

# MUSEUM PERKEBUNAN INDONESIA: MODAL BUDAYA DAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF GENERASI MILENIAL KOTA MEDAN

*(The Indonesian Plantation Museum: Cultural Capital and the Development of the Millennial Generation Creative Economy of Medan City)*

Asmyta Surbakti<sup>1\*</sup>, Vanesia Amelia Sebayang<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi D3 Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera Utara, Indonesia

<sup>2</sup>Prodi Etnomusikologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera Utara, Indonesia

\*Email: asmyta@usu.ac.id

## ABSTRAK

Penelitian ini memperkenalkan Museum Perkebunan Indonesia (MUSPERIN) Medan sebagai destinasi Pariwisata Budaya tempat menyimpan dan memamerkan benda-benda artefak yang cukup presentatif terkait aktifitas perkebunan pada masa lalu. Sebagai pusaka industri, benda-benda artefak MUSPERIN mempunyai nilai-nilai informatif, estetika, simbolik/assosiasi, dan ekonomis. Sumber daya budaya museum merupakan modal budaya (*cultural capital*) generasi milenial Kota Medan dan dapat dikembangkan sebagai destinasi Pariwisata Budaya yang secara khusus ditujukan kepada generasi *baby boomers*. Pendekatan modal budaya dari Bourdieu memiliki implikasi penting karena masyarakat perlu mengakumulasi pengetahuan mengenai seni dan budaya agar dapat berpartisipasi secara efektif. Modal budaya dapat ditransformasikan menjadi modal ekonomi, dan akhirnya menjadi modal simbolik. Desain penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data diperoleh melalui sumber primer dan sekunder dengan teknik wawancara mendalam, observasi, arsip resmi dan data *online*. Hasil penelitian menunjukkan otomatisasi dan digitalisasi menguntungkan generasi milenial Kota Medan untuk menciptakan gaya hidup dan mengidentifikasi diri dalam relasi sosial. Gaya hidup merupakan ciri milenial yang menyukai kerjasama kelompok untuk menemukan inovasi berbasis pusaka industri. Isu MEA 2015 dan Asian Community 2020 sangat relevan. Mengikuti amanat Revolusi Industri 4.0. layanan Travel, Pariwisata dan Layanan Rekreasi, Budaya berbasis MUSPERIN merupakan modal budaya dalam pengembangan ekonomi kreatif generasi milenial Kota Medan.

**Kata kunci:** Museum Perkebunan Indonesia, Modal Budaya, Pariwisata Budaya, dan Revolusi Industri 4.0

## ABSTRACT

*This study introduces the Indonesian Plantation Museum (MUSPERIN) Medan as a Cultural Tourism destination to store and exhibit artifacts that are quite presentive with past plantation activities. As an industrial heritage, MUSPERIN artifacts have informative, aesthetic, symbolic/economic, and economic values. The cultural resources of the museum are the cultural capital of the Medan City millennial generation. They can be developed as a Cultural Tourism destination specifically addressed to the age of baby boomers. Bourdieu's cultural capital approach has important implications because people need to accumulate knowledge about art and culture to participate effectively. Cultural capital can be transformed into economic capital, and finally, it becomes symbolic capital. The study design uses qualitative descriptive methods. Sources of data obtained was through primary and secondary sources with in-depth interview techniques, observation, official archives, and online data. The results show that automation and digitalization benefit the millennial generation of Medan City to create lifestyles and identify themselves in social relations. Lifestyle is a millennial characteristic that likes group collaboration to find innovations based on industrial heirlooms. The 2015 AEC and 2020 Asian Community issues are very relevant. Following the mandate of the Industrial Revolution 4.0. Travel services, Tourism and Recreation Services, MUSPERIN-based culture is cultural capital in the development of the millennial generation creative economy of Medan City.*



**Keywords:** Indonesian Plantation Museum, Cultural Capital, Cultural Tourism, and the 4.0 Industrial Revolution

## 1. PENDAHULUAN

Manusia memiliki karakter unik bila dibandingkan dengan makhluk lainnya, yaitu kesadaran dan kerinduan pada masa lalu sehingga muncul kata seperti „reuni“, „nostalgia“, dan „kumpul-kumpul“ dengan teman-teman semasa muda dulu. Orang yang lahir, besar, dan hidup di kota sangat maju sekali pun pada masa-masa tertentu „menoleh“ ke belakang untuk melihat kembali atau melihat apa yang pernah dikerjakannya, yang dikerjakan orang tuanya, dan bahkan terkait aktifitas nenek atau kakek mereka pada masa lalu. Pada masa-masa tertentu manusia memiliki keinginan untuk bernostalgia dengan kenangan masa lalu. Menurut Lyotard (1994) fenomena ini merupakan disebut dengan fenomena posmodernisme.

Kota Medan di Provinsi Sumatera Utara -dahulu disebut Sumatera Timur- merupakan sebuah kota sarat cerita sejarah era Kolonial Belanda pada abad ke-19. Banyak cerita bisa dikisahkan, banyak pula benda-benda peninggalan yang masih dapat dilihat sampai saat ini antara lain, budaya, seni, kuliner, dan sastra. Selama ini Kawasan Lapangan Merdeka merupakan destinasi paling turistik di Kota Medan, embrio struktur pembentukan Kota Medan dimulai dari pembukaan lapangan yang sebelumnya merupakan lahan tembakau. Bangunan-bangunan dengan orientasi langsung menghadap ke lapangan masih berfungsi dan kokoh berdiri sampai saat ini. Kawasan Lapangan Merdeka disebut turistik karena tingginya animo masyarakat, wisatawan lokal, dan wisatawan mancanegara mengunjungi lapangan dan merupakan saksi sejarah perjalanan Kota Metropolitan Medan.

Mengunjungi Kawasan Lapangan Merdeka tidak serta merta membuat orang paham tentang aktifitas industri perkebunan di Sumatera Timur pada masa lalu. Namun, destinasi MUSPERIN membantu kita untuk mengingat Kota Medan pada masa lalu. Bangunan-bangunan bersejarah di sekitar MUSPERIN merupakan peninggalan Kolonial Belanda dalam aktifitas industri perkebunan di Sumatera Timur yang sekarang disebut dengan Sumatera Utara. Industri perkebunan membentuk wajah Kota Medan secara keseluruhan termasuk kehidupan sosial



budaya masyarakat yang plural dan multikultural. Bangunan-bangunan bersejarah dengan aneka fungsi di Kota Medan dan di Labuhan Deli dibangun arena aktifitas perkebunan. Dari sini dapat dilihat betapa penting posisi MUSPERIN dalam memahami warisan budaya Kota Medan secara utuh.

Museum merupakan tempat menyimpan dan memajang benda-benda seperti artefak yang digunakan manusia pada masa lalu. MUSPERIN tentu saja berhubungan dengan aktifitas perkebunan dengan aneka macam komoditi yang peninggalannya masih dapat dilihat pada masa kini. Menurut Bourdieu (dalam Richards, 1997: 49) sebagai modal budaya, masyarakat perlu mengakumulasi pengetahuan mereka tentang seni dan budaya yang dimiliki agar dapat berpartisipasi di dalamnya secara efektif. Modal budaya sejalan dengan konsep ekonomi kreatif Howkins (2001), yaitu kegiatan ekonomi dengan memanfaatkan warisan budaya sesuai amanat Revolusi Industri 4.0 yang sedang hangat dibicarakan sekarang ini. Modal budaya identik dengan pariwisata budaya atau pariwisata posmodern yang pada umumnya belum dipahami di Kota Medan.

Sebagai pusaka industri, destinasi MUSPERIN dan atraksi wisata koleksi benda-benda museum merupakan modal budaya (Richards, 1997) dan dapat dimanfaatkan generasi milenial Kota Medan dalam membangun ekonomi kreatif melalui ide-ide kreatif. Konsep modal budaya sudah lama digunakan di Eropa sebagai pengembangan destinasi dan atraksi wisata, sebagai media pelestarian, pendidikan, dan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Menurut Rosyadi (2018), sebesar 52% angkatan kerja atau sebanyak 52,6 juta lapangan kerja berpotensi digantikan sistem digital di Indonesia. Revolusi Industri 4.0. ditengarai telah merubah hidup dan cara kerja manusia, generasi milenial adalah generasi melek teknologi informasi sehingga dapat mengisi peluang dalam otomasi lapangan kerja. Menurut amanat *International Cultural Tourism Charter* pengembangan ekonomi kreatif berbasis pusaka industri harus menguntungkan masyarakat lokal serta memberi manfaat bagi generasi masa kini dan masa datang.

### **A. Metodologi**

Artikel ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paham fenomenologis dan bentuk unit yang diteliti adalah masyarakat (Bungin, 2007:



69). Deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan meringkaskan situasi dan fenomena realitas sosial masyarakat dan menariknya ke permukaan sebagai situasi atau fenomena tertentu. Data primer diperoleh dari data primer dan data sekunder. Untuk data primer digunakan teknik wawancara mendalam dengan informan yaitu para pengelola MUSPERIN, para pengunjung, mahasiswa, dan observasi. Data sekunder diperoleh dari sumber buku, jurnal, sumber online, dan dokumen resmi lainnya. Data dianalisis berdasarkan gabungan data, teori, dan subjek peneliti dan dianalisis secara induktif analisis. Hasil penelitian ditulis menurut konsep deduktif ke induktif.

## **2. HASIL DAN PEMBAHASAN A.**

### **Museum Sebagai Modal Budaya**

Destinasi MUSPERIN di Kota Medan merupakan sebuah museum yang menyimpan benda-benda pakai perkebunan pada masa lalu. Banyak artefak dipamerkan museum ini. Mengusung konsep “tematik”, benda-benda museum disusun dalam tata pameran dengan tema khusus sesuai visi museum. Visi museum adalah mewujudkan Museum Perkebunan Indonesia menjadi museum tematik terbaik di Indonesia. Benda-benda dalam museum tematik disusun dalam satu ruangan yang memiliki tata pameran khusus menceritakan peninggalan pusaka industri, kejadian masa lalu, sejarah perkembangan dan benda pakai kebun, perkembangan teknologi, dan lain sebagainya. Sebagai contoh, ruangan pertama memasuki museum berisi sejarah perkebunan dengan aneka komoditi perkebunan yang pernah ada lengkap dengan cap jari (*dactyloscopisch*).

Mengutip pendapat Pendit (1999: 135), benda-benda pariwisata berupa peninggalan sejarah, benda-benda arkeologi, warisan budaya, dan benda-benda pusaka industri seperti di MUSPERIN merupakan benda-benda pariwisata berkarakteristik. Jadi, konsep „tematik“ sangat baik dan tepat digunakan dalam membedakan atraksi dalam tiap ruangan. Artinya, benda-benda tersebut bisa saja benda khas pada zamannya terkait industri perkebunan komoditi tertentu di Sumatera Timur pada masa lalu dan tidak terdapat di tempat lain. Pusaka industri seperti ini tidak bisa dipindahkan dan diperbanyak dan juga merupakan monopoli atau kuasi-monopoli yang tidak bergerak.



Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya (Pasal 18 Ayat 1), Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, dan/atau Struktur Cagar Budaya dapat dirawat setiap orang dan/atau dirawat di museum. Selanjutnya, pada Ayat (2) dijelaskan pula bahwa museum berfungsi untuk mengomunikasikan benda-benda koleksi tersebut kepada masyarakat. Undang-Undang Cagar Budaya memberi kesempatan kepada tiap individu untuk mendirikan museum. Dalam membangun komunikasi dengan benda-benda museum tergantung pada tingkat intelektualitas dan keperluan orang yang melihatnya.

Berikut ini dijelaskan terlebih dahulu dua pengertian museum dan yang pertama diambil dari laporan PBB (MacCannell, 1976: 78), mendefinisikan museum sebagai berikut:

*“a building to house collections of objects for inspection, study and enjoyment. The objects may have been brought from the ends of the earth-coral from the Great Barrier Reef of Australia, a brick from the Great Wall of China, an ostrich egg from Africa or a piece of magnetic ore from Greenland; they may be things of today or things of the distant past-a model of a jet-propelled aeroplane or a fossil from the Coal Measures; they may be of natural origin or man-made- a cluster of quartz crystals or a woven mat from India”*

“sebuah bangunan berfungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda untuk keperluan inspeksi, belajar dan kesenangan. Benda-benda tersebut bisa saja didatangkan dari ujung dunia-batu karang dari Great Barrier Reef, Australia, batu bata dari Tembok Besar Cina, telur burung unta dari Afrika atau sekeping bijih besi bermagnet dari Greenland; ia dapat berupa benda-benda yang kita temui pada masa kini ataupun pada masa yang sangat lampau-sebuah model pesawat bertenaga jet atau fosil dari bongkahan batubara, ia dapat berupa benda-benda yang terbentuk secara alamiah ataupun hasil buatan manusia-sebuah tipe kristal kuarsa atau kasur nyaman dari India”.

Pengertian museum berikutnya dikutip menurut *The International Council of Museums (ICOM)* (Benediktason dalam Ardika, 2015: 19) adalah sebagai di bawah ini.



*“a museum is a non profit making, permanent institution in the service of society and of its development, and open public, which acquires, conserves, research, communicates and exhibits, for purposes of study, education and enjoyment, material evidence of people and their environment”.*

“sebuah museum merupakan lembaga nirlaba, institusi permanen yang melayani masyarakat dan pengembangannya, terbuka untuk umum, yang menyediakan jasa atau layanan konservasi, penelitian, menyampaikan informasi dan pameran, dengan tujuan untuk pembelajaran, pendidikan dan hiburan, memberikan keuntungan secara materi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar”.

Dari dua pengertian museum di atas dapat dilihat peran penting museum dalam memberikan jasa informasi pada abad ke-21 sekarang ini. Jika abad ke-20 dikenal sebagai abad penghancuran benda-benda budaya, maka abad ke-21 sekarang ini dikenal sebagai abad pencarian benda-benda budaya peninggalan masa lalu. Pencarian dimaksud bukan hanya sekedar bersifat hiburan semata, akan tetapi juga untuk kepentingan olah intelektualitas individu atau untuk bahan tulisan karya ilmiah para intelektual di perguruan tinggi. Bahkan yang tak kalah penting sebagai kontribusi generasi milenial yang berhubungan dengan 12 sektor layanan Revolusi Industri 4.0 (Kemenristekdikti, 2018).

Abad ke-21 dikenal sebagai abad pariwisata dengan segmentasi pasar Pariwisata Budaya (*Cultural Tourism*) atau Pariwisata Posmodern. Warisan budaya dan pusaka industri merupakan destinasi serta atraksi utama dan merupakan ciri konsumsi yang membedakannya dengan pariwisata massal. Pariwisata Budaya menawarkan potret budaya masa lalu pada masa kini di mana bentuk baru reproduksi budaya masa lalu berkorelasi dengan pola konsumsi wisatawan. Perpaduan antara lokal dan global seperti ini merupakan manifestasi posmodernisme. Wisatawan posmodern menggunakan kekuatan intelektual dan imajinasi dalam menerima dan mengomunikasikan pesan-pesan dan membangun perasaannya terhadap warisan budaya yang dilihatnya untuk membangun pencitraannya sendiri. Dalam Pariwisata Budaya, fantasi dan realitas saling terkait (Nuryanti, 1996: 250).





Warisan budaya merupakan destinasi dan atraksi pariwisata global dan yang utama bagi para *baby boomers*, mereka juga disebut sebagai pemburu kebudayaan (*cultural hounds*). Oleh sebab itu, kelompok ini merupakan pasar potensial bagi pengembangan Pariwisata Budaya. Faktor utama mereka dalam melakukan perjalanan wisata berhubungan dengan apresiasi warisan budaya seperti kesenian dan kegiatan kultural, tempat bersejarah, dan kepurbakalaan (*archaeological*) (Spillane, 2003). MUSPERIN merupakan destinasi utama bagi mereka yang disebut sebagai pemburu kebudayaan di Kota Medan. Sebagai gambaran, museum merupakan destinasi favorit kelompok ini pada tahun 1980an di Eropa. Grafik pertumbuhan museum naik secara signifikan pada tahun 1990 (Richards, 1997: 10-11) dan museum merupakan tempat tujuan utama sampai saat sekarang.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat betapa besar potensi MUSPERIN sebagai destinasi wisata. Bangunan museum ini memang tidak begitu luas, akan tetapi kaitan kesejarahannya sangat panjang dengan benda-benda koleksi museum sangat representatif dan langka. Industri perkebunan dan perkembangannya secara langsung memiliki andil dalam pendirian bangunan-bangunan bersejarah di Kota Medan dalam aneka fungsi dan gaya arsitektur yang mewakilinya. Industri perkebunan juga turut membentuk kehidupan sosial budaya masyarakat termasuk seni, budaya, kuliner dan lain sebagainya hasil bentukan percampuran masyarakat. Perlu disebutkan, kehadiran sebuah pesawat di depan bangunan museum memunculkan nilai tambah museum.

Pariwisata Budaya menjadi perhatian negara-negara ASEAN dan merupakan salah satu isu sentral yang masih relevan sampai saat ini meski MEA 2015 telah diberlakukan pada bulan Desember 2015. MEA adalah salah satu dari tiga pilar Masyarakat Asia 2020, dua pilar lainnya adalah Masyarakat Keamanan ASEAN (*ASEAN Security Community*) dan Masyarakat Sosial-Budaya ASEAN (*ASEAN Socio-Cultural Community*). Isu sosial budaya warga Medan penting dan layak diangkat untuk menyongsong Masyarakat Asia yang akan diberlakukan pada tahun 2020. Dari sini dapat dilihat betapa eksistensi MUSPERIN beserta atraksi wisata koleksi museum yang masuk kategori langka menjadi penting dan dapat dikembangkan.



Menurut Ardika (2007: 22-25), warisan budaya mempunyai nilai informatif karena berisi informasi tentang aktifitas masa lalu berupa keterangan masa pembuatan, fungsi, teknologi, keindahan, dan alam pikiran pembuatnya. Warisan budaya juga mempunyai nilai estetika dalam bentuk, jenis, dan teknik pembuatannya sehingga menimbulkan daya tarik tersendiri. Benda warisan budaya bersifat simbolik/assosiatif karena benda-benda ini merupakan bukti hubungan langsung (*direct access*) yang dapat membantu kita dengan memori masa lalu. Benda warisan budaya memiliki nilai ekonomis karena dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat luas.

Dalam hubungannya dengan nilai informatif, benda-benda pajangan pusaka industri dalam MUSPERIN antara lain, mesin hitung uang merek „Gallant“, dahulu dipergunakan oleh bagian keuangan dalam kegiatan pembayaran dan saat ini dalam kondisi baik dan terawat. Ada pula mesin hitung prangko dengan merek „Pitney-Bowes“ hibah dari PT. Socfin Indonesia; kemudian termograph, yaitu alat untuk mencatat otomatis temperatur lingkungan dan tanah berdasar fungsi waktu lengkap dengan keterangan prinsip kerjanya. Terkait dengan teknologi, ada pula lincak, yaitu alat angkat angkut daun-daun tembakau yang dipakai oleh pekerja di dalam gudang pemeraman tembakau. Semua ini merupakan atraksi sangat menarik.

Warisan budaya disebut mempunyai nilai estetika dalam bentuk, jenis dan teknik pembuatannya melalui token perkebunan yang dipajang di lantai dua dalam etalase museum. Ada Token Perkebunan Soengai Diskie Estate buatan tahun 1879 dengan bentuk bulat dan terbuat dari nikel. Token ini berlaku di Diskie Estate dan pada bagian belakang token terdapat huruf Cina. Kemudian ada Token Perkebunan Kwala Begoemit dengan bentuk bulat, terbuat dari bahan kuningan dan tembaga merah. Pada bagian depan token terdapat tulisan Tionghoa. Token lainnya adalah Token Perkebunan Toentoengan dengan bentuk bulat dan terbuat dari bahan tembaga. Pada bagian belakang token juga terdapat tulisan Tionghoa.

Nilai simbolik/assosiatif benda-benda MUSPERIN secara langsung berhubungan dengan seluruh benda-benda pusaka industri koleksi museum. Benda-benda tersebut merupakan bukti langsung yang dapat menghubungkan





ingatan kita terhadap sejarah panjang pembentukan Kota Medan beserta dinamika dan geliat kehidupan sosial budaya masyarakat plural dan multikultural. Sebagai contoh, Kawasan Lapangan Merdeka dibuka karena tingginya kuantitas ekspor tembakau ke Eropa disertai keuntungan besar pula. Keindahan arsitektural bangunan di sekitar lapangan dan diikuti pendirian bangunan-bangunan lainnya membuat Kota Medan dikenal sebagai *Paris van Sumatra*.

Benda-benda koleksi MUSPERIN memiliki nilai ekonomis dan dapat digunakan dalam pembangunan ekonomi kreatif berbasis benda-benda pusaka industri. Meski mulai marak dibicarakan di Indonesia sejak tahun 2006, isu ekonomi kreatif masih relevan sampai saat ini. Ekonomi kreatif dikenal juga dengan ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*) dengan konsep utama berupa gagasan. Pengembangan benda-benda pusaka industri disesuaikan dengan keinginan pengunjung utama museum atau pasar segmentasi wisatawan MUSPERIN, yaitu Pariwisata Budaya. Pembangunan ekonomi kreatif sejalan dengan amanat Revolusi Industri 4.0. yang sedang gencar dibicarakan saat ini.

## **B. Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Museum Bagi Generasi Milenial Kota Medan**

Museum adalah salah satu fasilitas penunjang terselenggaranya aktifitas kebudayaan dan merupakan sarana dan prasarana kebudayaan. Menurut Benediktson (dalam Ardika, 2015; 20), pada awalnya museum digunakan para aristokrat Eropa untuk menyimpan benda-benda eksklusif dan langka berdasarkan pemikiran era Renaisans dan Pencerahan pada abad ke-18. Dalam perkembangan selanjutnya, museum difungsikan sebagai media pendidikan dan pencerahan bagi masyarakat agar mereka memperoleh kehidupan sosial yang lebih baik dan beradab. Fungsi pembelajaran melalui museum merupakan fungsi utama bagi masyarakat.

Menurut Ardika (2015, 18), fungsi museum sebagai pengelola warisan budaya (*cultural heritage*) memiliki ideologi yang sama dengan Pariwisata Budaya, yaitu memberi informasi dan layanan kepada masyarakat dan wisatawan yang datang berkunjung. Informasi dan layanan yang diberikan terkait tentang



fungsi dan makna benda artefak, sejarah, dan event tertentu. Hal ini sejalan dengan penelitian Merriman (Richards, 1997) yang mengatakan bahwa pengunjung museum biasanya didominasi oleh kelompok dengan tingkat sosial ekonomi lebih di atas rata-rata dan sering gemar menyaksikan kegiatan teater, opera, ballet, dan konser musik klasik. Merriman juga membagi kelompok ini menjadi dua, yaitu kelompok mencari pengalaman rekreasi dan kelompok yang bukan mencari pengalaman rekreasi.

Menurut penjelasan di atas, dalam membangun ekonomi kreatif ada pasar atau segmentasi wisatawan tertentu yang harus dipahami generasi milenial Kota Medan dengan baik dan benar. Perlu dipahami terdapat elitisme di dalamnya karena ada tataran kelas sosial dengan kebutuhan tertentu. Analisis segmentasi wisatawan sangat perlu dilakukan sejak awal agar produk yang ditawarkan tepat sasaran dan representatif serta memiliki nilai ekonomi tinggi. Modal budaya berhubungan dengan pembeda kelas masyarakat tertentu, fenomena ini sudah lama dikenal di Eropa dan merupakan kebutuhan. Pembeda kelas merupakan amanat Pariwisata Budaya karena identik dengan „high art“.

Menurut pendapat MacCannell (1976) pengunjung MUSPERIN dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok traveler dan kelompok turis. Dalam aktifitasnya traveler bekerja untuk sesuatu atau mendapatkan sesuatu, sementara turis adalah orang yang mencari kesenangan atau hiburan atas sesuatu yang dilihatnya. Traveler bersifat aktif dalam upaya mencari orang-orang yang diperlukannya, petualangannya, dan dalam mendapatkan pengalaman. Sementara itu turis bersikap pasif dan mengharapkan segala sesuatu tersedia untuknya. Turis sarat dengan kegiatan „sight-seeing“, mereka mengharapkan segala sesuatu dilakukan dan disediakan untuknya dan kepadanya dengan servis memadai pula.

Analisis sosiologis pengunjung MUSPERIN perlu dipahami oleh generasi milenial sebelum meluncurkan produk inovasi mereka. Karakter wisatawan dikaji dan dipahami terlebih dahulu dengan menganalisis selera pasar. Segala sesuatu yang berhubungan dengan pusaka industri perkebunan ditelusuri dengan mendalam dan dengan baik dan benar. Pasar potensial adalah baby boomers khusus dari Belanda dan keluarga terutama anak-anak mereka karena ada „pesan“ yang hendak disampaikan. Mungkin orang tua atau kakek dan nenek



mereka pernah bekerja di lingkungan industri perkebunan atau di lingkungan lain di sekitar bahkan lahir di suatu tempat di Sumatera Timur. Begitu juga dengan orang Eropa lainnya yang pernah tinggal dan bekerja di wilayah Sumatera Timur.

Menurut Mill dan Morrison (1985: 4), tujuan berlibur baby boomers adalah untuk memperoleh pengalaman budaya di luar budaya sendiri atau berhubungan dengan upaya memperoleh pengetahuan bagi diri sendiri, keluarga, atau bagi anak-anaknya. Mereka melaksanakan kegiatan liburan dengan harapan dan keyakinan bahwa liburan memenuhi kebutuhan apa yang diperlukan dan diinginkan. MUSPERIN dengan konsep tematik dalam memamerkan benda-benda pusaka industri pada setiap ruangan memerlukan messengers terampil agar „pesan“ dapat disampaikan dengan benar dan akurat. Demikian juga dalam pembangunan ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif pertama sekali dicetuskan Jhon Howkins dalam buku “Creative Economy, How People Make Money From Ideas”. Esensi utama kreatifitas adalah gagasan yang merupakan input dan output ekonomi kreatif. Kekuatan dalam menggerakkan pertumbuhan, pembangunan ekonomi kota dan daerah, dan aktifitas masyarakat dapat dilihat dari pertumbuhan tingkat produktifitas orang-orang bertalenta dan/atau kreatif yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan dan daya kreasi. Generasi milenial adalah generasi sangat kreatif dan suka bekerjasama dalam hal melahirkan hal kreatif pula.

Sebagai contoh, MacLeod (2006) menjelaskan proses komodifikasi benda-benda warisan budaya untuk kepentingan pembangunan ekonomi kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif dilakukan masyarakat dengan cara-cara kreatif atau menurut masukan para wisatawan. Benda-benda ini dimaksudkan sebagai cenderamata karena sebuah destinasi harus menyediakan sesuatu yang disebut dengan something to buy untuk dikoleksi atau sebagai oleh-oleh kepada keluarga atau teman. Inilah pangsa pasar menantang bagi generasi milenial Kota Medan untuk mengembangkan destinasi dan atraksi MUSPERIN.

Gaya hidup merupakan kemampuan generasi milenial dalam mengidentifikasikan diri milenial dan dalam relasi sosial. Gaya hidup belum menjadi kekuatan penekan ke arah kualitas hidup generasi milenial di Indonesia. Gaya hidup tepat digunakan karena salah satu ciri milenial adalah kerjasama



kelompok untuk menemukan inovasi-inovasi hasil kreasi dan adopsi artifisial. Gaya hidup dimaknai sebagai sebuah konsep bersifat kompleks dan sebagai bentuk pembeda sosial dan dimaknai secara berbeda. Gaya hidup diciptakan, dipraktikkan, dan didaur-ulang dalam siklus kehidupan persis gaya khas milenial pada umumnya, yaitu penganut paham global way of thinking (Surbakti dan Sebayang, 2018).

Sebagai sebuah museum, MUSPERIN mempunyai potensi besar, memerlukan tangan terampil, dan ide brilliant serta kreatif para milenial. Interpretasi model pengembangan dapat dilihat dari tema tiap ruangan museum. Sebagai contoh, terdapat sebuah ruangan dengan tema “Connecting the Past to the Future”. Selain menghasilkan minyak, produk hilir kelapa sawit juga dapat menghasilkan butter, kosmetik, coklat, dan lain sebagainya. Untuk menunjang keberadaan dan pengembangan MUSPERIN ada Oil Palm Science Techno Park (OPSTP) yang bergerak antara lain dalam bidang pengolahan coklat, lilin dan kosmetik.

Akan tetapi, tema yang disebut di atas merupakan konsep utama pengembangan Pariwisata Budaya atau Pariwisata Posmodern, yaitu “Linkage Between the Past, Present, and Future”. Pesan dalam ruangan MUSPERIN menjadi sangat penting dan menarik karena ruangan berada pada jalan keluar museum. Melalui „pesan“ tersebut dipahami bahwa hampir semua bagian dari tanaman kelapa sawit dapat dimanfaatkan. Limbahnya dapat digunakan sebagai pupuk, biogas untuk energi listrik dan pemanfaatannya sebagai Bahan Bakar Nabati (biofuel) terbarukan. Kelapa sawit merupakan masa depan dunia dan merupakan komoditas paling strategis, efisien, dan sustain. Demikian dijelaskan dalam display.

Kata „sustain“ atau keberlanjutan juga merupakan salah satu kata kunci dan merupakan „pesan“ pengembangan Pariwisata Budaya yang dapat diterapkan para milenial dalam pembangunan ekonomi kreatif. Sehingga, tidak berlebihan jika dikatakan, display, benda-benda, dan pesan dalam ruangan tersebut ditata dengan cerdas dan memikat. Penggunaan warna dalam ruangan sangat bagus. Ada kepuasan tertentu ketika memasuki dan melewatinya. Ruangan dengan atraksi menarik merupakan pengalaman dan diceritakan kepada keluarga ketika



wisatawan mancanegara kembali ke negaranya.

Penting dipahami, era milenial dan Revolusi Industri 4.0. bukan ancaman, akan tetapi tersedia peluang besar untuk berpartisipasi dengan terlibat dalam pembangunan ekonomi kreatif. Diperlukan kontribusi aktif untuk terlibat di dalamnya. Era Revolusi Industri 4.0, seperti amanat The United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), memicu aktifitas ekonomi kreatif untuk meningkatkan perekonomian negara miskin dan negara berkembang. Hasil penerapan teknologi, peningkatan tenaga kerja, dan pemerataan kesejahteraan dijelaskan dalam UNIDO dan sesuai konsep pembangunan pariwisata yang berpihak kepada masyarakat.

Pengembangan pusaka industri dalam Revolusi Industri 4.0 antara lain dapat memberi manfaat bagi kepentingan manusia, lingkungan, dan kesejahteraan. Dapat menjadi pendorong pengembangan kapasitas manusia sehingga terdidik dan terampil. Dapat menghasilkan keterbukaan informasi seiring kemampuan dalam menggunakan teknologi. Dapat menggeser paradigma lama, yaitu dari persaingan (competition) menuju jalur koneksi (connection) dan kerjasama (collaboration). Kajian-kajian baru atas pusaka industri dalam konteks pengembangan Pariwisata Budaya akan membantu para milenial untuk terlibat dalam pembangunan ekonomi kreatif dan mengisi otomatisasi bidang pekerjaan dalam Revolusi Industri 4.0. sesuai tantangan dalam UNIDO.



Gambar 1: Potensi Otomatisasi Bidang Pekerjaan dalam Revolusi Industri 4.0 (Sumber: Rosyadi, 2018)



Globalisasi membuat dunia menjadi satu tanpa sekat pembatas karena melebur dalam wilayah seperti pembagian lokal, nasional, dan regional. Dalam MEA 2015 yang dilanjutkan dengan Asian Community 2020, kaum muda dapat dijadikan patner dalam pelestarian warisan budaya dan pusaka industri dengan tujuan untuk menjaga perdamaian kawasan Asia. Ada „pesan politik“ di dalamnya. Pesan politik dengan tujuan membawa perdamaian. Kutipan akhir di bawah ini kiranya dapat menumbuhkan semangat baru generasi milenial Kota Medan dan sekitarnya untuk terlibat aktif dalam pembangunan ekonomi kreatif dengan memanfaatkan benda-benda koleksi MUSPERIN.

*I have watched the cultures of all lands blow around my house and other winds have blown the seeds of peace, for travel is the language of peace (Mahatma Gandhi).*

### 3. KESIMPULAN

Benda-benda pusaka industri di destinasi MUSPERIN merupakan modal budaya yang dapat ditransformasikan menjadi modal ekonomi dan selanjutnya dikembangkan menjadi modal simbolik. Modal budaya peninggalan kolonial Belanda yang sangat besar tersebut dapat dikembangkan menjadi destinasi dan atraksi Pariwisata Budaya sehingga memberi nilai ekonomi kepada masyarakat, dan pada akhirnya melalui destinasi MUSPERIN, Kota Medan dikenal masyarakat internasional sebagai kota yang populer dengan industri perkebunan sejak era kolonial Belanda sampai saat ini. Ini yang disebut sebagai modal simbolik. MUSPERIN merupakan modal budaya dan gaya hidup generasi milenial Kota Medan dan secara khusus terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif dan Revolusi Industri 4.0. Layanan travel, pariwisata dan layanan rekreasi, dan budaya merupakan bidang/sector layanan yang tepat bagi pengembangan industri kreatif berbasis pusaka industri perkebunan bagi generasi milenial Kota Medan. Untuk itu, diperlukan kajian-kajian lanjutan mengenai pengembangan dan jenis produk yang akan ditawarkan agar dapat digunakan sebagai gaya hidup dan menjadi kekuatan penekan ke arah kualitas hidup generasi milenial Kota Medan. Diharapkan agar generasi milenial dapat menjadi „agen“ perdamaian dengan isu pelestarian.





## DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I. W. (2015). *Warisan Budaya Perspektif Masa Kini*. Denpasar: Udayana University Press.
- Ardika, I. W. (2007). *Pusaka Budaya & Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- Liotard, J. F. (1994). *The Postmodern Condition* dalam Steven Seidmen (ed). *The Postmodern Turn, New Perspective on Social Theory*. United States of America: Cambridge University Press, hlm 27-38.
- Kemenristekdikti. (2018). *Kebijakan Kemenristekdikti Menghadapi Glibalisasi Pendidikan & Revolusi 4.0*. Jakarta: Kemenristekdikti.
- MacCannell, D. 1976. *The Tourist A New Theory of the Leisure Class*. U.S.A: The Colonial Press, Inc.
- MacLeod, N. (2006). *Cultural Tourism: Apects of Authenticity and Commodification* dalam Melanie K. Smith and Mike Robinson (eds.) *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)pretentation*. Toronto: CHANNEL VIEW PUBLICATIONS.
- Mill, R. C. dan Morrison, A. M. (1985). *The Tourism System: An Introductory Text*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Pendit, N. S. (1999). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT PRADNYA PARAMITA.
- Richards, G. (1997). *Cultural Tourism in Europe*. UK: CAB INTERNATIONAL.
- Rosyadi, S. (2018, Juli). *Revolusi Industri 4.0: Peluang dan Tantangan Bagi Alumni Universitas Terbuka*. Seminar “Tantangan Pendidikan Indonesia Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. WSD Periode IV Wilayah 2 Tahun Akademik 2017/2018 UTCC 2 Juli 2018.
- Spillane, J. J. (2003). *Prospek Pengembangan Pariwisata Indonesia sesuai dengan Kecenderungan Global* dalam I Wayan Ardika (ed.) *Pariwisata Budaya Berkelanjutan Refleksi dan Harapan di Tengah Perkembangan Global*. Denpasar: Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana, hlm. 11-47.
- Surbakti, A. dan Sebayang, V. A. (2018). *The Role of Millennials on Preserving Heritage* dalam *The 2nd Bali International Tourism Conference, Research Centre for Culture and Tourism*, Universitas Udayana, Bali.

