

# **REPRESENTASI MUSEUM SEJARAH DALAM GAYA HIDUP REMAJA**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Remaja Pengunjung Museum Benteng  
Vredeburg Yogyakarta)



## **SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

**AMELIA HAYUNING PAKARTI**

NIM. 12730019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2017**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Amelia Hayuning Pakarti  
NIM : 12730019  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 31 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Amelia Hayuning Pakarti  
NIM. 12730019



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Amelia Hayuning Pakarti  
NIM : 12730019  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**REPRESENTASI MUSEUM SEJARAH DALAM GAYA HIDUP**  
**REMAJA**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif pada Remaja Pengunjung Museum**  
**Benteng Vredenburg Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqsyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 30 Agustus 2017

**Pembimbing**

**Rika Lusri Virga, S.IP., M.A**  
**NIP. 19850914 201101 1 014**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-365/Un.02/DSH/PP.00.9/10/2017

Tugas Akhir dengan judul : REPRESENTASI MUSEUM SEJARAH DALAM GAYA HIDUP REMAJA (Studi Deskriptif Kualitatif pada Remaja Pengunjung Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AMELIA HAYUNING PAKARTI  
Nomor Induk Mahasiswa : 12730019  
Telah diujikan pada : Rabu, 13 September 2017  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A  
NIP. 19850914 201101 2 014

Penguji I

Drs Siantari Rihartono, M.Si  
NIP. 19600323 199103 1 002

Penguji II

Lukman Nusa, M.I.Kom.  
NIP. 19861221 201503 1 005

Yogyakarta, 13 September 2017  
UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004

## MOTTO

COMPARE YOURSELF ONLY TO YOUR PREVIOUS SELF

\_GOSTLE\_

Everyone has Things They Can and Cannot Do

I'll do what You Can't Do and You Do what I Can't Do

\_Sanji Vinsmoke\_

If You Don't Take a RISK You CAN'T CREATE a FUTURE

\_Monkey D. Luffy\_

Lambat Bukan Berarti Abai

Diam Bukan Berarti Tidak Berproses

\_Amelia Hayuning Pakarti\_

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini saya persembahkan untuk:*

*Almamater tercinta*

*Program Studi Ilmu Komunikasi*

*Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*

*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah* robbil'alamiin puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan yang diridhoi dan penuh keberkahan. Selama proses pengerjaan skripsi ini, peneliti dibantu oleh berbagai macam pihak, yang peneliti anggap berperan langsung maupun tak langsung turut berjasa dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi, sekaligus sebagai Dosen Penguji 1 Skripsi
3. Bunda Rika Lusri Virga, S.IP., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah membimbing dan memberikan berbagai masukan untuk peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Rama Kertamukti, M.Sn selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) kelas IKom A 2012, yang telah membimbing peneliti, memberikan banyak saran, dukungan dan cerita motivasi, terimakasih atas bimbingannya selama lebih dari 4 tahun lebih ini.
5. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi: Pak Mahfud, Bu Yani, Pak Bono, Pak Iswandi, Pak Iqbal, Bu Fatma, Bu Ajeng, Pak Alip, serta mba Anin dan mba Fafa juga. Semoga Prodi Ikom selalu melahirkan Mahasiswa Mahasiswi yang Kreatif dan Profesional;
6. Staff Tata Usaha (TU) FISHUM, Ibu Nur Fadhilah, dan bapak ibu lainnya, yang telah membantu mengurus administrasi selama berproses mengerjakan skripsi.

7. Pihak Museum Benteng Vredeburg, Ibu Dra. Zaimul Azzah, M.Hum, Mba Reni, Pak Budi, dan staff Tata Usaha Museum Benteng Vredeburg.
8. Informan pengunjung Museum Benteng Vredeburg : Yuniar, Khafidzoh, Hindun Nur 'aisyah, Joni, Edi Prasetyo yang telah berkenan diwawancarai.
9. Rumah Pohon Ramanda Darno, S.Pd dan Ibunda Kanti Lestari, S.Pd Mamas Muhammad Luhung Pribadi dan Si Ragil Muhammad Firman Athallah, terimakasih atas doa, support, omelan dan cinta kasihnya.
10. Sahabat Tercinta Lala, Aninda, Intan, Monik, Tanti, Robi, Fika, Nadine, Aulia, Estriana, de' Shella, terimakasih atas doa dan dukungannya.
11. Ma Brotherhood Putut, Denanda, Igun, Wildan, Abror, Ijang, Didi, Yoga, Dwinanda terimakasih sudah selalu menjadi tempat berbagi tawa, makanan, curhatan, tangisan dan kerepotan lainnya.
12. Keluarga Teater Mega Bakhti, Latapek, Falakh, Mas Ivo, Gisel, Topan, Ja'far, Danov, Mas Rayuh, Mas Zain terimakasih selalu menjadi tempat berbagi banyolan dan hal-hal diluar jangkauan akal.
13. Keluarga Besar IKoMA 2012 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, Riska, Rofik, Umi, Diani, Denda, Herlina, Amell, Cicu, Haliemah, Intan, Oky, Zaldi dkk atas kebersamaannya selama ini. Kak : Mei, Aida, Muthe, Putri, atas support dan kasih sayangnya. Mas Danang, Fajri, Hasan, Mas Wachid, Halim, Tsabbit atas moodboster liburannya penghilang jenuh dikala penat skripsi dan berbagai wejangannya. Mba Tiwi, Thea, Widya, Ishom atas segala saran, dukungan serta berbagi keluh kesah dan *curcolannya*.
14. Team Sukses pengudar kebuntuan otak Mas Wachid, Fajri, Riska Rofik
15. Especially thanks to Laptop Lenovo G480 yang baik dan tidak rewel sehingga skripsi ini dapat terselesaikan juga. Sanji and the Nakama, terima kasih telah selalu ada dan menemani, menghibur dikala penat, sedih dan emosi yang lainnya. Love You.

Yogyakarta, 31 Agustus 2017

Sincerelly

Amelia Hayuning Pakarti



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Telaah Pustaka.....	9
E. Landasan Teori .....	13
F. Kerangka Berpikir .....	25
G. Metodologi Penelitian .....	26
<b>BAB II GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>33</b>
A. Sejarah Singkat Museum Benteng Vredeburg .....	33
B. Visi Misi Museum Benteng Vredeburg.....	34
C. Struktur Organisasi Museum Benteng Vredeburg .....	35
D. Koleksi Museum.....	37
E. Fasilitas Umum.....	45
F. Fasilitas Baru .....	46

G. Data Informan.....	48
<b>BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
A. Museum Sejarah Sebagai Objek dalam Gaya Hidup Remaja .....	56
B. Museum Sejarah Sebagai Tanda dalam Gaya Hidup Remaja .....	81
C. Museum Sejarah Sebagai <i>Coding</i> dalam Gaya Hidup Remaja ...	91
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>110</b>
A. Kesimpulan.....	110
B. Saran .....	112
C. Kata Penutup .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Foto Salah Satu Koleksi Museum Benteng Vredeburg.....	39
Gambar 2. Foto Salah Satu Koleksi Museum Benteng Vredeburg.....	41
Gambar 3. Foto Salah Satu Diorama yang berada di Museum .....	44
Gambar 4. Foto Salah Satu Diorama yang berada di Museum .....	45
Gambar 5. Foto Buku Tahunan di area dalam museum.....	57
Gambar 6. Halaman museum setelah gerbang masuk utama.....	58
Gambar 7. Ayah mengambil foto anaknya dengan patug .....	67
Gambar 8. Remaja putri sedang berpose dan temannya memotretnya .....	68
Gambar 9. Pengunjung berfoto dengan koleksi museum.....	68
Gambar 10. Permainan pada Ruang Diorama 3.....	75
Gambar 11 Pengunjung memainkan Permainan di Diorama 3.....	75
Gambar 12. Foto Miniatur Tugu .....	79
Gambar 13. Gerbang Utama Museum Benteng Vredeburg.....	84
Gambar 14. Kegiatan <i>Jamming</i> Musik.....	97
Gambar 15. Foto di Instagram milik Museum Benteng Vredeburg .....	102

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrix persamaan dan perbedaan telaah pustaka.....	12
---	----



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Berpikir.....	25
Bagan 2. Struktur Organisasi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta .....	35



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide

Lampiran 2. Foto Hasil Dokumentasi

Lampiran 3. *Curriculum Vitae*





## ABSTRACT

Museum is an institution that has function to protect, develop, utilize collection such as objects, buildings, structures that have been declared as the cultural heritage or not the cultural heritage and communicate it to the public. Studying about history is an important think for a nation to foster nationalism. In addition studying history could make the next generation more appreciate the struggle of our heroes who seized ours independence from the invanders in the past. Now, the museum visitors especially teenagers come to museum with various reasons, such as to take photograph or selfies in museum because they think museum is a good place for self-documentation. This research aimed to know how teenagers lifestyle could effect museum representation.

This research used qualitative descriptive method with reflective approach as an approach for representation analysis. Data were collected by using in-depth interview method, observation and documentation. Data reliability were checked by using triangulation source.

This research shows that teenagers lifestyle could be the one of causes that changed teenagers representation about historical museum as a place to study but a good place to take selfies or photograph

Keyword : Representation, Reflective approach, Teenagers lifestyle

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Museum merupakan sebuah bangunan atau tempat yang di dalamnya menyimpan berbagai barang yang memiliki nilai sejarah. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan Museum: “Gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, juga ilmu. Tempat menyimpan barang kuno”.

Sedangkan menurut International Council of Museum (ICOM):

*A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.*

(Museum adalah Institusi atau lembaga permanen yang melayani kepentingan masyarakat, terbuka untuk umum yang mana tidak mencari keuntungan dengan cara konservasi (pemeliharaan), penelitian, memamerkan dan mengkomunikasikan benda nyata material manusia dan lingkungannya untuk tujuan edukasi, pendidikan, dan rekreasi).

Museum sendiri memiliki beberapa jenis, ada museum sejarah, museum tekstil, museum perjuangan, atau halnya tempat yang memiliki latar belakang bersejarah sesuai dengan peristiwa, atau museum khusus yang menampilkan barang juga sesuatu yang spesifik oleh museum itu sendiri seperti museum batik, museum reptil dan sebagainya.

Suratmin dalam bukunya yang berjudul “Museum Sebagai Wahana Pendidikan Sejarah (2000:3)” menjelaskan museum memiliki fungsi dan

manfaat. Adapun fungsi museum adalah sebagai tempat rekreasi, tempat ilmu pengetahuan, sumber informasi dan sebagai pendidikan kebenaran, sedangkan manfaat museum yaitu edukatif, inovatif, rekreatif serta imajinatif. Sehubungan dengan penjelasan fungsi dan manfaat museum tersebut, gambaran peradaban suatu bangsa dapat dilihat dari atau melalui museum-museum yang dimilikinya. Seseorang atau wisatawan yang datang di suatu daerah tidak perlu menjelajah seluruh daerah itu untuk mengenal dan melihat kebudayaan atau sejarahnya. Adanya museum-museum menjadikan lapangan yang baik untuk mengetahui dan keinginan memahami peradaban daerah itu sebagian sudah terjawab.

Rasulullah SAW Bersabda:

مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

*“Barangsiapa yang menapaki suatu jalan dalam rangka mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju Surga”*  
[HR. Muslim dan At-Tirmidzi]

Sehubungan dengan sabda Rasulullah SAW tersebut, sudah sepatutnya bagi umat manusia untuk mengenal, melihat kebudayaan dan mempelajari sejarah bangsanya yang merupakan salah satu kegiatan yang dapat memperluas Ilmu pengetahuan. Studi ilmu komunikasi tepatnya dalam lapangan kajian budaya (*Cultural Studies*) meliputi investigasi tata cara budaya yang dihasilkan melalui sebuah perjuangan diantara ideologi-ideologi (Littlejohn, 2012:447). Raymond Williams 1997 (dalam Fiske, 2012:269) menyebutkan bahwa salah satu penggunaan utama dari ideologi yaitu proses umum dari produksi makna dan ide. Ideologi digunakan untuk mendeskripsikan produksi sosial dari

makna, oleh karena itu memahami budaya juga berarti berusaha menyamakan ideologi guna menyatukan pemaknaan bersama untuk mencapai keterkaitan dalam berkomunikasi.

Ilmu pengetahuan kini berkembang semakin pesat, tak terkecuali dalam bidang teknologi informasi. Dewasa ini perkembangan teknologi informasi diikuti dengan munculnya media sosial. Media sosial kini menjadi sebuah wadah baru untuk saling berhubungan, menciptakan ide, peluang usaha maupun *self-branding*. Salah satu kelompok yang dekat dan menggemari media sosial diantaranya adalah remaja. Berbagai hal menjadi alasan media sosial begitu menarik bagi para remaja. Peg Streep seorang pemerhati tren digital dan remaja dalam “Psychology Today”, Selasa, 25 Juni 2013 mengemukakan ada empat alasan remaja gemar sosial media yaitu: Mendapatkan Perhatian, Meminta pendapat, Menumbuhkan Citra, dan Kecanduan”. (<https://m.tempo.co/read/news/2013/06/28/061491864/4-alasan-remaja-gemar-media-sosial>, diakses tanggal 25 Juni 2016 pukul 15.00).

Maraknya penggunaan media sosial diikuti dengan fenomena baru dikalangan masyarakat salah satunya yaitu fenomena *Selfie*. *Selfie* adalah bentuk pengambilan gambar diri melalui kamera yang dilakukan oleh diri sendiri. Fenomena *selfie* merupakan salah satu fenomena yang berpengaruh dikalangan remaja saat ini. Nathaniel Herr, profesor psikologi pada American University di Washington, menjelaskan (dalam <http://www.voaindonesia.com/a/tren-foto-selfie-makin-meluas/1897499.html>) mengapa generasi muda khususnya mengambil dan mengunggah selfie: "Saya

kira banyak orang menghubungkannya dengan identitas mereka, bahwa selfie itu menangkap sesuatu yang dapat mereka perlihatkan pada dunia untuk merepresentasikan diri mereka,"

Sehubungan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Nathaniel Herr diatas, fenomena *selfie* menjadi kebutuhan remaja saat ini karena mereka memiliki media sosial yang sering kali diisi oleh foto-foto mereka. Perubahan gaya hidup yang terjadi dikalangan masyarakat tak terkecuali terjadi pada remaja yang antusias untuk mengunjungi tempat wisata yang mereka anggap dapat menunjang *eksistensi* mereka, salah satunya yaitu museum. Masyarakat saat ini merepresentasikan museum secara berbeda, orang-orang tidak lagi datang berkunjung ke museum untuk menggali informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan museum yang dikunjungi atau sekedar rekreasi dan mendokumentasikan momen saja, melainkan museum kini digunakan sebagai salah satu tempat yang dituju untuk mendokumentasikan diri. Tidak jarang beberapa diantaranya kemudian mengunggahnya ke media sosial mereka. Seperti yang diberitakan oleh media online berikut:

Sebuah penelitian dari Art Institute of Chicago menunjukkan museum sekarang menjadi salah satu tempat yang dianggap 'strategis' bagi orang-orang yang hobi selfie. Kecenderungan sebagian besar pengunjung yang datang ke museum ternyata "berburu" selfie dengan karya atau benda yang dipajang di museum. Hasil foto selfie bersama benda-benda sejarah yang dipajang lantas diunggah ke media sosial.

(<http://citizen6.liputan6.com/read/2473561/mencengangkan-jauh-jauh-datang-ke-museum-hanya-untuk-foto-selfie>, diakses Hari Jumat 29 Juli 2016 pukul 15.36 WIB)

Museum merupakan sebuah tempat dimana barang kuno disimpan untuk dipamerkan. Museum juga merupakan tempat yang digunakan sebagai

penyalur pesan bermuatan edukasi bagi pengunjung. Dalam kasus ini (mengunjungi tempat wisata), ada sebuah proses komunikasi yang terjadi di dalamnya, yang dimaksud dari komunikasi disini yaitu komunikasi intrapersonal. Ketika seseorang mengunjungi tempat wisata (museum) ada beberapa hal (simbol-simbol) yang tersaji disana. Simbol tersebut dapat berupa tempat, arca atau barang peninggalan yang dipajang maupun arsitektur atau bangunan. Hal tersebut memberikan pengaruh kepada seseorang bahwa ketika ia mengunjungi sebuah tempat wisata (museum) terdapat proses komunikasi dengan diri sendiri yang terjadi dan menjadikan simbol-simbol (dalam museum) ditangkap melalui panca indra untuk kemudian menarik diri seseorang untuk mengunjungi tempat tersebut. Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Komunikasi ini umumnya membahas mengenai proses pemahaman, ingatan, dan interpretasi terhadap simbol-simbol yang ditangkap melalui panca indra (Bungin, 2006:252).

Komunikasi intrapersonal juga menjadi dasar komunikasi yang lainnya. Oleh karenanya, ketika seseorang memutuskan untuk mengunjungi museum, ada sebuah proses komunikasi dengan diri sendiri yang menyebabkan alasan seseorang untuk mengunjungi museum dan kemudian menjadikan simbol-simbol didalamnya sebagai salah satu bentuk perwakilan komunikasi, entah untuk diri sendiri ataupun untuk berkomunikasi dengan orang lain (dalam konteks komunikasi melalui media sosial).



Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki banyak peninggalan sejarah, hal ini menjadikan Yogyakarta memiliki museum yang beragam. Museum Benteng Vredeburg merupakan salah satu museum yang berada di pusat kota Yogyakarta. Letak Museum Benteng Vredeburg yang strategis menjadikan museum ini sebagai salah satu tempat yang diminati oleh wisatawan sebagai tujuan kunjungan. Kehadiran *kafe* bernuansa klasik didalam museum menjadikan tempat ini semakin menarik dan menambah daya pikat tersendiri bagi para wisatawan untuk datang berkunjung. Museum Vredeburg merupakan tempat yang sejatinya digunakan untuk mengisahkan dan memperkenalkan muatan edukasi bagi masyarakat tentang sejarah bangsa Indonesia. Namun seiring berjalannya waktu, Museum Benteng Vredeburg mengalami penggunaan dan pemaknaan secara beragam oleh pengunjung. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk mendalami fenomena tersebut secara lebih rinci.

Salah satu faktor yang menyebabkan banyaknya wisatawan maupun pengunjung datang untuk mengambil gambar di Museum Benteng Vredeburg diantaranya karena banyaknya pemberitaan tentang beberapa *spot* cantik yang dapat memperindah tampilan di sosial media. Fenomena yang ditemukan peneliti sejalan dengan berita yang dilansir oleh [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com) yang berjudul “11 Spot Museum di Jogja yang Bikin Album Instagram Kamu Makin Kekinian”. Museum Benteng Vredeburg sendiri menempati urutan pertama sebagai museum dengan *spot* cantik. (<http://www.idntimes.com/vita/11-spot->

[museum-di-jogja-yang-bikin-album-instagram-kamu-makin-kekinian](#), diakses tanggal 30 Juli 2016 pukul 09.00 WIB).

Representasi dapat didefinisikan lebih jelasnya sebagai pengguna tanda (gambar, bunyi, dan lain-lain) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu (Danesi, 2011:20). Representasi terkait kemuseuman yang terjadi di Museum Benteng Vredeburg yang dimaksud oleh peneliti adalah pemaknaan kembali museum tersebut oleh pengunjung. Dalam komunikasi terdapat beberapa elemen diantaranya sumber (Komunikator/*source*), penyandian (*encoding*), pesan (*message*), saluran (*channel*), pengawasandian (*decoding*), penerima (komunikasi/*reciever*), umpan balik (*feedback*), dan gangguan (*noise*). Dalam hal ini, museum menjadi sebuah saluran (*channel*). Saluran (*channel*) adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai ke penerima. Semula museum adalah tempat dimana barang-barang atau suatu hal berbau sejarah dan berfungsi sebagai sarana edukasi, atau tempat memperoleh informasi bermuatan sejarah. Museum kini menjadi tempat yang bagus dan indah untuk mengabadikan momen oleh pengunjung. Tak jarang pula sebagai tempat penyelenggaraan *event*, atau acara, foto buku tahunan (*yearbook*) bahkan foto *pre-wedding*.

Terkait representasi yang telah dipaparkan diatas juga diperkuat dengan data yang peneliti peroleh berikut ini:

Perbedaan yang muncul dibanding lima belas tahun lalu adalah kecenderungan dari sebagian pengunjung untuk mengambil foto selfie bersama karya yang dipajang. Jumlahnya bahkan cukup besar yaitu sekitar sepertiga dari pengunjung melakukan hal tersebut.

(<http://soulofjakarta.com/index.php?modul=museum-ini-beralih-fungsi-menjadi-museum-selfie.html&id=OTI1Mg==&kat=4>)  
diakses tanggal 30 Juli 2016 pukul 16.41 WIB)

Dari pernyataan diatas, dapat dilihat bahwa telah terjadi perubahan makna museum yang semula sebagai saluran (*channel*) penyampai pesan bermuatan edukasi, menjadi salah satu *spot* yang diminati salah satunya yaitu untuk mendokumentasikan diri. Penelitian ini menjadi menarik karena penelitian terkait dengan representasi biasanya dilakukan atau merujuk pada film atau iklan sebagai objek penelitian, namun dalam penelitian ini objek yang diambil yaitu Museum Benteng Vredeburg. Sebuah tempat umum (*public place*) dimana ada sebuah interaksi yang terjadi didalamnya. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Representasi Museum Sejarah dalam Gaya Hidup Remaja (Studi Deskriptif Kualitatif pada Remaja Pengunjung Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena yang ditemukan di Museum Benteng Vredeburg, maka peneliti berfokus pada representasi museum sejarah dalam gaya hidup remaja. Maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Bagaimanakah representasi museum sejarah dalam gaya hidup remaja khususnya remaja pengunjung Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui representasi museum sejarah dalam gaya hidup remaja khususnya remaja pengunjung Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritik**

Secara teoritik, penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan keilmuan di bidang ilmu komunikasi tentang kajian budaya (*Cultural Studies*) khususnya Representasi.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan masukan terhadap pihak museum agar mampu meningkatkan pelayanan edukasi bagi pengunjung museum agar esensi dari museum sebagai wahana pembelajaran dan sumber informasi dapat bertahan sehingga pengunjung tidak hanya datang ke museum hanya sekedar mengabadikan momen saja namun mendapatkan pengetahuan terkait dengan hal-hal atau koleksi yang tersaji pada museum tersebut.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Penelitian mengenai representasi telah banyak dilakukan, baik oleh khalayak umum maupun akademisi. Tinjauan pustaka digunakan sebagai referensi untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan. Tinjauan pustaka dipergunakan untuk

mengetahui letak posisi peneliti dengan penelitian sebelumnya dengan maksud untuk menghindari plagiasi. Penelitian ini mengambil setidaknya terdapat tiga penelitian yang dijadikan tinjauan pustaka

**Pertama,** Penelitian dari Rizky Ari Kurniawan (2011). Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dengan judul “Representasi Kecantikan Wanita dalam Iklan Natur-E (Analisis Semiotika terhadap Iklan Majalah Natur-E)”. Risky melakukan penelitian tentang bagaimana representasi kecantikan wanita dalam iklan *Natur-E*. Terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan Risky Ari Kurniawan dengan peneliti yaitu terletak pada beberapa teori dan metode analisis. Riski Ari Kuriawan menggunakan Teori Representasi ditunjang dengan Teori Kecantikan dan Teori Iklan cetak. Penelitian Risky dianalisis dengan menggunakan metode semiotika.

**Kedua,** Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Kurniawan, mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Muhammad Kurniawan (2012) mengambil judul “Representasi Budaya Jawa dalam Desain Kemasan Cokelat Monggo (Studi Deskriptif Kualitatif Kemasan Versi Java Box)”. Metode penelitian yang digunakan oleh Muhammad Kurniawan yaitu penelitian deskriptif kualitatif yang dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitiannya adalah representasi budaya jawa dalam desain kemasan cokelat monggo, sedangkan objeknya adalah tanda-tanda visual yang ada dalam desain kemasan cokelat monggo versi java box. Kesamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan

Muhammad Kurniawan terletak pada teori dan metode penelitian yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan teori representasi. Perbedaannya terletak pada subjek dan objek yang digunakan. Objek dari penelitian ini yaitu perubahan makna atau representasi museum sedangkan subjeknya yaitu pelajar pengunjung Museum Sejarah Benteng Vredeburg Yogyakarta.

**Ketiga**, penelitian oleh Junita Anggrahaeni (2012), mahasiswi Sastra Rusia dari Universitas Indonesia. Junita melakukan penelitian dengan judul Representasi Maskulinitas pada iklan cetak minuman Vodka (Kajian Semiotik). Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif-analisis. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Junita Anggrahaeni dengan peneliti yaitu terletak pada metode penelitiannya. Junita menggunakan metode deskriptif-analisis sedangkan peneliti menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Junita Anggrahaeni yaitu sama-sama menggunakan teori representasi.

Dari ketiga penelitian diatas, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu teori representasi. Perbedaan yang dimiliki peneliti dengan ketiga penelitian sebelumnya yaitu ketiga penelitian sebelumnya menggunakan semiotika sebagai metode analisis mereka sedangkan peneliti menggunakan pendekatan *reflektif* dari Stuart Hall. Selain itu, dari ketiga penelitian sebelumnya, mereka melakukan penelitian terhadap media diantaranya media



iklan dan juga kemasan produk sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilakukan terhadap *publik place* atau tempat umum.

Tabel 1. Matrix persamaan dan perbedaan tinjauan pustaka

Sasaran Telaah	Penelitian yang ditinjau		
	1	2	3
Judul	Representasi Kecantikan Wanita dalam Iklan Natur-E (Analisis Semiotika terhadap Iklan Majalah Natur-E)	Representasi Budaya Jawa dalam Desain Kemasan Cokelat Monggo (Studi Deskriptif Kualitatif Kemasan Versi Java Box)	Representasi Maskulinitas pada iklan cetak minuman Vodka (Kajian Semiotik)
Peneliti	Rizky Ari Kurniawan	Muhammad Kurniawan	Junita Anggrahaeni
Tahun	2011	2012	2012
Model Penelitian	Analisis Semiotika	Deskriptif Kualitatif	Deskriptif Analisis
Persamaan	Teori representasi	Teori representasi	Teori representasi
Perbedaan	Metode analisis, Teori, Objek dan Subjek	Metode analisis, Objek dan Subjek	Metode analisis, Objek dan Subjek

(Sumber: Olahan Peneliti)

## E. Landasan Teori

### 1. Proses Komunikasi

Proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (*source*) yang memiliki sebuah gagasan, ide atau pikiran yang kemudian disampaikan kepada pihak lainnya atau penerima pesan. Dalam komunikasi terdapat beberapa elemen diantaranya sumber (*Komunikator/source*), penyandian (*encoding*), pesan (*message*), saluran (*channel*), pengawasandian (*decoding*), penerima (*komunikasi/reciver*), umpan balik (*feedback*) dan gangguan (*noise*) (Morrison, 2013:16-26).

Saluran (*channel*) adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai ke penerima. Pesan terkadang membutuhkan lebih dari satu saluran untuk dapat mencapai penerimanya. Saluran (*channel*) menjadi sangat penting dalam proses penyampaian pesan kepada penerimanya. John Fiske dalam bukunya yang berjudul pengantar ilmu komunikasi (2012:29) mengemukakan saluran (*channel*) adalah alat-alat yang secara fisik menjadi tempat dimana sinyal ditransmisikan.

Dalam berkomunikasi, kita memiliki cara-cara yang berbeda. Manusia, hewan, tumbuhan dan semesta alam ini memiliki bahasanya sendiri dalam mereka berkomunikasi. Kesamaan latar belakang pengetahuan maupun budaya juga penting dalam memproduksi makna agar tercipta pemahaman dan kesinambungan dalam berkomunikasi. Di dunia ini banyak suku maupun kebangsaan yang berbeda, untuk memproduksi makna dan berkomunikasi satu sama lain, kita

membutuhkan pemaknaan bersama yang bisa kita sebut sebagai “Bahasa”. Representasi adalah suatu proses untuk memproduksi makna dari konsep yang ada dipikiran kita melalui bahasa, sedangkan bahasa merupakan sesuatu yang bekerja sebagai sistem perwakilan (*representation system*) yang bisa mewakili apa yang kita ingin katakan, untuk mengekspresikan atau mengkomunikasikan sebuah pemikiran, konsep gagasan, atau perasaan kepada yang lainnya (penerima pesan/reciver). Bahasa sendiri merupakan sesuatu yang bersifat “tidak stabil” dalam pengertian, bahasa mampu berubah sesuai dengan konteks, pengguna maupun kebudayaan yang berlaku dan memiliki arti yang luas. Bahasa juga dapat berarti sesuatu atau apapun yang bisa berbentuk verbal maupun non-verbal. Dalam sebuah proses komunikasi, sistem representasi inilah yang bekerja dalam sebuah pemaknaan dari sebuah gagasan atau ide menjadi sesuatu yang dapat dikomunikasikan.

#### **a. Representasi**

Aktivitas membentuk ilmu pengetahuan yang dimungkinkan kapasitas otak untuk dilakukan oleh semua manusia disebut representasi. Representasi dapat didefinisikan lebih jelasnya sebagai pengguna tanda (gambar, bunyi dan lain-lain) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu. (Danesi, 2011:20).

Representasi selalu dimediasi oleh interpretasi sadar seseorang dan interpretasi atau arti apa pun bagi sebuah tanda akan mengubah satu situasi ke situasi lainnya. Contoh untuk hal-hal yang ditimbulkan representasi, diibaratkan *cabai* sebagai sebuah objek. *Cabai* terlahir ke dunia sebagai sebuah tanaman yang digunakan untuk memasak juga memiliki rasa pedas. Saat ini sebagai objek, cabai direpresentasikan dalam fisik tertentu. Misalnya, di Indonesia dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, representasi umum cabai meliputi: (1) remaja putri yang centil (2) perempuan yang baru beranjak remaja namun memiliki dandanan seperti orang dewasa (tidak sesuai umurnya) berlebihan (3) perempuan nakal. Setiap poin membentuk representamen tertentu. Makna yang diperoleh dari setiap poin dibangun dalam setiap representamen bukan hanya oleh pembuatnya, namun juga oleh konsep pra-ada tertentu yang bersifat relatif terhadap budaya tempat representamen dibuat. Representasi Cabai di Indonesia akan berbeda dari representasi objek yang sama yang di buat di negara lain.

Representasi menyangkut pembuatan makna. Apa yang di representasikan kepada kita melalui media adalah makna-makna tentang dunia atau cara memahami dunia. Tim O'Sullivan (dalam Noviani, 2002:61-62) memaknai representasi dalam dua arti. Pertama, representasi sebagai sebuah proses sosial dari representing, dan yang

kedua, representasi sebagai produk dari proses sosial *representing* yang mengacu pada sebuah makna.

Dalam proses representasi, ada tiga elemen yang terlibat, yaitu :

1) Obyek

Dalam proses representasi, sesuatu yang direpresentasikan disebut dengan objek. Objek merupakan tanda yang membangkitkan makna atau sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan. Objek dapat berupa representasi mental (ada dalam pikiran) dapat juga berupa sesuatu yang nyata di luar tanda (Pierce dalam Nawiroh Vera, 2014:21).

2) Tanda

Dalam proses representasi, tanda dapat juga disebut sebagai representasi itu sendiri. Tanda adalah segala sesuatu (warna, isyarat, kedipan mata, objek) yang merepresentasikan sesuatu yang lain selain dirinya sendiri.

3) Coding

Dalam proses representasi, seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan atau disebut *coding*. *Coding* inilah yang membatasi makna-makna yang mungkin muncul dalam proses interpretasi tanda. Sesuatu yang sangat esensial dari sebuah tanda adalah ia bisa menghubungkan obyek untuk diidentifikasi, sehingga biasanya satu tanda hanya

akan mengacu pada satu obyek, atau satu tanda mengacu pada sebuah kelompok obyek yang telah ditentukan secara jelas. Dengan demikian, di dalam representasi ada sebuah kedalaman makna.

Hall (1997:25) menyebutkan ada tiga pendekatan representasi:

- 1) Pendekatan Reflektif, bahwa makna diproduksi oleh manusia melalui ide, media objek dan pengalaman-pengalaman di dalam masyarakat secara nyata.
- 2) Pendekatan Intensional, bahwa penutur bahasa baik lisan maupun tulisan yang memberikan makna unik pada setiap hasil karyanya. Bahasa adalah media yang digunakan oleh penutur dalam mengkomunikasikan makna dalam setiap hal-hal yang berlaku khusus yang disebut unik.
- 3) Pendekatan Konstruksionis, bahwa pembicara dan penulis, memilih dan menetapkan makna dalam pesan atau karya (benda-benda) yang dibuatnya. Tetapi, bukan dunia material (benda-benda) hasil karya seni dan sebagainya yang meninggalkan makna tetapi manusialah yang meletakkan makna.

Sehubungan dari penjelasan Hall tentang pendekatan yang digunakan dalam representasi diatas, maka dari ketiga pendekatan representasi tersebut, peneliti akan menggunakan pendekatan reflektif sebagai pendekatan yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini dikarenakan pada pendekatan intensional berfokus pada bahasa yang digunakan oleh penulis, pembicara, ataupun pelukis untuk

menunjukkan apa yang ingin mereka sampaikan/katakan. Pendekatan Intensional menaruh perhatian terhadap pandangan *creator*/produser representasi tersebut. Sedangkan pendekatan konstruksionis lebih kepada bagaimana bahasa membangun sebuah makna, pendekatan konstruksionis menaruh perhatian terhadap bagaimana representasi dibuat melalui Bahasa, termasuk kode-kode visual.

Penelitian ini adalah tentang bagaimana sebuah museum sejarah mengalami pemaknaan kembali sehingga peneliti menggunakan pendekatan reflektif yang mana makna diproduksi oleh manusia melalui ide, media objek dan pengalaman-pengalaman dalam masyarakat secara nyata, secara lebih sederhana yaitu bagaimana pengunjung membentuk makna baru melalui ide, media objek atau pengalaman nyata dalam masyarakat yang mereka temui.

## **2. Teori Simbol**

Simbol menjadi penyebab dari semua pengetahuan dan pengertian yang dimiliki manusia. Langer (dalam Morrisson, 2013:135) menjelaskan perasaan manusia diperantarai oleh sejumlah konsep, simbol dan bahasa. Suatu tanda (*sign*) adalah suatu stimulus yang menandai kehadiran sesuatu yang lain. Tanda berhubungan erat dengan maksud tindakan sebenarnya (*actual sign action*). Dimisalkan awan mendung di langit bisa menjadi tanda hujan, tertawa adalah tanda bahagia. Semua hubungan sederhana ini dinamakan signifikansi (*signification*) yaitu makna yang dimaksudkan dari suatu tanda.



Simbol, sebaliknya, ia bekerja dengan cara yang lebih kompleks yaitu dengan membolehkan seseorang untuk berpikir mengenai sesuatu yang terpisah dari kehadiran segera suatu tanda. Simbol adalah “suatu instrument pikiran” (Instrument of thought). Langer memandang “makna” sebagai suatu hubungan yang kompleks diantara simbol, objek dan orang. Makna terdiri atas aspek logis dan psikologis. Aspek logis merupakan hubungan antara simbol dan referennya, yang kemudian dinamakan denotasi (denotation), sedangkan aspek makna psikologis adalah hubungan antara simbol dengan orang yang kemudian dinamakan sebagai konotasi (connotation). Setiap simbol atau seperangkat simbol menyampaikan sesuatu “konsep” yaitu suatu ide umum, pola atau bentuk. Menurut Langer, konsep adalah makna bersama di antara sejumlah komunikator yang merupakan denotasi dari simbol. Gambaran personal (personal image) adalah pengertian yang bersifat pribadi (privat conception).

Langer menyatakan bahwa, manusia memiliki kecenderungan yang melekat untuk melakukan abstraksi (abstraction), yaitu proses membentuk ide umum dari berbagai pengalaman konkret yang didasarkan atas denotasi dan konotasi simbol. Abstraksi adalah proses meninggalkan berbagai detail dalam menggambarkan suatu objek, peristiwa atau situasi kedalam istilah yang lebih umum (Morrisan, 2013:138).

### 3. Gaya Hidup (*Lifestyle*)

#### a. Gaya Hidup

*Lifestyle* atau Gaya Hidup merupakan bagian dari *costumer behavior*. Gaya hidup adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup dapat menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Pola hidup tersebut ditunjukkan dalam minat maupun aktivitasnya. (Sugihartati, 2010:43-44).

Disebutkan dalam Widjaja (2009:40) *Lifestyle* atau gaya hidup adalah *activities, interest, dan opinions* kehidupan suatu kelompok masyarakat yang berinteraksi dengan lingkungannya. American Marketing Association (dalam Widjaja, 2009:40) menjelaskan, gaya hidup memiliki arti: 1) *This is the manner in which the individual copes and deals with his/her psychological and physical environment on a day-to-day basis. More specifically, it is used by some theorist as a phrase describing the consumer.* 2) *The manner in which people conduct their lives, including their activities, interests, and opinions.*

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menunjukkan pada bagaimana individu menjalankan kehidupannya dalam hal bagaimana menghabiskan uang dan waktunya. Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan individu. Gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik kepribadian, yaitu perilaku seseorang. Terjadinya

perubahan gaya hidup dari generasi ke generasi karena adanya perubahan sosial di masyarakat dan lingkungan ekonomi yang berubah.

Perilaku individu yang diwujudkan dalam bentuk aktivitas (*activities*), minat (*interest*) dan pandangan individu (*opinion*) untuk mengaktualisasikan kepribadiannya karena pengaruh interaksi dengan lingkungannya disebut gaya hidup (Widjaja, 2009:40).

Berdasarkan penjelasan diatas, indikator gaya hidup meliputi:

- a. aktivitas (*activity*) merupakan bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka
- b. ketertarikan (*interest*) merupakan apa yang seseorang atau mereka anggap penting dalam lingkungannya
- c. pendapat (*opinion*) merupakan apa yang seseorang atau mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya.

## **b. Remaja**

Hurlock dalam bukunya yang berjudul Psikologi perkembangan (1980 : 206) menjelaskan bahwa remaja berasal dari bahasa Latin *adolescere* (kata bendanya *adolescentia* yang berarti remaja) yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi Dewasa.”

### 1) Masa remaja

Masa remaja dimulai pada saat anak secara seksual menjadi matang dan berakhir saat ia mencapai usia matang secara hukum. Secara umum masa remaja dibagi menjadi dua bagian, yaitu masa

remaja awal dan masa remaja akhir. Garis pemisah antara awal masa remaja terletak kira-kira di sekitar usia tujuh belas tahun, usia dimana rata-rata setiap remaja memasuki sekolah menengah tingkat atas. Ketika remaja berada di kelas tingkat akhir, biasanya orang tua menganggapnya hampir dewasa. Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari tiga belas tahun sampai enam belas atau tujuh belas tahun. Dan akhir masa remaja bermula dari usia enam belas, tujuh belas hingga delapan belas tahun dimana usia tersebut telah dianggap matang secara hukum. (Hurlock, 1980 : 206)

## 2) Beberapa Minat Remaja

Dalam masa remaja, minat yang dibawa dari masa kanak-kanak sudah mulai berkurang dan digantikan dengan minat ataupun kegiatan yang lebih matang. Pengalaman membantu remaja untuk menilai minatnya secara lebih kritis dan untuk mengetahui mana yang benar-benar penting. Semua remaja sedikit banyak memiliki minat-minat khusus yang terdiri dari beberapa kategori, seperti yang dikemukakan Hurlock dalam Psikologi Perkembangan (1980:217) berikut ini.

### a) Minat Rekreasi

Minat rekreasi adalah ketertarikan remaja pada aktivitas rekreasi atau tamasya, biasanya hal tersebut merupakan dorongan dari akibat banyaknya tekanan yang

berasal dari tugas sekolah. Banyaknya Rekreasi yang diikuti remaja juga sangat dipengaruhi oleh derajat kepopulerannya.

b) Minat Sosial

Minat yang bersifat sosial dan bergantung pada kesempatan yang diperoleh remaja untuk mengembangkan minat tersebut pada kepopulerannya dalam kelompok.

c) Minat-minat pribadi

Minat pribadi meliputi minat yang terkuat dikalangan kaum muda. Hal ini meliputi minat terhadap pakaian, penampilan diri, prestasi maupun pada kemandirian.

d) Minat Pendidikan

Minat remaja terkait Pendidikan biasanya tidak jauh dari dari minat mereka terhadap pekerjaan.

e) Minat pada Pekerjaan

Minat pekerjaan dipengaruhi adanya dorongan untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Hal ini biasanya didasarkan kepada bagaimana mereka akan menata masa depan melalui pekerjaan dengan gaji tinggi dan status sosial yang lebih tinggi.

f) Minat pada Agama

Agama berperan penting dalam kehidupan. Minat dalam agama lebih kepada membahas tentang persoalan

agama, mengikuti pelajaran agama di sekolah maupun perguruan tinggi atau berbagai upacara agama.

g) Minat pada Simbol Status

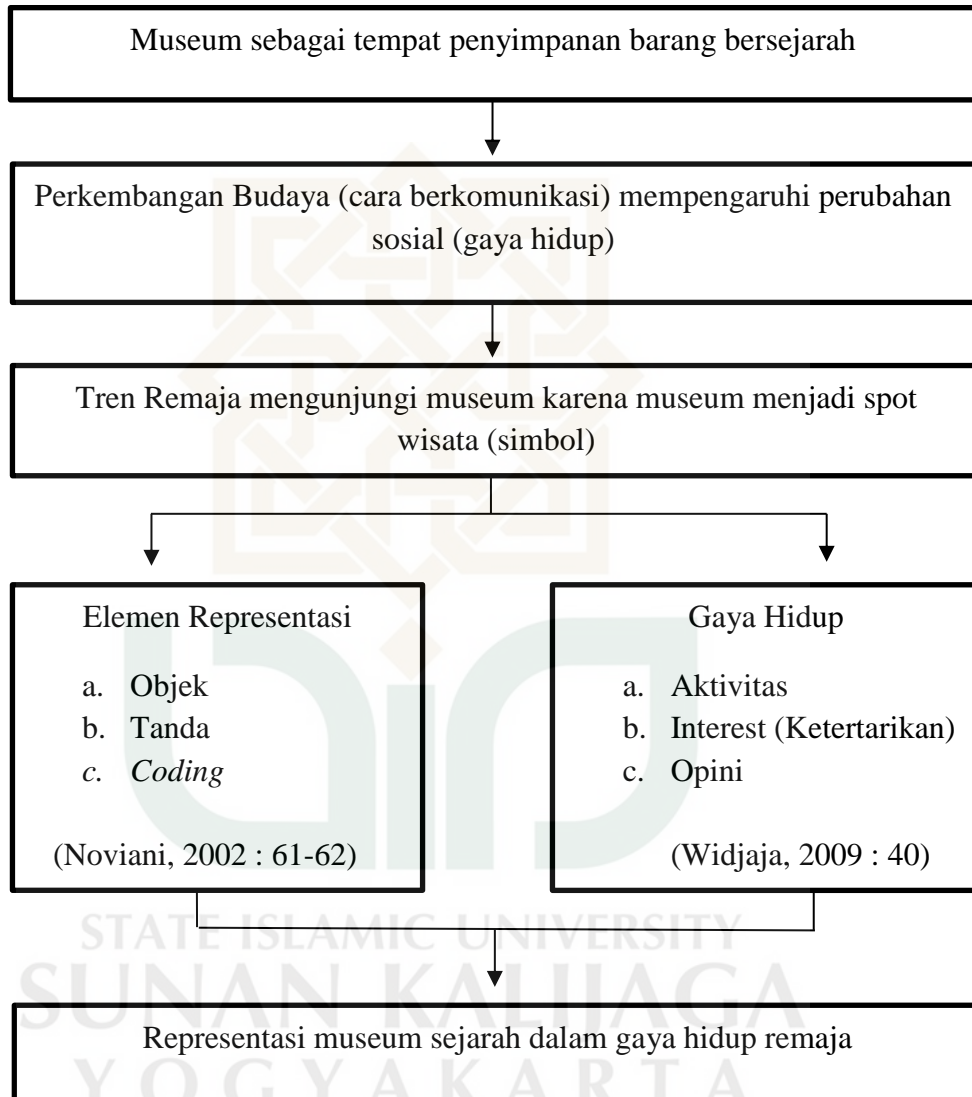
Simbol status merupakan simbol *prestise* yang menunjukkan bahwa orang yang memilikinya lebih tinggi atau mempunyai status yang lebih tinggi dalam kelompok.

**c. Gaya Hidup Remaja**

Adanya penjelasan di atas maka gaya hidup remaja adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain yang dilakukan oleh seseorang yang tengah mengalami masa peralihan tumbuh menjadi dewasa.

## F. Kerangka Berpikir

**Bagan 1. Kerangka Berpikir**



(Sumber: Olahan Peneliti)



## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah riset kualitatif. Sedangkan tipe penelitian tipe penelitian ini adalah tipe deskriptif kualitatif, dimana peneliti kemudian akan menjalani proses observasi dimana peneliti akan mengamati langsung objek yang diteliti dan disertai dengan wawancara. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata maupun gambar dan bukan angka (Kriyantono, 2006:64).

Alasan peneliti menggunakan metode ini yaitu untuk mengetahui perubahan pemaknaan museum atau representasi museum sejarah dalam gaya hidup remaja. Penelitian komunikasi seperti ini akan mendapatkan data yang lebih mendalam karena meliputi kegiatan observasi yang kemudian dipadu dengan wawancara mendalam serta triangulasi sumber.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

#### **a. Subjek Penelitian**

Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana orang yang dijadikan sampel diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh periset berdasarkan tujuan riset, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. (Kriyantono, 2006:158). Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah remaja pengunjung Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta sebagai subjek utama. Peneliti merujuk kepada pengunjung yang

dikategorikan dalam kategori remaja. Menurut Hurlock (1980:206) awal masa remaja berlangsung dari tiga belas tahun hingga tujuh belas tahun sedangkan akhir masa remaja berawal dari usia enam belas tahun hingga delapan belas tahun. Berdasarkan rentang usia remaja yang dikemukakan oleh Hurlock maka peneliti berfokus pada kriteria pengunjung dengan rentang usia 13 hingga 18 tahun. Pengunjung remaja tersebut juga merupakan pengunjung yang pernah mengunjungi museum lain selain Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta ataupun telah beberapa kali mengunjungi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.

Peneliti akan mewawancarai pengunjung sekiranya data yang diperlukan untuk dapat terpenuhi. Peneliti juga akan mewawancarai pihak dari Museum Benteng Vredeburg yaitu Kepala serta *Educator* Museum Benteng Vredeburg karena pihak museum dan *Educator* adalah salah satu pihak yang bersinggungan langsung dengan aktivitas yang terjadi dalam museum, terutama dengan *Educator* yang secara langsung menangani pengunjung untuk memperkenalkan atau menjelaskan apa isi dari museum yang dikunjungi oleh pengunjung itu sendiri.

#### **b. Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah representasi atau pergeseran makna Museum Sejarah Benteng Vredeburg dalam gaya hidup remaja.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Sesuai dengan bentuk pendekatan penelitian kualitatif dan sumber data yang digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

#### a. Wawancara Mendalam (*depth interview*)

Wawancara mendalam atau *depth interview* merupakan salah satu instrument penting dalam melakukan pengumpulan data. Hal ini tentunya melibatkan subjek realitas yang dipilih untuk diteliti. “Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam” (Kriyantono, 2006:98). Wawancara mendalam disebut juga wawancara intensif karena menjadi alat utama pada riset kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi.

#### b. Observasi

Observasi adalah kegiatan yang setiap saat kita lakukan untuk memahami lingkungan. Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan oleh objek tersebut.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner dan wawancara biasanya dilengkapi dengan

kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya yaitu untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis interpretasi data. Dokumen bisa berbentuk dokumen publik ataupun dokumen privat (Kriyantono, 2006:120).

#### **4. Analisis Data**

Dalam mengkaji representasi, ada tiga pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan reflektif, pendekatan intensional dan yang terakhir pendekatan konstruktif. Pendekatan yang digunakan untuk mengkaji representasi museum sejarah benteng vredeburg dalam penelitian ini yaitu pendekatan reflektif.

Pemilihan pendekatan reflektif sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini dikarenakan penelitian yang diambil yaitu mengenai pergeseran makna museum oleh pengunjung museum benteng vredeburg. Dalam pendekatan reflektif, makna diproduksi oleh manusia melalui ide, media objek dan pengalaman-pengalaman di dalam masyarakat secara nyata. Hall mengungkapkan (Burton, 2012:141). Pendekatan reflektif berkaitan dengan pandangan atau makna tentang representasi yang entah dimana “diluar sana” dalam masyarakat sosial kita. Oleh Karena itu, peneliti menganggap pendekatan ini cocok digunakan dalam mengkaji representasi museum sejarah dalam gaya hidup remaja yang berfokus pada bagaimana pengunjung memaknai museum sejarah atau secara lebih spesifik bagaimana pengunjung memproduksi makna tentang museum

sejarah melalui ide, media objek atau pengalaman dalam masyarakat secara nyata yang mereka alami.

*In the reflective approach, meaning is thought to lie in the object, person, idea or event in the real world. and language functions like a mirror, to reflect the true meaning as it already exists in the world.* (Pada pendekatan reflektif, makna terdapat pada objek, seseorang, ide, atau kejadian nyata. Fungsi bahasa disini bagaikan cermin yang mana merefleksikan makna sebenarnya seperti yang terjadi dalam dunia nyata).

*Representation is a practice, a kind of 'work', which uses material objects and effects. But the meaning depends, not on the material quality of the sign, but on its symbolic function. It is because a particular sound or word stands for, symbolizes or represents a concept that it can function, in language, as a sign and convey meaning - or, as the constructionists say, signify (sign-i-fy).* (Representasi merupakan satu amalan atau lebih mudahnya merupakan sejenis 'pekerjaan', yang menggunakan benda-benda material dan efek. Maksud atau makna tidak tergantung pada kualitas bahan tanda, melainkan pada fungsi simbolik, dikarenakan suara tertentu atau firman berdiri untuk melambangkan atau mewakili sebuah konsep yang dapat berfungsi dalam bahasa, sebagai tanda dan menyampaikan maksud atau sebagai pembangun atau menandakan (*sign-i-fy*)) (Hall, 1997:24-6).

Proses analisis dari penelitian ini akan berfokus pada bagaimana seseorang tersebut dalam memproduksi makna. Bagaimana seseorang

memaknai kembali suatu hal melalui ide, media objek atau pengalaman-pengalaman nyata dalam kehidupan yang ditemukan, diadopsi atau diciptakan yang kemudian membentuk sebuah makna baru.

## 5. Metode Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, metode keabsahan yang peneliti gunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi adalah menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Disini jawaban subjek di *cross-check* dengan dokumen yang ada. Dwidjowinoto (dalam Kriyantono, 2010) Triangulasi Sumber adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan melalui informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara; membandingkan apa yang dikatakan oleh umum dengan yang dikatakan pribadi. Peneliti akan melakukan triangulasi sumber dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

Untuk mencapai keabsahan data, peneliti akan melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu

- d. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan





## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian serta analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Museum Benteng Vredeburg telah mengalami representasi atau pemaknaan kembali. Hal tersebut tidak terlepas dari pembenahan-pembenahan dan inovasi yang dilakukan oleh pihak museum. Representasi tersebut telah terbentuk melalui elemen objek, tanda dan *coding* sesuai dengan pemaparan dalam analisis yang telah dilakukan peneliti pada BAB III, berikut pemaparannya :

1. Berdasarkan Objek, Museum Sejarah Benteng Vredeburg memiliki bangunan berbentuk benteng, bangunan benteng yang terkesan klasik akhirnya dimanfaatkan oleh pengunjung atau masyarakat sebagai sebuah latar pengambilan foto, diantaranya seperti *pre-wedding* dan juga buku tahunan atau *yearsbook*. Adanya media objek tersebut menjadikan pengunjung remaja lebih banyak menghabiskan waktu mereka dengan berfoto bersama koleksi yang ada seperti diorama ataupun patung dan miniature. Selain berfoto, adanya permainan-permainan yang terdapat didalam museum membuat pengunjung remaja dapat memainkan permainan yang ada. Perihal objek tersebut yang akhirnya mempengaruhi aktivitas, ketertarikan dan opini pengunjung remaja Museum Benteng Vredeburg bahwa saat ini Museum Benteng Vredeburg merupakan

tempat yang bagus untuk dijadikan latar pengambilan foto/gambar.

2. Berdasarkan Tanda, Museum Benteng Vredeburg memiliki bangunan penanda yaitu bangunan benteng dan juga bentuk bangunan dengan arsitektur Belanda, keberadaan miniatur dan suasana asri karena rindang pepohonan dan tanaman hias yang ada pada Museum Benteng Vredeburg mempengaruhi aktivitas, ketertarikan dan opini dari pengunjung remaja Museum Benteng Vredeburg. Diawali dengan berjalan-jalan menyusuri setiap sudut benteng, kemudian dilanjutkan dengan mengabadikan momen yang nantinya untuk mereka unggah di media sosial yang mereka miliki. Dengan demikian di mata pengunjung remaja, Museum Benteng Vredeburg saat ini menjadi sebuah tempat yang *instagramable* yang meninggalkan rasa kebanggaan tersendiri karena memiliki salah satu bangunan peninggalan jaman penjajahan yang masih kokoh berdiri.

3. Berdasarkan Coding, lingkungan museum yang hanya dimiliki oleh Museum Benteng Vredeburg serta fasilitas seperti bioskop mini yang dapat dinikmati saat akhir pekan juga kegiatan-kegiatan akhir pekan yang tidak ditemui di museum lain seperti *Jamming* musik akhir pekan mempengaruhi aktivitas, ketertarikan dan opini dari pengunjung remaja sehingga menjadikan Museum Benteng Vredeburg saat ini menjadi tempat yang masa kini atau *kekinian*

untuk sekedar dikunjungi ataupun tempat berkumpul bersama teman maupun keluarga di akhir pekan dan juga masa liburan.

Melalui penjelasan ketiga elemen diatas dapat diketahui bahwa representasi atau pemaknaan kembali pada Museum Benteng Vredeberg memang terjadi. Hal ini dapat diketahui dari banyaknya aktivitas baru yang dilakukan oleh remaja pengunjung Museum Benteng Vredeburg sesuai dengan hasil penelitian yang telah dijabarkan oleh peneliti sebelumnya. Museum yang semula hanya berperan sebagai lembaga yang bertugas melindungi menjaga dan memperkenalkan serta mengkomunikasikan kepada masyarakat, saat ini telah menjadi tempat pembelajaran yang memiliki unsur *edutainment* (pembelajaran yang menyenangkan).

## **B. Saran**

Museum merupakan salah satu tempat yang diharapkan mampu mengkomunikasikan warisan budaya, oleh karenanya:

### **1. Bagi Pembaca atau Peneliti Selanjutnya**

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengupas lebih dalam terkait gaya hidup remaja. Peneliti merasa bahwa hal-hal mengenai gaya hidup remaja masih belum terulas dengan cukup.

### **2. Bagi Remaja**

Kegiatan mengunjungi museum dapat menumbuhkan rasa kecintaan terhadap museum beserta cerita dan *content* dari museum itu sendiri, tidak

hanya sekedar berkunjung dan berfoto saja, tetapi juga mendalami koleksi yang tersaji pada museum tersebut, selain itu hal tersebut dapat menumbuhkebangkan kecintaan terhadap warisan budaya serta mempromosikan melalui media sosial bahwa Indonesia memiliki warisan budaya yang beragam dan patut untuk dikenal juga dikunjungi oleh wisatawan, baik lokal maupun mancanegara.

### 3. Bagi Pihak Museum

Diharapkan dari pihak museum dalam memberikan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk mengakses museum dengan mudah, sebagai contoh menambah peta manual untuk pengunjung. Selain itu pihak museum juga diharapkan tetap mempertahankan dan meningkatkan dalam memberikan kenyamanan kepada pengunjung museum agar dapat meninggalkan kesan yang baik dan menyenangkan dan dapat membagi pengalamannya kepada orang lain agar berminat untuk berkunjung ke museum.

### 4. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan lebih memberikan perhatian secara merata terhadap museum-museum yang dimiliki oleh Indonesia, agar museum memiliki standar kenyamanan yang diperuntukkan bagi pengunjung museum, sehingga pengunjung mendapatkan kesan yang baik sehingga meningkatkan minat kunjungan ke museum baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara.

### **C. Kata Penutup**

Puji Syukur Peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur, peneliti berusaha dengan sebaik-baiknya dalam pengerjaan penelitian ini. Peneliti sadar bahwa tentunya masih ada kekurangan dalam penelitian ini, oleh karena itu peneliti akan sangat berterimakasih atas kritik, saran dan masukan yang membangun agar dalam penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi. Semoga penelitian yang belum sempurna ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Burton, Graeme. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra
- Depdikbud. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Danesi, Marcel. 2011. *Pesan Tanda dan Makna : buku teks dasar mengenai semiotika dan teori komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Hall, Stuart. 1997. *Representation : Cultural Representation and Signifying Practices*. London: SAGE Publications
- Hurlock, Elisabeth B. 1980. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Littlejohn, Stephen W. Karen A Foss. 2012. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika
- Noviani, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan, Antara Realitas, Representasi dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Setiadi, S.E., M.M., Dr. Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Sugihartati, R. 2010. *Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme Kajian Tentang Reading For Pleasure dari Perspektif Cultural Studies*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Suratmin. 2000. *Museum Sebagai Wahana Pendidikan Sejarah*. Yogyakarta: Masyarakat Sejarawan Indonesia Cabang Yogyakarta
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Vera, M.Si., Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Widjaja, MM., DR. IR. Bernard T. 2009. *Lifestyle Marketing*. Jakarta

### **Skripsi:**

Skripsi Risky Ari Kurniawan “*Representasi Kecantikan Wanita dalam Iklan Natur-E (Analisis Semiotika terhadap Iklan Majalah Natur-E)*”. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” 2011

Skripsi Muhammad Kurniawan “*Representasi Budaya Jawa dalam Desain Kemasan Cokelat Monggo (Studi Deskriptif Kualitatif Kemasan Versi Java Box)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Skripsi Junita Anggraeni *Representasi Maskulinitas Pada Iklan cetak Vodka (Kajian Semiotik)*. Depok: Fakultas Ilmu dan Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia 2012

### **Internet:**

<http://abimuda.com/2014/11/ayat-dan-hadits-populer-tentang-anjuran.html?m=1>  
diakses tanggal 29 September 2016 pukul 14.27 WIB

<http://citizen6.liputan6.com/read/2473561/mencengangkan-jauh-jauh-datang-ke-museum-hanya-untuk-foto-selfie> diakses tanggal 29 Juli 2016 pukul 15.36 WIB

<http://forumteknologi.com/> tentang jejaring-sosial-terpopuler-di-indonesia diakses tanggal 24 September 2016 Pukul 20.08 WIB

<http://icom.museum/the-vision/museum-definition/> diakses tanggal 21 Juni 2016

<http://idntimes.com/vita/11-spot-museum-di-jogja-yang-bikin-album-instagram-kamu-makin-kekinian> diakses tanggal 30 Juli 2016 pukul 09.00 WIB

<https://m.tempo.co/read/news/2013/06/28/061491864/4-alasan-remaja-gemar-media-sosial>. Diakses tanggal 25 Juni 2016 pukul 15.00

<http://soulofjakarta.com/index.php?modul=museum-ini-beralih-fungsi-menjadi-museum-selfie.html&id=OTI1Mg==&kat=4> diakses tanggal 30 Juli 2016 pukul 16.41 WIB

<http://www.voaindonesia.com/a/tren-foto-selfie-makin-meluas/1897499.html>  
diakses tanggal 11 November 2016 pukul 15.45 WIB



## INTERVIEW GUIDE

### REPRESENTASI MUSEUM SEJARAH DALAM GAYA HIDUP REMAJA

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Remaja Pengunjung Museum Benteng Vredeburg)

Karakteristik Informan : Kepala Museum dan Educator Museum

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Pekerjaan :
- e. Kontak Person :

REPRESENTASI	
ASPEK	PERTANYAAN
<p><b>Objek :</b> Sesuatu yang direpresentasikan. Objek merupakan Tanda yang membangkitkan makna atau sesuatu yang merujuk pada tanda.</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Apa yang Anda pahami tentang Museum ?</li><li>2. Apa yang Anda pahami tentang Museum Benteng Vredeburg ?</li><li>3. Secara umum, kegunaan Museum itu seperti apa ?</li><li>4. Adakah perbedaan antara kegunaan Museum secara umum dengan Museum Benteng Vredeburg ? Apakah Museum benteng Vredeburg memiliki kegunaan lain yang tidak dimiliki museum pada umumnya ?</li><li>5. Menurut Anda perbedaan Museum dulu dengan museum yang sekarang seperti apa ?</li><li>6. Apa yang membedakan Museum Benteng Vredeburg dengan museum yang lainnya ? (keistimewaan dari Museum Benteng Vredeburg)</li></ol>

<p><b>Tanda</b> Tanda merupakan Representasi itu sendiri, Segala sesuatu (Warna, Isyarat, Kedipan Mata, Objek) yang merepresentasikan sesuatu yang lain, selain dirinya sendiri.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurut Anda, apa saja yang dapat mendefinisikan sebuah Museum Benteng Vredeburg ? (Warna, Bangunan, bentuk atau yang lainnya)</li> <li>2. Menurut Anda, Ciri khas apa yang terdapat pada Museum Benteng Vredeburg ? Darimana Anda Memperoleh atau menangkap pandangan tersebut ?</li> <li>3. Menurut Anda, apa yang paling dominan dari Museum Benteng Vredeburg ?</li> <li>4. Adakah perubahan yang terjadi di Museum Benteng Vredeburg ? Seperti apa ?</li> </ol>
<p><b>Coding</b> Coding adalah seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan. Coding membatasi makna-makna yang mungkin muncul dalam proses interpretasi tanda.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurut Anda, Bagaimana suatu tempat dapat dikatakan sebagai museum ?</li> <li>2. Ketika berada dalam Museum Benteng Vredeburg, hal apa yang dapat membantu Anda untuk mewakili atau menandakan bahwa Anda berada dalam Museum Benteng Vredeburg ?</li> <li>3. Adakah Museum yang memiliki kesamaan dengan Museum Benteng Vredeburg ? Mengapa demikian ?</li> </ol>

<b>GAYA HIDUP</b>	
ASPEK	PERTANYAAN
<p><b>Aktivitas</b></p> <p>Aktivitas adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa saja yang biasanya dilakukan pengunjung remaja ketika berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg?</li> <li>2. Dari sekian banyak aktivitas yang dilakukan oleh mereka di museum, dalam sepengetahuan Anda aktivitas apa yang paling sering lakukan ? Mengapa demikian ?</li> <li>3. Pada waktu apa saja biasanya remaja banyak berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg ?</li> </ol>
<p><b>Ketertarikan (<i>Interest</i>)</b></p> <p>Merupakan apa yang seseorang atau mereka anggap penting dalam lingkungannya</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa yang biasanya membuat pengunjung remaja tertarik mengunjungi Museum Benteng Vredeburg ?</li> <li>2. Saat berada dalam Museum Benteng Vredeburg, hal-hal apa saja yang biasanya menarik perhatian mereka ?</li> <li>3. Apa yang biasanya mereka cari ketika berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg ?</li> <li>4. Apa saja upaya yang dilakukan oleh pihak Museum Benteng Vredeburg untuk menarik minat kunjungan ke Museum ?</li> </ol>

<p><b>Opini</b></p> <p>Merupakan apa yang seseorang atau mereka pikirkan tentang diri sendiri dan juga dunia sekitarnya.</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sejauh mana tanggapan pengunjung (remaja) mengenai Museum Benteng Vredeborg ?</li><li>2. Menurut Anda, perbedaan karakteristik pengunjung Museum Benteng Vredeborg dahulu dan sekarang seperti apa ?</li><li>3. Apa pendapat anda mengenai pengunjung remaja Museum Benteng Vredeborg beserta aktivitas yang biasanya mereka lakukan ?</li></ol>
--	---

## INTERVIEW GUIDE

### REPRESENTASI MUSEUM SEJARAH DALAM GAYA HIDUP REMAJA

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Remaja Pengunjung Museum Benteng Vredeburg)

Karakteristik Informan : Pengunjung Museum Benteng Vredeburg

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Pekerjaan :
- e. Kontak Person :

<b>REPRESENTASI</b>	
<b>ASPEK</b>	<b>PERTANYAAN</b>
<b>Objek :</b> Sesuatu yang direpresentasikan. Objek merupakan Tanda yang membangkitkan makna atau sesuatu yang merujuk pada tanda.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Apa yang Anda pahami tentang Museum ?</li><li>2. Apa yang Anda pahami tentang Museum Benteng Vredeburg ?</li><li>3. Gambaran seperti apa yang Anda peroleh tentang Museum Benteng Vredeburg ?</li><li>4. Sebelum ini, Pernahkah Anda mengunjungi museum ? Adakah perbedaan dan persamaan antara Museum yang anda kunjungi sebelumnya dengan Museum Benteng Vredeburg?</li><li>5. Menurut Anda (Pribadi) Kegunaan Museum itu seperti apa ?</li><li>6. Ketika mengunjungi Museum Benteng Vredeburg, menurut Anda pribadi, adakah kegunaan lain dari Museum Benteng Vredeburg ?</li></ol>
<b>Tanda</b> Tanda merupakan Representasi itu sendiri, Segala sesuatu (Warna, Isyarat, Kedipan Mata, Objek) yang merepresentasikan sesuatu yang lain, selain dirinya sendiri.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menurut Anda, apa saja yang dapat mendefinisikan sebuah Museum Benteng Vredeburg ? (Warna, Bangunan, bentuk atau yang lainnya)</li><li>2. Menurut Anda, Ciri khas apa yang terdapat pada Museum Benteng Vredeburg ? Darimana Anda Memperoleh atau menangkap pandangan tersebut ?</li><li>3. Menurut Anda, apa yang paling dominan dari Museum Benteng Vredeburg ?</li></ol>

<p><b>Coding</b></p> <p>Coding adalah seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan. Coding membatasi makna-makna yang mungkin muncul dalam proses interpretasi tanda.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurut Anda, Bagaimana suatu tempat dapat dikatakan sebagai museum ?</li> <li>2. Sejauh mana Anda mengetahui Jenis-jenis museum ?</li> <li>3. Bagaimana Anda memaknai Museum Benteng Vredeburg ?</li> <li>4. Bagaimana pemaknaan Anda tentang hal-hal yang berkaitan dengan Museum Benteng Vredeburg ?</li> <li>5. Ketika berada dalam Museum Benteng Vredeburg, hal apa yang dapat membantu Anda untuk mewakili atau menandakan bahwa Anda berada dalam Museum Benteng Vredeburg ?</li> <li>6. Dalam Sepengetahuan Anda, Adakah Museum yang memiliki persamaan dengan Museum Benteng Vredeburg ? Mengapa Anda berpendapat demikian ?</li> </ol>
---	---

<b>GAYA HIDUP</b>	
ASPEK	PERTANYAAN
<p><b>Aktivitas</b></p> <p>Aktivitas adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seberapa sering anda memilih museum sebagai tujuan wisata ?</li> <li>2. Bagaimana Anda menghabiskan waktu ketika berkunjung di museum?</li> <li>3. Apa saja yang Anda lakukan ketika berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg?</li> <li>4. Dari sekian banyak aktivitas yang anda lakukan di museum, aktivitas apayang paling sering anda lakukan ?</li> <li>5. Mengapa anda lebih sering melakukan <i>aktivitas tersebut</i> (jawaban poin d) dibandingkan dengan aktivitas yang lain ?</li> </ol>
<p><b>Ketertarikan (<i>Interest</i>)</b></p> <p>Merupakan apa yang seseorang atau mereka anggap penting dalam lingkungannya</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa yang membuat Anda memutuskan untuk berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg ?</li> <li>2. Apa yang membuat Anda tertarik saat berada dalam Museum Benteng Vredeburg ?</li> <li>3. Apa yang Anda cari ketika berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg ?</li> </ol>



<p><b>Opini</b></p> <p>Merupakan apa yang seseorang atau mereka pikirkan tentang diri sendiri dan juga dunia sekitarnya.</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Apa yang Anda rasakan setelah berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg ?</li><li>2. Menurut Anda, bagaimana suasana di dalam Museum Benteng Vredeburg ini ?</li><li>3. Apa yang ada dalam pikiran anda saat mengunjungi museum ? (pendapat mengenai diri anda)</li></ol>
--	---

Lampiran 3





Lampiran 3



YOGYAKARTA

# CURRICULUM VITAE

## A. BIODATA PRIBADI

Nama Lengkap : AMELIA HAYUNING PAKARTI  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Banjarnegara, 22 Desember 1993  
Alamat Asal : Banjarnegara  
Alamat Tinggal : Kutabanjarnegara, Gang Serayu 3 no.38  
RT05/02 Banjarnegara, Jawa Tengah  
53415  
Email : ameliahayuning@gmail.com  
No. HP : 085747861686



## B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN FORMAL

JENJANG	NAMA SEKOLAH	TAHUN
TK	TK ABA V BANJARNEGARA	1999 - 2000
SD	SD NEGERI 1 KUTABANJARNEGARA	2000 - 2007
SMP	SMP NEGERI 1 BANJARNEGARA	2007 - 2009
SMA	SMA NEGERI 1 BANJARNEGARA	2009 - 2012
S1	UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA	2012 - 2017