dengan pengunjung lain, yaitu Holmes Loop yang memungkinkan beberapa orang menekan tombol

untuk memilih maupun memutar gambar hologram, serta Holmes Puzzle yang dapat menerima arahan dari pengunjung lain—baik yang dikenal maupun tidak dikenal—untuk menyelesaikan permainan. Sementara, aspek kontemplasi diterapkan pada Holmes Guide melalui pengisian evaluasi kunjungan dan Holmes POV ketika pengguna gawai menempatkan diri sebagai tokoh selain dirinya sendiri yang berada dalam dimensi ruang dan waktu yang berbeda pula.

KESIMPULAN

Saat ini, peran museum sebagai lembaga yang bertugas untuk melakukan pengarsipan dan konservasi artefak mulai bergeser untuk mengakomodasi kebutuhan pengunjung. Dampaknya, peran museum sebagai lembaga edukasi dan rekreasi yang memiliki efek sosial perlu dioptimalkan sebagai bagian dari upaya peningkatan pariwisata berbasis budaya. Museum juga diharapkan untuk terus berinovasi agar dapat mengintegrasikan teknologi pada instalasi pamerannya.

Tulisan ini menggunakan studi kasus wisata sastra pada Museum Sherlock Holmes, Inggris, mengingat museum tersebut masih banyak menggunakan instalasi yang bersifat konvensional seperti patung dan lukisan. Proses dilakukan berdasarkan kerangka desain yang dirancang berdasarkan kombinasi teori tipe pengalaman (Doering, 2007), tipe ketertarikan (Pekarik et al., 2014), dan moda pengertian (Lord, 2001) untuk menciptakan instalasi yang interaktif. Selain itu, pendekatan sensoris lima indra (Lee, 2013) juga diintegrasikan agar instalasi dapat mengeksplorasi elemen lain di luar visual.

Dari kerangka tersebut, dihasilkan empat konsep redesain instalasi, yaitu Holmes Loop, Holmes Guide, Holmes POV, dan Holmes Puzzle. Dengan ini, konsep dapat dijadikan sebagai acuan penerapan kerangka desain berbasis interaksi dan pengalaman sensoris agar dapat diimplementasikan pada museum lainnya. Konsep yang dihasilkan juga membuktikan bahwa desain produk memiliki peran penting dalam inovasi budaya agar museum tetap relevan di tengah gempuran teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S., Abbas, M. Y., Taib, M. Z. M., & Masri, M. (2014). Museum Exhibition Design: Communication of meaning and the shaping of knowledge. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 153, 254-265.
- Candlin, F. (2008). Museums, modernity and the class politics of touching objects. In *Touch in museums: Policy and practice in object handling* (pp.9-20). Routledge.
- Claisse, C., Petrelli, D., Ciolfi, L., Dulake, N., Marshall, M. T., & Durrant, A. C. (2020, April). Crafting critical heritage discourses into interactive exhibition design. In *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-13).
- Doering, Z. D. (2007). Strangers, guests, or clients? Visitor experiences in museums. In *Museum management and marketing* (pp. 331-344). Routledge.
- Eklund, L. (2020). A shoe is a shoe is a shoe: Interpersonalization and meaning-making in museums—research findings and design implications. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(16), 1503-1513.
- Evans, M. K. (2019). “The Name Is Sherlock Holmes, and the Address Is 221B Baker Street”: Virtual Reality, Fan Communities, and Tourism. *The Journal of Popular Culture*, 52(6), 1494-1511.

- Hoppen, A., Brown, L., & Fyall, A. (2014). Literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations?. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(1), 37-47.
- Howes, D., Levent, N., & Pascual-Leone, A. (2014). The Secret of Aesthetics Lies in the Conjugation of the Senses. In *The multisensory museum: Cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory, and space* (pp. 285-300). Rowman & Littlefield.
- Lacey, S., & Sathian, K. (2014). Please DO touch the exhibits! Interactions between visual imagery and haptic perception. In *The multisensory museum: Crossdisciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory and space* (pp. 3-16). Rowman & Littlefield.
- Lake-Hammond, A., & Waite, N. (2010). Exhibition design: Bridging the knowledge gap. *The Design Journal*, 13(1), 77-98.
- Lee, J. (2013, February). Design for all 5 senses. *TED*. Retrieved from https://www.ted.com/talks/jinsop_lee_design_for_all_5_senses?language=en
- Liu, C. R., Wang, Y. C., Kuo, T. M., Chen, H., & Tsui, C. H. (2022). Memorable dining experiences with five senses: Conceptualization and scale development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53, 198-207.
- Lord, B. (2001). The purpose of museum exhibitions. In *Manual of museum exhibitions* (pp. 7-22). Rowman & Littlefield.
- Meacci, L., & Liberatore, G. (2018). A senses-based model for experiential tourism. *Tourism & Management Studies*, 14(4), 7-14.
- Pekarik, A. J., Schreiber, J. B., Hanemann, N., Richmond, K., & Mogel, B. (2014). IPOP: A theory of experience preference. *Curator: The Museum Journal*, 57(1), 5-27.
- Rathee, R., & Rajain, P. (2017). Sensory marketing-investigating the use of five senses. *International Journal of Research in Finance and Marketing*, 7(5), 124-133.
- Scheibe, E. (2014). Stages of experience: theatrical connections between the seven stages of experience and historical museums. In *Theatre Symposium* (Vol. 22, No. 1, pp. 99-109). The University of Alabama Press.
- Shao, M., & Lin, D. (2021). A study on how the five senses are affected when tourists experience towns with forest characteristics: An empirical analysis based on the data of Fujian, Guangdong and Sichuan in China. *Sustainability*, 13(15), 8283.
- Wang, S. (2020). Museum as a sensory space: A discussion of communication effect of multi-senses in Taizhou Museum. *Sustainability*, 12(7), 3061.
- Young, M. R. (2002). Experiential learning = hands-on + minds-on. *Marketing Education Review*, 12(1), 43-51.
- Zhang, M., & Park, J. (2023). A Study of "Five Senses" in Application of Packaging Design of Products. *Studies in Art and Architecture*, 2(4), 43-49.