

## MENGHIDUPKAN MASA LALU: NARASI ALTERNATIF UNTUK KOLEKSI PRASEJARAH DI MUSEUM

### REVIVING THE PAST: ALTERNATIVE NARRATIVES FOR PREHISTORIC COLLECTIONS IN MUSEUMS

Irsyad Leihitu<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Arkeologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi<sup>1</sup>

[Irsyad.leihitu@unja.ac.id](mailto:Irsyad.leihitu@unja.ac.id)

---

**Abstrak.** Indonesia memiliki khazanah warisan budaya masa prasejarah yang sangat kaya, khususnya tentang asal-mula peradaban umat manusia beserta lingkungannya. Namun secara segmentasi, isu tersebut bukanlah sebuah “wacana” yang dibicarakan oleh masyarakat umum saat ini. Apalagi narasi yang sering ditemui di museum lebih bersifat ilmiah, dengan bahasa yang tinggi khas para peneliti, dan ilustrasi yang kaku. Padahal seharusnya museum saat ini tidak lagi hanya bersifat pasif dengan menampilkan narasi tentang apa yang terjadi di masa lalu, namun juga berperan aktif dan beradaptasi dengan tren masa kini, mulai dari memperbarui gaya berkomunikasi, memberikan pengaruh dalam perubahan sikap individu dan kelompok, hingga menjadi solusi dalam permasalahan yang timbul di masyarakat. Oleh karena itu, sudah saatnya museum memproduksi narasi baru agar tetap dapat relevan dengan gagasan yang berkembang sekarang. Melalui pendekatan studi kebudayaan dan *new museology*, tulisan ini akan mencoba memaparkan tentang beberapa metode seperti pemanfaatan plot *freitag's pyramid* dalam alur cerita untuk menghadirkan plot dan pengalaman emosional. Selain itu, mengoptimalkan pendekatan *content writing* dan *copywriting* juga dapat menjadi solusi dalam rangka penciptaan narasi alternatif untuk koleksi prasejarah di museum. Misalnya soal keberagaman dan toleransi lintas spesies di kala plestosen, cara hidup subsistensi pemburu-peramu sebagai solusi gaya hidup hemat, pola diet sehat masyarakat prasejarah, hingga serpih dan bilah prasejarah vs pisau swiss army modern, dan lain sebagainya.

**Kata Kunci:** Museum, Koleksi, Prasejarah, Narasi, Alur Cerita

**Abstract.** Indonesia possesses a rich cultural heritage from prehistoric times, especially regarding the origins of human civilization and its environment. However, in terms of segmentation, this issue is not a "discourse" commonly discussed by the general public today. Moreover, the narratives often found in museums are typically scientific, with sophisticated language characteristic of researchers, and rigid illustrations. In fact, museums should no longer be passive, merely displaying narratives about what happened in the past. They should also play an active role and adapt to current trends, including updating communication styles, influencing changes in individual and group attitudes, and even becoming solutions to societal issues. Therefore, it is time for museums to produce new narratives to remain relevant to the ideas developing today. Through cultural studies and new museology approaches, this article will try to explain several methods such as the use of Freitag's pyramid in the storyline exhibition to present plots and emotional experiences. In addition, optimizing the content writing and copywriting approach can also be a solution in creating alternative narratives for prehistoric collections in museums. For example, about diversity and tolerance across species in the Pleistocene, the hunter-gatherer subsistence lifestyle as a solution to a frugal lifestyle, the healthy diet of prehistoric people, to prehistoric flakes and blades vs modern Swiss army knives, and so on.

**Keywords:** Museum, Collection, Prehistory, Narration, Storyline

DOI: 10.55981/konpi.2024.147

This conference is held by the Ministry of Culture and National Research and Innovation Agency of Indonesia

©2024 The Author(s). This is an open access article CC BY-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

## **1 Pendahuluan**

Dari begitu banyaknya definisi yang disampaikan para ahli tentang museum, salah satu yang mungkin sesuai dengan topik pembahasan dalam artikel ini adalah museum sebagai tempat untuk memproduksi ilmu pengetahuan. Emilie Sizia (2016) menjelaskan bahwa ketika museum telah memposisikan dirinya sebagai lembaga yang memproduksi ilmu pengetahuan, maka tujuan dan orientasinya adalah kepada dan untuk masyarakat. Museum tidak lagi hanya menjadi lembaga yang menyampaikan informasi tentang koleksi, tetapi bagaimana koleksi tersebut diinterpretasikan dan diberi nilai serta makna yang muaranya adalah untuk kepentingan khalayak ramai (Magetsari 2016). Dalam rangka mewujudkan hal tersebut, museum harus sedikit bekerja lebih keras dalam memahami kebutuhan dan mungkin selera yang berkembang di tengah-tengah masyarakat (agar dapat lebih memudahkan kita dapat menyebutnya dengan konteks sosial). Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Fiona Calquhoun (2005) dalam Magetsari (2016, 195) bahwa museum setidaknya harus memenuhi empat syarat, yakni menyenangkan, relevan, terorganisir, dan tematis. Setidaknya ada dua aspek penting dari apa yang disampaikan di atas, yakni relevan dan tematis. Kejelihan seorang kurator dan edukator museum menjadi hal yang paling esensial dalam hal ini. Mereka harus bisa memahami “bahasa” komunikasi yang digunakan oleh masyarakat, sekaligus mengaitkan pengetahuan yang diproduksi sejalan dengan konteks sosial yang berkembang saat ini.

Tulisan ini memfokuskan pembahasannya tentang upaya yang bisa dilakukan museum dalam memproduksi pengetahuan, khususnya pengetahuan tentang masa prasejarah di Indonesia yang potensinya sangat besar untuk bisa dikembangkan agar dapat semakin relevan dengan masa sekarang. Indonesia sendiri memiliki sumber daya budaya masa prasejarah yang sangat kaya dan amat beragam dari segi kualitas maupun kuantitas. Baik dalam lingkup spasial dari Aceh sampai Papua, lingkup temporal mulai dari kala Plestosen menuju Holosen (Herimanto 2012), hingga ragam bentuk data mulai dari lingkungan alam, manusia, dan budayanya (Poesponegoro and Notosusanto 2019). Tentu tidak terlalu melebihi-lebihkan, jika ada klaim yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan sebuah museum terbuka raksasa yang merekam sejarah umat manusia beserta proses perkembangan kebudayaannya. Potensi tersebut tentunya memiliki informasi dan nilai penting yang harusnya dapat dimanfaatkan demi kepentingan umum, dan tugas mulia tersebut diemban oleh museum dengan segala sumber daya manusia yang ada di dalamnya.

Hampir semua museum yang ada di Indonesia umumnya memiliki koleksi prasejarah, sementara museum yang secara spesifik bertemakan prasejarah juga cukup banyak, mulai dari Museum Sangiran, Museum Song Terus, Museum Trinil, Museum Semedo, Museum Patiayam, Museum Gilimanuk, Museum Gua Harimau, dan masih banyak lagi. Akan tetapi permasalahan yang timbul saat ini adalah isu tentang masa prasejarah bukanlah sebuah ‘wacana’ yang dibahas oleh masyarakat umum saat ini, pamornya kalah jika dibandingkan dengan masa sejarah yang diisi oleh kejayaan dari kerajaan-kerajaan yang menjadi penanda kegemilangan suatu peradaban. Ketika berbicara tentang masa prasejarah, para peneliti umumnya mengangkat narasi-narasi eksplanatif tentang kehidupan manusia purba di masa lalu, menggunakan bahasa-bahasa ilmiah khas peneliti, ditambah dengan ilustrasi, diagram, dan tabel yang kadang sulit dimengerti. Belum lagi terkait dengan lokasi dan aksesibilitas untuk menuju museum-museum tersebut yang cukup menyulitkan karena umumnya didirikan di dekat situs dan jauh dari pusat kota. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Smt. K. Moortheswari (2015, 3) dalam artikelnya yang berjudul “*Telling Stories with Museum Objects – Reflection on Interpretation*” bahwa dalam hal atensi publik, museum dengan tema arkeologi (dalam hal ini prasejarah) masih kalah jauh jika dibandingkan dengan destinasi lain.

Jika kita mengacu pada pendekatan *new museology* dan konsep museum era pascamodern yang berkembang saat ini, maka sebuah museum harus bisa meningkatkan kapasitas dan potensi dari koleksi yang dimilikinya agar dapat bermakna serta mampu memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk kepentingan masyarakat (Magetsari 2016). Disaat yang bersamaan museum juga perlu menciptakan sebuah ruang yang inklusif-partisipatif (Sitzia 2023, 154) dan memiliki paradigma yang berorientasi pada komunitas dan masyarakat (Leihitu 2023, 339). Berangkat dari konsep-konsep di atas, penulis mencoba menawarkan suatu metode dan pendekatan dalam penciptaan sebuah narasi “alternatif” yang dapat memberikan perspektif baru terkait dengan informasi tentang masa prasejarah agar dapat relevan dengan konteks sosial di masa kini. Begitu juga dengan beberapa usulan bentuk kolaborasi yang bisa dilakukan dengan berbagai pihak (seperti peneliti, komunitas, dan masyarakat lokal) dalam rangka menarik atensi publik untuk datang ke museum.

## 2 Hasil Penelitian

### 2.1 Penciptaan Narasi Baru: Alternatif, Kreatif, dan Solutif

Tugas terbesar dari museum adalah pelayanan masyarakat dalam bentuk edukasi, menjadi fasilitator yang mengkomunikasikan warisan budaya kepada para pengunjung dan menggunakan metode yang inovatif dan menarik (Moortheswari 2015, 2). Narasi merupakan model komunikasi yang paling efektif dalam rangka transfer informasi dan ilmu pengetahuan. Sebuah narasi yang baik adalah yang memiliki alur cerita yang dapat menambahkan ‘rasa’ serta memberi ‘penyedap’ pada fakta (Moortheswari 2015, 2). Satu-satunya cara untuk menciptakan narasi baru adalah dengan melakukan fungsi utama dari museum yang utarakan oleh Van Mensch (2003), yakni penelitian, pelindungan, dan pengkomunikasian. Museum perlu melakukan riset dan penelitian dalam rangka meningkatkan ilmu pengetahuan, memperkuat identitas, mengungkap akar budaya, menemukan makna dan menjadikannya bermakna yang sepenuhnya untuk kepentingan bersama (Magetsari 2016, 184). Paradigma di atas sebetulnya merupakan wujud dari konsep *new museology* memfokuskan pendekatannya pada partisipasi inklusif, perspektif pluralistik, dan perkembangan budaya yang berorientasi pada komunitas dan atau masyarakat (Zuhdi Allam and Yulianto 2020; Kokkinos dan Eugenia 2012 dalam Chourdakis et al. 2019). Dengan begitu, seluruh riset, penelitian, alur cerita, pameran, dan program-program yang dikembangkan oleh museum haruslah sepenuhnya untuk kepentingan masyarakat di masa kini (Leihitu 2023, 339).

Dalam rangka memproduksi pengetahuan melalui narasi, penulis mengusulkan dua pendekatan, yakni *collection-oriented* dan *story-oriented*. Kedua pendekatan tersebut umumnya dilakukan sesuai dengan tujuan dari pembuatan narasi. Skema *collection-oriented* ini bersifat khusus ke umum. Sebenarnya skema tersebut memiliki kesamaan dengan pendekatan *collection-based research* yang tujuan utamanya adalah mengembangkan pengetahuan baru pada koleksi dengan melakukan serangkaian kegiatan seperti; (1) pengamatan pada bentuk fisik dari koleksi, (2) membangun konteks dan memperkaya hubungan dengan objek atau sumber informasi lainnya, dan (3) melakukan penelitian yang berkelanjutan (Wells 2012, 34). Sementara itu, skema *story-oriented* adalah upaya menciptakan sebuah narasi baru dan koleksi akan menjadi pelengkap dari narasi tersebut. Pendekatan ini bersifat umum ke khusus, umumnya digunakan ketika museum berusaha menciptakan cerita tematik tertentu dan koleksi akan menjadi faktor pendukung narasi. Kedua pendekatan tersebut dapat digunakan sesuai strategi dan tujuan pameran yang akan dilakukan di masing-masing museum.

Di sisi lain, seorang kurator museum juga dapat menentukan cerita yang ingin dibangun menjadi dua, yakni cerita besar dan cerita kecil (Wolff et al 2012, 90) atau ada pula yang menyebutnya sebagai cerita panjang dan cerita pendek (Moortheswari 2015, 4-5). Tentu keduanya memiliki perbedaan, cerita besar atau cerita panjang umumnya memiliki alur cerita yang komplis mulai dari prolog sampai epilog, dan harus ada pesan atau nilai yang bisa ditangkap dan dicerna oleh pengunjung. Cerita besar dapat diwujudkan dalam bentuk pameran temporer, seminar, dan program-program edukasi lainnya di museum. Sementara itu, cerita kecil atau cerita pendek memiliki sifat yang lebih fleksibel dan umumnya merupakan intisari dari cerita besar. Fungsi utamanya adalah sebagai *teaser* atau *trailer* yang dapat diproduksi dalam berbagai media, mulai dari koran dan majalah baik cetak maupun digital, radio, televisi, atau di kanal-kanal media sosial. Sifat dari jenis narasi ini tidak perlu disampaikan secara tuntas, berisi kalimat yang menimbulkan rasa penasaran, dan bahkan provokasi (dalam arti yang positif). Akan tetapi, permasalahannya saat ini adalah, beberapa museum (tidak semua) menggunakan hasil penelitian murninya sebagai narasi untuk dijadikan pelengkap display pameran – tanpa adanya pengelolaan atau pengemasan menjadi sebuah alur cerita yang menarik untuk dinikmati oleh para audiens.

Jika kita berbicara mengenai narasi tentang masa prasejarah di Indonesia, maka pihak yang paling bertanggung jawab dalam membangun realitas tentang masa tersebut adalah para peneliti arkeologi prasejarah (selanjutnya bisa kita sebut dengan *prehistorian* alias prasejarawan). Para prasejarawan inilah yang menurut Daud Aris Tanudirjo (2019, 6) dalam bukunya yang berjudul “Kuasa Makna” sebagai pendekar-pendekar yang memanfaatkan kuasa makna (*the power of meaning*) dalam merekonstruksi kebudayaan di masa yang belum mengenal tulisan ini. Makna yang dimaksud di atas sebetulnya merujuk pada arti; pengertian; informasi; dan pengetahuan (Tanudirjo 2019), akan tetapi menurut penulis, makna saja belum cukup. Disinilah museum memainkan peran untuk menambahkan imbuhan ber- pada kata makna, menjadikannya sebagai kata sifat yakni; bermakna. Dalam artian, segala jenis pengetahuan tentang masa prasejarah tersebut harus bisa bermakna dalam kehidupan masyarakat, minimal memulihkan sebagian dari ingatan, mempertegas identitas, meningkatkan rasa kebanggaan menjadi bagian dari bangsa, sampai hal-hal yang sifatnya penyelesaian masalah yang timbul di tengah-tengah masyarakat. Agar bisa seperti itu, seorang kurator museum harus bisa lebih fleksibel dan sedikit lentur dalam menentukan tema dan menciptakan narasi alternatif yang relevan dengan realitas dan lagi-lagi konteks sosial yang sebelumnya telah disampaikan.

Pengembangan narasi alternatif pada alur cerita di museum sebetulnya bukan pekerjaan yang mudah, apalagi yang berkaitan dengan masa prasejarah. Salah satu contoh pengembangan narasi pada data prasejarah yang cukup sukses sebetulnya dapat dilihat dari karya Yuval Noah Harari (2014) dalam buku terlarisnya yang berjudul “*Sapiens*”. Dalam buku tersebut sebetulnya kita dapat melihat bagaimana ia mampu mengkombinasikan data-data arkeologis, referensi hasil penelitian, dan bacaan-bacaan pendukung lainnya dengan kepekaan dalam memainkan kata-kata yang dapat menghidupkan minat dan suasana. Misalnya ketika menjelaskan tentang bukti arkeologis pemanfaatan api oleh *Homo sapiens* sejak 300.000 tahun yang lalu, ia dapat mengemas sebuah cerita tentang api yang menjadi sebuah sumber pencahaya, kehangatan alami, dan senjata mematikan untuk mengusir hewan buas. Hingga bagaimana api mampu mengubah kehidupan manusia menjadi ras juru masak, diawali dengan menyulut api di padang rumput untuk selanjutnya mengumpulkan hewan, kacang-kacangan, dan umbi yang berubah kondisi kimia dan biologinya menjadi matang akibat terpanggang api. Hal ini kemudian dipercayai sebagai satu hal yang mampu mendorong terjadinya evolusi dalam memperbesar otak dan di saat yang bersamaan memperpendek usus (Harari 2014, 14).

Selain itu, buku tersebut juga memberikan contoh bagaimana data arkeologis diproyeksikan ke realitas di masa kini, misalnya ketika ia menceritakan tentang penemuan artefak berupa seni portabel prasejarah berupa patung manusia-singa di Gua Hohlenstain-Stadel, Jerman, yang kemudian menjadi inspirasi logo dari sebuah brand otomotif besar bernama *Peugeot*. Sebetulnya esensi yang ingin ia jelaskan adalah tentang bagaimana manusia pada masa lalu dan masa kini memiliki kesamaan dalam hal menciptakan sebuah “fiksi.” Ia membandingkan ketika manusia prasejarah di Eropa pada 30.000 tahun lalu menciptakan sebuah fiksi berupa mitos dan kepercayaan yang bersifat abstrak kemudian diwujudkan dalam bentuk artefak berupa patung manusia-singa. Sementara manusia di masa kini menciptakan sebuah fiksi berupa Perseroan Terbatas (PT) bernama *Peugeot* yang sifatnya juga abstrak, lalu mampu memproduksi sebuah kendaraan roda empat darinya (Harari 2014, 33-35). Berdasarkan kedua contoh di atas, sebetulnya kita bisa belajar banyak tentang bagaimana cara mengkomunikasikan sebuah data atau objek di masa lalu, khususnya pada masa prasejarah. Untuk itu, berikut ini adalah beberapa studi kasus dan model-model yang dapat dilakukan dalam upaya menciptakan “narasi alternatif,” mulai dari pameran temporer hingga dalam bentuk konten digital untuk *diposting* di kanal media sosial museum seperti Instagram, Twitter (sekarang X), Treads, Facebook, dan juga Tiktok.

#### a. Pemanfaatan *Freytag's Pyramid* dalam Membangun Alur Cerita: Studi Kasus Pameran LEGASI

Setiap museum tentunya memiliki narasi besar yang menjadi tema utama dan kekhasan masing-masing, narasi tersebut tentunya berada di ruang pamer tetap sehingga sulit untuk diutak-atik lagi karena sudah ada sejak awal. Oleh karena itu, penerapan dan penciptaan narasi alternatif pada museum dapat dilakukan dalam bentuk pameran-pameran yang bersifat temporer. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis akan membahas sebuah studi kasus penciptaan narasi alternatif pada koleksi prasejarah dalam sebuah pameran temporer bertajuk Kaleidoskop Keberagaman Indonesia (LEGASI). Pameran ini diselenggarakan oleh Direktorat Pelindungan Kebudayaan pada tanggal 15-21 Agustus 2024 di Stasiun MRT Bunderan HI dalam rangka menyambut Hari Kemerdekaan Indonesia yang ke-79 (Gambar 1). Tema besar yang diangkat dalam pameran tersebut adalah “Meniti Masa Menuju Gemilang Budaya,” dengan sub-tema: (1) warisan budaya Indonesia yang telah diakui oleh dunia versi UNESCO dan (2) perjuangan kemerdekaan Bangsa Indonesia (Leihitu 2024).



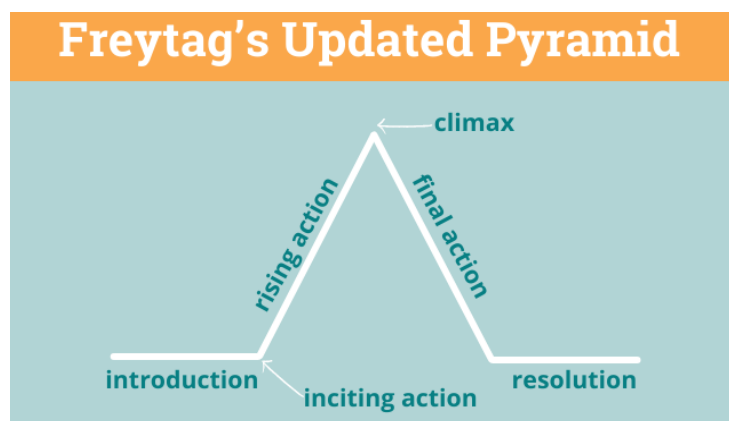
**Gambar 1.** Pameran LEGASI. Sumber: (Irsyad Leihitu, 2024)

Kedua sub-tema tersebut sebetulnya memiliki kompleksitasnya masing-masing. Warisan budaya Indonesia yang telah diakui oleh dunia tentunya cukup beragam, mulai dari yang sifatnya *tangible* seperti (1) Situs Manusia

Purba Sangiran, (2) Candi Borobudur, (3) Candi Prambanan, (4) Sistem Subak, dan (5) Tambang Batubara Ombilin. Kemudian yang *intangible* terdiri dari (i) Wayang, (ii) Keris, (iii) Batik, (iv) Pendidikan dan Pelatihan Membatik, (v) Angklung, (vi) Tari Saman, (vii) Noken, (viii) Tiga Genre Tari Bali, (ix) Kapal Pinisi, (x) Tradisi Pencak Silat, (xi) Pantun, dan (xii) Gamelan (Yuwono et al. 2019). Begitu juga dengan Sumbu Filosofis Yogyakarta yang baru-baru ini ditetapkan. Sementara itu, terkait dengan perjuangan kemerdekaan, pameran harus bisa menjelaskan mengenai pergerakan dan perjuangan para pahlawan dan pendiri bangsa dalam membebaskan diri dari belenggu para penjajah.

Sebagai salah satu kurator pameran, penulis sepakat untuk membangun sebuah narasi yang bercerita tentang *The Origins of Bhineka Tunggal Ika* – yakni sebuah kisah yang menceritakan tentang asal mula bibit keberagaman di tanah air Indonesia. Mengingat kompleksitas dari kedua sub-tema di atas, maka diusulkan lah untuk menggunakan skema teori *cultural evolution* atau yang biasa dikenal dengan pembabakan zaman agar bisa mencakup semua lini masa mulai dari masa prasejarah, sejarah klasik Hindu-Buddha, Islam, Kolonial, dan masa kontemporer pasca kemerdekaan di tahun 1945. Evolusi budaya sendiri merupakan sebuah teori dalam ilmu arkeologi yang menyatakan bahwa perkembangan suatu kebudayaan di dalam masyarakat, umumnya mengalami sebuah proses yang bertahap seiring waktu (Sharer and Ashmore 2002). Tahapan-tahapan proses perkembangan manusia tersebut kemudian dijadikan sebagai sebuah acuan periodisasi masa. Misalnya para ahli arkeologi Eropa yang menggunakan pendekatan teknologi dan menghasilkan model periodisasi yang disebut dengan *the three age system*, mulai dari *Stone Age* (Paleolitik, Mesolitik, dan Neolitik), *Bronze Age*, dan *Iron Age*. Sementara di Indonesia, R.P. Soejono (Soejono 1984) mengembangkan sistem pembabakan zaman berdasarkan sosial ekonomi, yang terdiri atas masa berburu dan meramu tingkat awal, masa berburu dan meramu tingkat lanjut, bercocok tanam, dan perundagian. Barulah pada tahun 2014, Daud Aris Tanudirjo mengembangkan sistem periodisasi yang berdasarkan pada *significant events* atau peristiwa penting, mulai dari *the age of Homo erectus, the spread of early anatomically modern humans, cultural adaptation during the terminal Pleistocene and early Holocene, the Austronesian dispersal and its global impact*, dan yang terakhir adalah *the dawn of history* (Tanudirjo 2014).

Dalam penciptaan alur cerita, para kurator kemudian bereksperimen dengan mengadopsi teknik *dramatic plot-based narratives*, yakni sebuah model narasi yang berdasarkan pada plot dramatis. Tujuannya adalah agar para audiens dapat mengalami perasaan dan emosi yang campur aduk selama proses kunjungan, persis seperti alur yang umum dalam film atau novel. Sebetulnya ada banyak pendekatan yang bisa dilakukan dalam menghasilkan sebuah plot cerita, mulai dari; (a) *Dan Well's 7-point Story Structure*, (b) *Kat O'Keefe's 27-Chapter Method*, (c) *Gustav Freytag's Dramatic Pyramid*, (d) *Joseph Campbell's Hero's Journey*, (e) *Kishotenketsu Story Structure*, (f) *Randy Ingermanson's Snowflake Method*, (g) *Dan Harmon's Story Circle*, (h) *Robert McKee's Thematic Square*, dan (i) *The Three-Act Structure* (Bass 2024). Di antara pendekatan yang disebutkan di atas, model yang dipilih adalah Piramida Freytag (Gambar 2), yakni sebuah model yang pertama kali diciptakan oleh Gustav Freytag yang menyadari akan adanya elemen dramatis dalam setiap narasi, mulai dari *exposition, rising action, climax, falling action, dan resolution*. Kelima plot tersebut sering kali digambarkan dalam bentuk piramida, itulah mengapa model ini sering kali dikenal dengan *freytag's pyramid* (Griffith 2006 dalam Harun et al. 2013).



**Gambar 2.** Diagram Narasi Berdasarkan Plot Dramatis. Sumber: ([prowritingaid.com/freytags-pyramid](http://prowritingaid.com/freytags-pyramid))

Setiap rangkaian plot narasi kemudian dipecah menjadi delapan sub-narasi yang masing-masing terdiri dari 150 kata, antara lain (a) Meniti masa Menuju Gemilang Budaya, (b) Serba-Serbi Leluhur Kita, (c) Arus Globalisasi di Awal Masehi, (d) Antara Leluhur dan Dewa Dewi dari India, (e) Islamisasi Lewat Tradisi, (f) Koloni dan

Tragedi, (g) Pelopor Persatuan: Dari Pemuda, Pedagang, sampai Seniman dan Priyai, (h) Sudah Berbhineka dalam Pikiran, Apalagi Perbuatan (Tabel 1). Susunannya dapat dilihat pada matriks di bawah ini;

**Tabel 1.** Matriks Pameran LEGASI (Sumber: Irsyad 2024)

Plot Narasi	Judul Alur Cerita (Sub-Narasi)	List Cagar Budaya	List Warisan Budaya Takbenda
<i>Introduction</i>	Meniti Masa Menuju Gemilang Budaya	—	—
	Serba-Serbi Leluhur Kita	Situs Manusia Purba Sangiran	Noken
	Arus Globalisasi di Awal Masehi	—	Kapal Pinisi
<i>Rising Action</i>	Antara Leluhur dan Dewa Dewi dari India	Candi Borobudur Candi Prambanan Sistem Subak	—
	Islamisasi Lewat Tradisi	Sumbu Filosofis Yogyakarta	Wayang
<i>Climax</i>	Koloni dan Tragedi	Tambang Batubara Ombilin	—
<i>Final Action</i>	Pelopor Persatuan: Dari Pemuda, Pedagang, sampai Seniman dan Priyai	—	Batik Keris
<i>Resolution</i>	Sudah Berbhineka dalam Pikiran, Apalagi Perbuatan	—	—

Secara keseluruhan, plot narasi besar yang ingin dibahas adalah tentang bagaimana Indonesia menemukan keberagaman sebagai jatidirinya sebagai suatu bangsa, dimulai dari (1) cikal bakal dan pondasi kebhinekaan di masa prasejarah dan protosejarah, (2) puncak keberagaman dan toleransi di masa klasik Hindu-Buddha hingga Islam, (3) dirupsi dan degradasi keberagaman dan perpecahan di masa Kolonial, dan (4) pergerakan, perjuangan, dan menjaga keberagaman bangsa dalam persatuan (Irsyad 2024). Penciptaan narasi alternatif untuk koleksi prasejarah dilakukan pada sub-narasi yang kedua, yakni menceritakan tentang dinamika dan ragam rupa penghuni awal di Indonesia berdasarkan data-data arkeologi, paleoantropologi, antropologis, protolinguistik, dan sejarah yang ada, lalu dikemas menjadi sebuah alur cerita sebagai berikut:

*“Pada abad ke-19, Ernst Haeckel berspekulasi bahwa the missing link dapat ditemukan di wilayah Nusantara. Pernyataan tersebut terbukti ketika Eugene Dubois berhasil menemukan fosil homo erectus pada tahun 1889 yang berlanjut hingga penemuan Situs Sangiran oleh G.H.R. von Koenigswald pada tahun 1934. Semenjak itu, Indonesia dikenal sebagai rumah bagi manusia purba. Keberadaan fosil Meganthropus Paleojavanicus, Homo Erectus Arkaik, Tipik, dan Progresif, Homo Sapiens Awal, hingga Homo Floresiensis sudah cukup menjadi bukti tentang kompleksitas para penghuni Indonesia di Kala Plestosen. Tapi sebenarnya, cikal bakal keberagaman budaya Indonesia baru dimulai sekitar 3.500 tahun lalu ketika terjadi pertemuan kolosal antara manusia ras australomelanesid si pemburu-peramu cerdas dengan ras mongoloid sang petani dan peternak handal. Hal ini menjadi pondasi pertama keberagaman suku bangsa dan budaya di Indonesia, yang sampai sekarang masih bisa kita lihat bukti-buktinya mulai dari budaya, tradisi, kepercayaan, bahasa, pengetahuan kemaritiman, hingga produk budaya seperti gambar cadas, perahu, rumah, perkakas, dan busana.”*

Di dalam model Piramida Freytag, narasi di atas dapat dikategorikan sebagai intro yang menjadi titik awal dari seluruh rangkaian cerita. Tahapan ini berperan sebagai sebuah pondasi yang menentukan arah plot yang akan dibangun. Pada tahap ini, para kurator berusaha untuk membahas sudut pandang lain dari “wacana” yang umum dan menjadi perdebatan di kalangan para ahli saat ini. Jika para ahli memfokuskan pembahasannya tentang seperti apa model evolusi yang terjadi pada masa lalu sehingga bisa menghasilkan jenis spesies manusia yang beragam, mulai dari teori migrasi *out of Africa*, teori *multiregional*, sampai ke teori *replacement*. Sementara itu, topik yang diangkat oleh para kurator adalah tentang bagaimana spesies-spesies tersebut, terlepas dari perbedaan bentuk fisik

dan kebudayaannya, saling berinteraksi dan menjalin hubungan yang menjadi embrio dari akulturasi dan asimilasi keberagaman budaya yang ada di Indonesia.

#### b. Content Writing dan Copywriting Untuk Narasi Museum

Saat ini, semua *brand* besar yang bergerak di bidang barang dan jasa di seluruh dunia wajib memiliki divisi *Content writer* dan *Copywriter* dalam rangka mendukung komunikasi dua antara perusahaan dengan pelanggannya. *Content writing* umumnya berasosiasi dengan komunikasi bisnis, yakni sebuah upaya yang marak dilakukan oleh perusahaan. Divisi ini mulai marak ketika terjadinya transformasi digital dikala pandemi. *Content Writing* memainkan peran yang sangat penting dalam memberikan informasi dan edukasi yang relevan terkait dengan identitas, produk, dan jasa dari perusahaan dalam membangun kepercayaan dengan konsumen (Anyassari 2022, 106). Adapun produk-produk dari *content writing* umumnya disampaikan dalam berbagai bentuk, mulai dari postingan media sosial, infografis, laporan penelitian, poster, rencana bisnis, skrip video, dan lain sebagainya (Darapaneni et al., 2022). Di sisi lain, *copywriting* juga menjadi satu aspek yang cukup penting dalam dan umumnya selalau dikaitkan dengan kerja-kerja periklanan. Harmoko (2023, 255) dalam artikelnya yang berjudul “*What is Copywriting? (Understanding Definition of Copywriting in Other Point of View)*” mencoba membedah frasa *copywriting* sebagai sebuah seni dan ilmu untuk menciptakan teks yang efektif untuk berkomunikasi dengan audiens dan meraih capaian tertentu. Aktivitas ini disertai dengan upaya memahami target pasar, penggunaan teknis yang persuasif, dan tata bahasa yang efektif untuk tujuan pemasaran, marketing, dan komunikasi digital. Sementara itu, Dede Suleman (2023, 2) mengartikannya sebagai divisi dalam suatu perusahaan yang fokusnya lebih ke arah komersil, yakni menerjemahkan informasi milik perusahaan dengan kalimat-kalimat yang persuasif, kreatif, dan efektif dalam rangka menarik minat dan atensi audiens untuk membeli barang dan jasa yang disediakan.

Mari kita ibaratkan museum sebagai sebuah perusahaan, sementara koleksi dan program publik sebagai produk barang dan jasa yang diperjualbelikan. Agar barang dan jasa tersebut bisa diminati dan laku di kalangan masyarakat, tentu perlu ada upaya dan kerja-kerja pemasaran yang dilakukan. Berdasarkan simulasi di atas, maka tentunya museum juga wajib memiliki dua divisi tersebut agar dapat membantu dalam menyampaikan informasi tentang narasi yang dibangun di museum, namun tetap *relate* dan kontekstual dengan realitas masyarakat saat ini. Kita dapat dengan mudah membayangkan apa yang terjadi pada sebuah museum jika kedua divisi tersebut bekerja secara maksimal, tentu dampak yang dihasilkan akan sangat signifikan. Tapi permasalahannya adalah berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis pada media sosial dari beberapa museum yang dikelola oleh pemerintah daerah (tentu tidak semuanya), masih banyak museum-museum yang memandang sebelah mata divisi kehumasan yang mereka miliki. Sebagian hanya memposting poster-poster kegiatan dan lomba-lomba yang diadakan, sementara sebagian lagi sibuk sendiri menampilkan aktivitas pimpinan museum ketika bertemu dengan orang-orang penting atau menghadiri suatu acara. Sangat sedikit sekali konten-konten yang membahas tentang koleksi yang mereka miliki. Padahal Menurut Hilman Handoni (2023, 7) seharusnya tidak demikian, museum tidak boleh lagi membiarkan media sosialnya hanya dikelola oleh siswa/mahasiswa magang atau segelintir staf pemula. Tim kurator, edukator, dan desainer museum wajib turun tangan dan memberikan perhatian serius tentang informasi yang akan mereka sajikan di media sosial.

Baik *content writer* dan *copywriter*, keduanya merupakan divisi atau kemampuan yang amat diperlukan dalam menciptakan sebuah narasi kecil atau pendek di museum. Khususnya ketika mengemas sebuah cerita yang bisa memancing pembaca agar mau datang dan melihat langsung koleksi dan belajar lebih banyak lagi. Di media sosial misalnya, kita dapat menambahkan pesan seperti “untuk mendapatkan informasi lebih lanjut, silahkan datang langsung ke museum.” Pada tabel di bawah ini (tabel 2), penulis mencoba memberikan beberapa contoh judul untuk narasi pendek dengan menggunakan pendekatan *content writing* dan *copywriting* sebagai bentuk upaya mendekatkan informasi tentang koleksi prasejarah di museum dengan fenomena dan realitas masyarakat saat ini;

**Tabel 2.** Matriks Penciptaan Narasi Pendek



N o	Mu- seum	Koleksi	Isu Sosial Saat Ini	Judul Narasi Pendek
1		<i>Kjokkenmodinger</i> ( <i>shell middens</i> )	Fenomena makan dan minum secara berlebihan alias mukbang.	Jejak “Mukbang” di Masa Prasejarah

No	Museum	Koleksi	Isu Sosial Saat Ini	Judul Narasi Pendek
2	Museum Nasional Indonesia	Batu Ike Kain Kulit Kayu Noken	Kesetaraan Gender	Sudah Berdaya Dari Dulunya: Peran Perempuan Nusantara di Masa Prasejarah
3	Museum Song Terus	Kerangka Manusia ST 1 (Mbah Sayem) Sisa-Sisa Fauna	Menjaga kesehatan dan kebersihan gigi	Belajar Dari Mbah Sayem: Pentingnya Sikat Gigi Sebelum Tidur
4			Gaya Hidup Boros Generasi Muda	Cara Hidup Subsistensi Pemburu- Peramu: Solusi Gaya Hidup Hemat
5	Museum Gua Harimau	Kerangka Manusia Australomelanesid dan Mongoloid	Isu rasial	Bukti <i>No Room for Racism</i> di Situs Gua Harimau
6	Museum Sedomo	Fosil Gigi Gigantopithecus	Mitos	Bukan Monster, Bukan Genderuwo: Kenalan dengan Primata Setinggi Tiga Meter di Sedomo
7	Museum Sangiran	Bola Batu Fosil Hewan Fosil Homo Erectus	Kontrol Nutrisi dan Menu Makanan Sehat	Sumsum Tulang: Menu Lezat Kesukaan <i>Homo Erectus</i>
		Serpih Bilah	Perbandingan Teknologi	Serpih Bilah: “ <i>Swiss Army</i> ” Zaman Prasejarah

Kita mungkin sering mendengar istilah *Fear of Missing Out* (FoMO) alias Ketakutan Kehilangan Momen di beberapa kanal media sosial. Istilah FoMO sebetulnya merupakan sebuah teori sosial yang dikembangkan oleh Patrick McGinnis (2019) dalam artikelnya yang berjudul “*Social Theory at HBS: McGinnis’ two Fos,*” yakni merujuk pada sebuah sindrom yang diidap oleh kaum remaja dari generasi Z dan Milenial yang takut ketinggalan zaman atau tren terbaru sehingga mempengaruhi kesehatan mental, gangguan finansial, hingga dampak negatif lainnya (Chyquitita 2024, 3764). Meskipun stigmanya negatif, istilah ini sebetulnya penting untuk dimiliki oleh museumang sebetulnya museum lah yang seharusnya mengidap FoMO. Sebagai sebuah lembaga, museum tidak boleh ketinggalan tren dan momen terbaru. Dengan begitu, museum dapat terus *up to date* dan terus mengikuti perkembangan zaman. Agar kerja-kerja *content writing* dan *copywriting* dalam bekerja secara efektif, penting bagi seorang kurator, edukator, dan kehumasan yang ada di museum untuk benar-benar memetakan konteks sosial yang menjadi isu hangat saat ini, misalnya seperti; (a) budaya *mukbang* (makan dan minum secara berlebihan), (b) kesetaraan gender, (c) kebersihan dan kesehatan tubuh, (d) gaya hidup boros, (e) isu rasial, dan lain sebagainya. Berangkat dari isu tersebut, museum dapat memproduksi sebuah narasi yang terkait dengan koleksi. Dalam rangka memperkuat narasi dan agar pesan yang diberikan dapat dengan mudah diterima masyarakat, kita juga bisa menambahkan gambaran visual yang informatif, misalnya dengan menggunakan bantuan perangkat *Artificial Intelligence* (AI) berupa *image* dan *video generator* yang saat ini sudah banyak digunakan oleh berbagai media online. Pada tabel di bawah ini, penulis mencoba memanfaatkan perangkat AI berupa *image generator* dari Canva untuk menghasilkan gambar visual agar dapat mendukung judul-judul narasi pendek di atas (tabel 3);



**Tabel 3.** Matriks Penciptaan Narasi Pendek

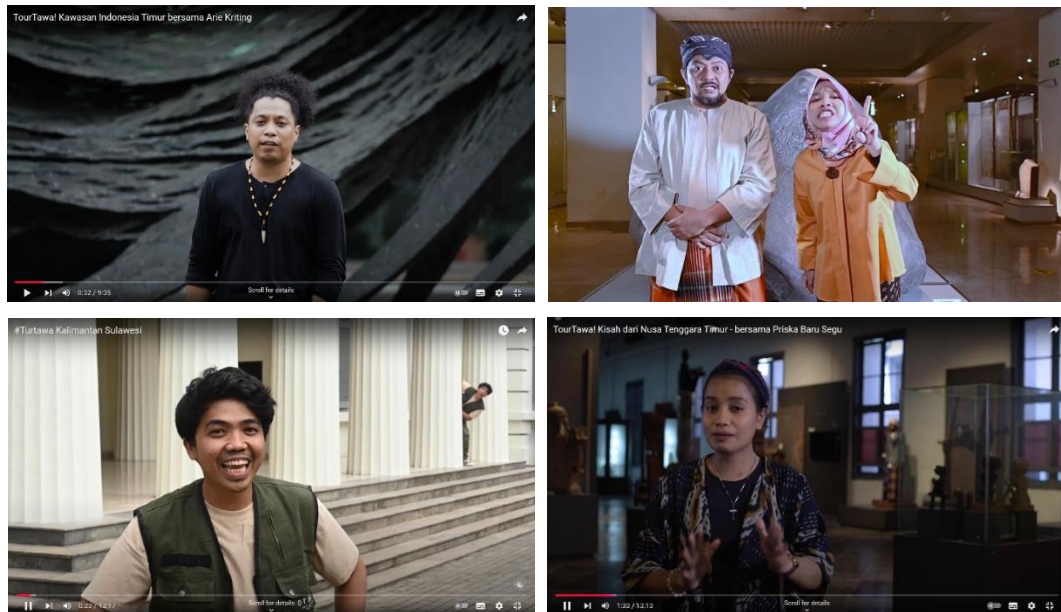
Museum	Hasil <i>Image Generator</i>
<p><b>Museum Song Terus:</b> Koleksi Manusia ST1 (Mbah Sayem)</p> <p><b>Isu Sosial:</b> Menjaga kesehatan dan kebersihan gigi</p> <p><b>Sumber Bacaan:</b> (Ina et al. 2018)</p>	 <p>(Sumber: Free AI Image Generator: Online Text to Image App   Canva)</p>
<p><b>Museum Samedo:</b> Koleksi Fosil Gigi Gigantopithecus</p> <p><b>Isu Sosial:</b> Mitos dan legenda makhluk halus.</p> <p><b>Sumber Bacaan:</b> (Noerwidi, Siswanto, dan Widiyanto 2016)</p>	 <p>(Sumber: Free AI Image Generator: Online Text to Image App   Canva)</p>

Kedua contoh (tabel 3) menunjukkan bagaimana kita bisa menyisipkan informasi tentang masa prasejarah dalam sebuah narasi singkat di media sosial. Topik yang pertama membahas tentang bagaimana manusia prasejarah Mbah Sayem (ST 1) yang ditemukan di Gua Song Terus ternyata memiliki penyakit gigi karies yang selanjutnya diselipkan sebuah imbauan kepada para audiens untuk rajin menyikat gigi dan memperhatikan kesehatan mulut. Kemudian pada contoh yang kedua, narasi utama yang ingin diangkat adalah tentang temuan *Gigantopithecus*, namun plotnya diawali dengan mitos dan legenda makhluk halus bernama genderuwo. Suka atau tidak, mitos, legenda, dan cerita mistis merupakan sebuah wacana yang sangat digemari oleh masyarakat di Indonesia. Dengan demikian hal ini diyakini dapat memancing minat masyarakat untuk mau membaca narasi yang dibuat oleh di media sosial dan semoga mampu menggerakkan mereka untuk datang dan berkunjung ke museum.

## 2.2. Museum Kolaboratif dan Inklusif

Selain menghadirkan narasi alternatif, museum juga perlu menghadirkan “suasana” tematik dan membuat sebuah “alasan” agar dapat menarik minat masyarakat untuk mau datang ke museum – khususnya museum prasejarah di Indonesia yang umumnya berlokasi dekat situs – meskipun jauh dari pusat kota. Hilman Handoni (2021, 12) dalam artikelnya yang berjudul “*Museum Baru Dengan 1001 Pintu*,” menjelaskan bahwa museum harus selalu introspeksi, meredefinisi, berinovasi, dan mengadaptasi strategi terbaru dengan cara membuka banyak “pintu.” Di masa sekarang ini, para pengunjung tidak perlu lagi berkunjung ke museum melalui pintu masuk utama, karena tidak semua orang yang datang memiliki tujuan untuk menikmati atau belajar di museum. Museum harus proaktif dalam menciptakan “pintu-puntu baru” berupa *venue* dan ruang pertemuan yang bisa dimasuki oleh berbagai

orang dengan berbagai tujuan – misalnya berupa kedai kopi atau toko souvenir yang disediakan oleh museum, teater, *stand-up comedy*, atau konser musik yang ditampilkan di lingkungan museum, hingga acara reunian dan temu kumpul komunitas (Handoni 2021, 6-7). Dalam rangka menciptakan “pintu-pintu” baru di atas, museum perlu berkolaborasi dan menciptakan suasana yang inklusif. Mengubah *mindset* yang sebelum pengunjung sebagai konsumen, menjadi pengunjung sebagai kolaborator (Handoni 2021, 8). Hal ini sejalan dengan dengan apa yang disampaikan oleh Noerhadi Magetsari (2016, 165) sebagai Museum Komunitas, yakni sebuah museum yang kewenangannya diambil alih atau dikelola oleh pengguna (kolaborator) untuk sepenuhnya dimanfaatkan untuk kepentingan komunitas yang merupakan masyarakat itu sendiri.



**Gambar 3.** Program TurTawa! Museum Nasional Indonesia. Sumber: (<https://www.youtube.com/@museumnasionalindonesia>)

Lewat kolaborasi, tentu ada banyak sekali hal yang awalnya tidak mungkin menjadi mungkin. Misalnya seperti program *Tur Tawa!* dari Museum Nasional Indonesia pada tahun 2021. Dalam rangka menyasar komunitas pencinta *stand-up comedy*, museum dapat bekerjasama dengan para komika untuk berperan sebagai seorang edukator yang mampu menjelaskan koleksi-koleksi yang ada di museum dari daerah asalnya masing-masing, dengan menggunakan logat kedaerahannya serta menambahkan unsur komedi pada narasi yang telah dikurasi oleh tim kurator museum. Mulai dari Arie Kriting yang membahas koleksi dari Papua-Kepulauan Maluku, Arif Brata membahas koleksi dari Kalimantan-Sulawesi, Boah Sartika membahas koleksi dari Jawa Barat-DKI Jakarta, dan Priska Barusegu membahas koleksi dari Nusa Tenggara Barat-Nusa Tenggara Timur. Kelimanya berhasil memberikan warna baru dalam model komunikasi museum yang umumnya serius menjadi ringan dan lucu (Gambar 3). Ada beberapa koleksi masa prasejarah dan kebudayaan prasejarah berlanjut yang dibahas dalam program tersebut, di antaranya adalah (1) Manik-manik dari Situs Buni, (2) Beliung Persegi berbahan Calcedon dari Jawa Barat, (3) Moko dari Alor, (4) Replika *Homo floresiensis* dari Flores, (5) Kapak (logam) serimonail dari Pulau Rote, (6) Waruga dari Sulawesi Utara, (7) Perahu Lesung dari Papua, (8) Lemba atau Busana Kulit Kayu dari Sulawesi Tengah.



**Gambar 4.** Konser Solo Laufey di Museum Barberini. Sumber: (<https://www.youtube.com/watch?v=Eb4qoo8eYQg>)

Tentu masih banyak lagi “pintu-pintu” yang dapat dibuka agar bisa menarik ceruk-ceruk komunitas lainnya, seperti komunitas pecinta teater, museum dapat melakukan program teater di museum yang tema dan alur cerita yang dikembangkan dari koleksi museum. Sementara untuk komunitas musisi dan pecinta museum, museum juga bisa mengembangkan program seperti *Arte Concert* dari Museum Barberini. Mereka mengundang penyanyi bernama Laufey untuk melakukan konser solo sambil menarasikan dan menceritakan pengalamannya pribadinya tentang beragam koleksi lukisan yang ada di museum tersebut mempengaruhi dalam menciptakan beberapa lirik-lirik lagu (Gambar 4). Di sisi lain, kita bisa melihat lagu-lagu tentang masa lalu yang diciptakan oleh beberapa band dan musisi, misalnya *The B-52's and Tom Durack* yang menciptakan lagu berjudul *Mesopotamia*, *Siouxsie and The Banshees* dengan lagunya yang berjudul *Pompeii*, *The Arcade Fire* yang mengisahkan tengah tokoh sejarah berjudul *Joan of Arc*, dan Dio dengan lagu berjudul *Egypt (The Chains Are On)* yang mengisahkan kehidupan mesir kuno di masa lalu. Ini tentunya merupakan sebuah potensi yang dapat dikembangkan, kedepan mungkin bisa saja museum mengundang beberapa band dan musisi untuk menciptakan sebuah lagu yang berkaitan atau terinspirasi dari koleksi museum lalu memberikan fasilitas berupa *venue* untuk melakukan debut pada lagu atau album yang diciptakan.

### 3 Penutup

Tulisan ini diharapkan dapat memberikan sedikit masukan bagi kepada museum-museum yang terdapat di Indonesia. Terutama pada museum-museum yang memiliki tema khusus arkeologi prasejarah yang memiliki banyak permasalahan yang dua di antaranya dibahas tuntas dalam artikel ini, mulai dari penciptaan narasi alternatif dalam rangka meningkatkan efektivitas fungsi komunikasi museum dan tentang upaya menghidupkan museum menjadi sebuah lembaga yang inklusif dan kolaboratif. Untuk mewujudkannya, museum perlu berbenah, beradaptasi, dan mengikuti perkembangan zaman. Sehingga museum tidak lagi menjadi lembaga yang pasif dan serba tahu, namun menjadi sebuah ruang kolaboratif yang terus belajar.

### Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis tidak memiliki konflik kepentingan yang relevan dengan isi artikel ini.

## Daftar Pustaka

- Anyassari, Nugrahaningtyas Fatma. 2022. "Featuring Content Writing in the Classroom." *KnE Social Sciences*, no. March 2022. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i7.10655>.
- Bass, B.K. 2024. "16 Ways to Plot a Book: From Circles and Snowflakes to Pyramids and Point Graphs." *Campfirewriting.Com*. 2024. <https://www.campfirewriting.com/learn/narrative-structure>.
- Calquhoun, Fiona. 2005. *Interpretation Handbook and Standard: Distilling the Essence*. Edited by Fiona Colquhoun. Wellington: Department of Conservation.
- Chourdakis, Anthony, John Ieronimakis, Marina Souka, and Manolis Kounalakis. 2019. "Culture Identity, Museum and New Technologies: Enhancing Museological Learning." *EDULEARN19 Proceedings* 1 (July): 8770–76. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2019.2177>.
- Chyquitita, Tica. 2024. "Mengurai Fenomena FoMo Dikalangan Remaja." *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 6 (4): 3763–71. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i4.7406>.
- Darapaneni, Narayana, Chandrashekhar Bhakuni, Ujjval Bhatt, and Khamir Purohit. 2022. "Step-by-Step Walkthrough of the Solution." *ArXiv*, 1–18.
- Handoni, Hilman. 2021. "Museum Baru Dengan 1001 Pintu." *Museografia*, 2021.
- Harari, Yuval Noah. 2014. *Sapiens*. 1st ed. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Harmoko, Danang Dwi. 2023. "Apa Itu Copywriting? (Memahami Definisi Copywriting Dari Sudut Pandang Lain)." *Literatus* 5 (2): 253–59. <https://journal.neolectura.com/index.php/Literatus/article/view/1289>.
- Harun, Azahar, Mohamed Razeef Abd Razak, Muhammad Nur Firdaus Mohd Nasir, and Ariff Ali. 2013. "Freytag's Pyramid: An Approach for Analyzing The Dramatic Elements and Narrative Structure in Filem Negara Malaysia's First Animated Cartoon." *Research Gate*, no. June: 5. [https://www.researchgate.net/publication/301293373\\_Freytag's\\_Pyramid\\_An\\_Approach\\_for\\_Analyzing\\_The\\_Dramatic\\_Elements\\_and\\_Narrative\\_Structure\\_in\\_Filem\\_Negara\\_Malaysia's\\_First\\_Animated\\_Cartoon](https://www.researchgate.net/publication/301293373_Freytag's_Pyramid_An_Approach_for_Analyzing_The_Dramatic_Elements_and_Narrative_Structure_in_Filem_Negara_Malaysia's_First_Animated_Cartoon).
- Herimanto. 2012. *Sejarah Indonesia Masa Praaksara*. Yogyakarta: Ombak.
- Ina, Anita Tamu, Dyah Prastiningtyas, Harry Widiyanto, Florent Détroit, Ferry Fredy Karwur, Andri Purnomo, Anne-Marie Sémah, and François Sémah. 2018. "Studi kasus patologi gigi: karies pada rangka manusia ST1, Song Terus, Pacitan, Jawa Timur (Dental pathology case study: caries on ST1 human remains, Song Terus, Pacitan, East Java)." *Jurnal Penelitian Arkeologi Papua Dan Papua Barat* 10 (2): 101–15. <https://doi.org/10.24832/papua.v10i2.253>.
- Irsyad, Leihitu. 2024. "Legasi: Kaleidoskop Keberagaman Indonesia." *Museografia*, 2024.
- K. Griffith. 2006. *Writing Essays about Literature: A Guide and Stule Sheet*. 8th Editio. Boston: Wadsworth.
- Kokkinos, Giorgos, and Alexaki Eugenia. 2012. *Interdisciplinary Approaches to Museum Education*. Athena: Metaichmio.
- Magetsari, Noerhadi. 2016. *Perspektif Arkeologi Masa Kini: Dalam Konteks Indonesia*. Jakarta: Kompas.
- McGinnis, Patrick J. 2019. "Social Theory at HBS: McGinnis' Two FOs." *The Harbus*.
- Mensch, Peter Van. 2003. "Characteristics of Exhibitions" 2003 (92): 3980–85.
- Moortheeswari, Smt K. 2015. "Telling Stories with Museum Objects—Reflection on Interpretation." *Fort Museum, Archaeological Survey of India*, 1–8.
- Noerwidi, Sofwan, Siswanto, and Harry Widiyanto. 2016. "Spesimen Baru Gigantopithecus Dari Samedo Giant Primate of Java : A New Gigantopithecus Specimen From Samedo." *Berkala Arkeologi* 36 (2): 141–60.
- Poesponegoro, Marwati Djoened, and Nugroho Notosusanto. 2019. *Sejarah Nasional Indonesia I*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sharer, Robert J, and Wendy Ashmore. 2002. *Archaeology: Discovering Our Past*. Boston: McGraw Hill.
- Sitzia, Emilie. 2016. "Narrative Theories and Learning in Contemporary Art Museums: A Theoretical Exploration." *Stedelijk Studies* 1 (March 2016). <https://doi.org/10.54533/stedstud.vol004.art04>.
- . 2023. "Museology and Its Others: Analyzing Exhibition Storytelling Through Narratology, Space Analysis, Discourse Analysis, and Ethnographic Research." *Interdisciplinarity in the Scholarly Life Cycle: Learning by Example in Humanities and Social Science Research*, 153–71. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-11108-2\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-031-11108-2_9).
- Soejono, R.P. 1984. "Sistem-Sistem Sosial Indonesia Masa Prasejarah." In *Manusia Dan Kebudayaan Di Indonesia*, edited by Koentjaraningrat. Jakarta: Djambatan.
- Suleman, Dede. 2023. "Strategi Copywriting untuk Menulis Promosi Offline atau Online." *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3 (1): 1–6. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v3i1.1543>.
- Tanudirjo, Daud Aris. 2014. "Prehistory of the Indonesian Archipelago." In *The Cambridge World Prehistory III: South and Southeast Asia*, 504–20. Cambridge: Cambridge Unviersity PRes.
- . 2019. *Kuasa Makna: Perspektif Baru Dalam Arkeologi Indonesia*. Edited by Daud Aris Tanudirjo. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Budayam Universitas Gadjah Mada.
- Wells, Megan Rosemary. 2012. *Collection-Based Research in Museums: Understanding, Structure, Visibility*.

- Palmerston North, New Zealand: Massey University.
- Wibawa, Rhis Eka, Winston Sam Douglas Mambo, and Irsyad Leihitu. 2023. “*Laporan Kegiatan Test Pit Persiapan Revitalisasi Penataan Lingkungan Candi Astano Dan Sekitarnya Di Kawasan Cagar Budaya Nasional Muarajambi, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi.*” Jambi.
- Wolff, Annika, Paul Mulholland, and Trevor Collins. 2012. “Storyspace: A Story-Driven Approach for Creating Museum Narratives.” *HT’12 - Proceedings of 23rd ACM Conference on Hypertext and Social Media*, no. November: 89–98. <https://doi.org/10.1145/2309996.2310012>.
- Yuwono, Basuki Teguh, Hery P Manurung, Kenedy Nurhan, Mohamad Atqa, Pandu Pradana, and Yunus Arbi. 2019. *Pengakuan Dunia Terhadap Warisan Budaya Indonesia. Pengakuan Dunia Terhadap Warisan Budaya Indonesia*.
- Zuhdi Allam, Ahmad, and Kresno Yulianto. 2020. “Museum Management: A Critical Point in Making Museums Relevant.” *Culture and International Law*, no. January: 383–401. <https://doi.org/10.1201/9780429426032-37>.

## Biografi Penulis

**Irsyad Leihitu.** Lahir di Jakarta, pada 18 Februari 1993, Irsyad Leihitu kini telah menjadi salah satu dosen di Program Studi Arkeologi, Jurusan Sejarah, Seni, dan Arkeologi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi. Beliau mendapatkan gelar Sarjana Arkeologi dari Universitas Indonesia pada Feburari 2016, dan gelar Pasca sarjana Arkeologi dari Universitas Indonesia pada Agustus 2017. Saat ini, Beliau aktif melakukan penelitian dalam bidang kajian Arkeologi Prasejarah, khususnya Gambar Cadas. Dalam perjalanan kariernya Beliau telah menghasilkan beberapa karya ilmiah, beberapa diantaranya adalah: Perahu Cadik Koleksi Museum Bahari yang diterbitkan di Buku Perahu Cadik Koleksi Museum Bahari pada tahun 2023, *Collection-Based Research on A Kampilan Sword in Jambi People’s Struggle Museum* yang diterbitkan di Jurnal Paradigma UI pada tahun 2023, dan Meminjam Klasifikasi *Rock Art* dalam Identifikasi Teknik Penulisan Prasasti Media Batu yang diterbitkan di Buku Bahasa dan Aksara Perekat Kesatuan Indonesia oleh Perkumpulan Ahli Epigrafi Indonesia pada tahun 2024. Model program edukasi yang serupa.

