

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Museum

Dijelaskan oleh *International Council of Museum* (ICOM), badan yang berada di bawah UNESCO yakni museum adalah lembaga non-profit yang bersifat permanen yang melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, yang bertugas untuk mengumpulkan, melestarikan, meneliti, mengkomunikasikan dan memamerkan warisan sejarah kemanusiaan yang berwujud benda dan tak benda beserta lingkungannya, untuk tujuan pendidikan, penelitian dan hiburan.

Menurut (Raraswati & Yanti, 2025) menyatakan museum dipandang sebagai sumber ilmu pengetahuan budaya yang membantu masyarakat memahami sejarah dan perkembangan peradaban manusia. Selain itu, adanya kemajuan teknologi, museum dapat menumbuhkan lingkungan belajar yang menyenangkan dan menarik, meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pengunjung tentang berbagai topik seperti sejarah, sains, dan geografi (Yulianto & Olivia, 2023).

2.2 Sejarah Garis Waktu Periode Jepang

Sejarah Jepang dibagi ke dalam beberapa periode yang menggambarkan perkembangan masyarakat, sistem pemerintahan, budaya, dan teknologi sejak masa prasejarah hingga masa modern. Menurut Hall (1991), pembagian tersebut terdiri atas Periode Jomon, Yayoi, Kofun, Asuka, Nara, Heian, Kamakura, Muromachi, Azuchi–Momoyama, Edo, Meiji, Taisho, Showa, Heisei, hingga Reiwa. Pembagian ini didasarkan pada perubahan penting dalam kehidupan masyarakat, mulai dari perkembangan teknologi, sistem politik, agama, hingga interaksi dengan dunia luar. Sejalan dengan pendapat tersebut, Tsuji (2021) dalam *Japanese Journal of Archaeology* menjelaskan bahwa setiap periode menunjukkan perkembangan

arkeologi yang berbeda dan menjadi dasar untuk memahami perubahan sosial serta budaya Jepang secara kronologis.

Periode awal sejarah Jepang diawali oleh Periode Jomon (± 14.000 – 300 SM) yang ditandai dengan kehidupan berburu, menangkap ikan, dan meramu serta pembuatan tembikar bermotif tali sebagai ciri khas kebudayaan masyarakat saat itu. Selanjutnya, Periode Yayoi (± 300 SM– 250 M) memperlihatkan perubahan besar melalui masuknya teknologi pertanian padi, penggunaan logam, dan berkembangnya kehidupan menetap yang lebih terorganisasi. Menurut Hall (1991), perkembangan tersebut menjadi awal terbentuknya masyarakat agraris di Jepang. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Ikeya (2021) yang menyatakan bahwa transisi dari Jomon menuju Yayoi merupakan salah satu perubahan paling penting dalam sejarah Jepang karena ditandai oleh masuknya pertanian, migrasi penduduk dari daratan Asia, serta perubahan struktur sosial yang membentuk dasar perkembangan masyarakat Jepang selanjutnya.

Perkembangan Jepang kemudian berlanjut ke Periode Kofun, Asuka, Nara, Heian, Kamakura, Muromachi, Azuchi–Momoyama, Edo, hingga Meiji yang menunjukkan perubahan besar dalam sistem pemerintahan dan kebudayaan. Menurut Mason dan Caiger (1997), Periode Kofun ditandai dengan munculnya kekuasaan politik Yamato melalui pembangunan makam-makam besar, sedangkan Periode Asuka dan Nara menjadi awal berkembangnya sistem pemerintahan terpusat serta masuknya agama Buddha. Selanjutnya, Periode Edo menjadi masa stabilitas politik di bawah Keshogunan Tokugawa, sedangkan Periode Meiji merupakan awal modernisasi Jepang melalui reformasi di bidang politik, ekonomi, pendidikan, dan militer.

2.3 Era Meiji

Era Meiji adalah sebuah masa transformasi yang luar biasa dalam sejarah Jepang. Masa ini berlangsung selama 44 tahun dimulai saat terbentuknya pemerintahan Meiji pada tahun 1868 hingga wafatnya Kaisar Mutsuhito pada tahun

1912. Era Meiji mengubah Jepang dari negara feodal tertutup menjadi negara modern. Menurut Splisgart (2016), kondisi Jepang pada awal era ini masih tertinggal dibandingkan negara-negara Barat dalam hal teknologi, industri, dan sistem pemerintahan, namun kemampuan adaptasi dan kesadaran akan tekanan global memungkinkan Jepang memulai modernisasi dengan cepat. Transformasi ini tidak hanya bersifat politik, tetapi juga menyentuh seluruh lapisan masyarakat, termasuk struktur sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi, sehingga membentuk fondasi bagi terciptanya negara modern yang mandiri dan berdaya saing di kancah internasional.

Reformasi politik dan administrasi menjadi fokus utama pada era ini, di mana sistem pemerintahan modern dibentuk untuk menggantikan struktur feodal yang lama. Pemerintah Meiji mengadopsi prinsip-prinsip Barat dalam hal hukum, administrasi, dan organisasi pemerintahan agar lebih efisien dan terpusat, sambil tetap mempertahankan elemen tradisional yang mendukung stabilitas politik. Di bidang ekonomi dan pendidikan, Era Meiji menampilkan langkah-langkah modernisasi yang sistematis, termasuk pembangunan infrastruktur, industrialisasi, dan reformasi pendidikan nasional. Pemerintah tidak hanya menekankan pembangunan fisik seperti jaringan kereta api, pelabuhan, dan pabrik, tetapi juga pengembangan sumber daya manusia melalui pendidikan formal, pelatihan teknis, dan pengiriman pelajar ke luar negeri untuk mempelajari ilmu pengetahuan modern. Yazici (2025) mencatat bahwa reformasi pendidikan ini sangat strategis, karena pendidikan menjadi sarana utama untuk menyiapkan generasi yang mampu mengelola negara, memajukan industri, dan bersaing secara internasional. Dampak dari reformasi ini terlihat nyata dalam percepatan industrialisasi Jepang, meningkatnya produktivitas, serta kemampuan masyarakat untuk mengadopsi teknologi dan sistem manajemen baru dari Barat tanpa kehilangan identitas budaya mereka.

Selain itu, Era Meiji juga membawa perubahan besar dalam bidang sosial dan intelektual, di mana masyarakat mulai terbuka terhadap ide-ide baru dari Barat, termasuk konsep kebebasan individu, rasionalitas, dan nasionalisme modern. Meskipun banyak gagasan Barat diadopsi, masyarakat Jepang berhasil

mempertahankan nilai-nilai tradisional yang penting, sehingga tercipta keseimbangan antara modernitas dan identitas budaya lokal. Yazici (2025) menekankan peran penting para intelektual Jepang dalam menjembatani perubahan ini, karena mereka mampu menyaring ide-ide asing dan mengintegrasikannya ke dalam sistem sosial yang tetap menghormati tradisi. Transformasi intelektual ini tidak hanya memperkaya cara berpikir masyarakat, tetapi juga meningkatkan kemampuan Jepang untuk menyesuaikan diri dengan dinamika global, membangun legitimasi nasional, dan memperkuat posisi politik serta ekonominya di Asia dan dunia internasional.

Secara keseluruhan, Era Meiji merupakan periode modernisasi yang sangat komprehensif dan cepat, yang berhasil mengubah Jepang dari negara feodal menjadi negara modern yang kuat, kompetitif, dan berpengaruh di dunia. Keberhasilan ini tidak hanya terlihat dari aspek politik dan ekonomi, tetapi juga dari kemampuan Jepang dalam memadukan nilai-nilai tradisional dengan inovasi modern, sehingga tercipta model modernitas yang unik dan berkelanjutan. Splisgart (2016) menyimpulkan bahwa transformasi ini mencakup perubahan struktural di pemerintahan, pendidikan, hukum, dan sosial yang membentuk masyarakat Jepang yang adaptif, produktif, dan berdaya saing tinggi. Era Meiji menjadi bukti bagaimana sebuah bangsa dapat melakukan transformasi besar secara terencana dan menyeluruh, menjadikannya contoh penting dalam studi modernisasi dan pembangunan negara.

2.4 Video Informatif

Media informasi merupakan sekumpulan data yang telah melalui proses pengolahan sehingga menghasilkan informasi yang memiliki nilai guna bagi pihak yang membutuhkan. Informasi dapat dipahami sebagai data yang telah diolah dan diberi makna sehingga dapat dimanfaatkan oleh individu maupun organisasi dalam mendukung proses pengambilan keputusan.

Saat ini kebutuhan masyarakat akan informasi semakin meningkat. Kondisi ini terjadi karena masyarakat telah memasuki era informasi, di mana individu menjadi lebih aktif dalam mencari berbagai informasi yang sesuai dengan

kebutuhan mereka. Dalam proses memperoleh informasi, persepsi memegang peranan penting karena membantu seseorang bersikap lebih kritis dan bijaksana dalam memahami serta menilai informasi yang diterima. Setiap individu memiliki kemampuan dan cara pandang yang berbeda dalam menginterpretasikan objek maupun media yang menyampaikan informasi, sehingga persepsi terhadap informasi dapat beragam antara satu orang dengan yang lainnya. Menurut Daryanto (2014), persepsi informasi memiliki beberapa sifat, yaitu:

- a) persepsi adalah pengalaman;
- b) persepsi adalah selektif;
- c) persepsi adalah penyimpulan;
- d) persepsi tidak akurat;
- e) persepsi adalah evaluatif.

Saat ini terdapat banyak informasi dalam media di tengah–tengah masyarakat sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (Arifianto, 2015). Di sisi lain masyarakat dapat memilih media dengan mudah. Namun, tidak berarti media juga bisa melibatkan semua informasi tanpa memperhatikan keseimbangannya (Sari, 2014) sehingga untuk mengurangi perbedaan-perbedaan persepsi dalam informasi dibutuhkan kebenaran dan keterbukaan.

2.5 Media Promosi Tempat Wisata

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan sektor pariwisata seharusnya memperoleh dukungan dari segala pihak seperti pemerintah sebagai pengelola, masyarakat yang berada di lokasi objek wisata serta partisipasi pihak swasta sebagai pengembang dan pengelola pariwisata (Wibowo, Rusmana, & Zuhelfa, 2017). Promosi pariwisata juga sangat penting untuk menarik minat wisatawan, terutama bagi mereka yang belum mengenal suatu destinasi wisata. Dalam pelaksanaannya, promosi harus

mempertimbangkan potensi objek wisata yang tersedia serta kesiapan sumber daya masyarakat lokal, karena kedua hal tersebut menjadi faktor kunci dalam memperkenalkan dan mengembangkan destinasi wisata kepada masyarakat luas.

Promosi pariwisata saat ini berbeda jika dibandingkan dengan promosi yang dilakukan sebelum berkembang pesatnya media seperti sekarang. Hal ini menjadikan tantangan tersendiri bagi pemerintah setempat dan juga pengelola objek wisata dalam menarik minat pengunjung. Tampak jelas bahwa hal itu setidak-tidaknya sejalan dengan program pemerintah yaitu membangun sektor pariwisata di era industri 4.0 (Warmayana, 2018).

2.6 Editing Video

Video Editing merupakan salah satu rangkaian proses yang dilakukan di tahapan pasca produksi dalam pembuatan sebuah karya video. Menurut Thomson dan Bowen (Thompson, 2009) *Editing* adalah proses mengorganisir, reviewing, memilih dan menyusun gambar yang padu dan cerita yang penuh makna sesuai apa yang telah direncanakan sebelumnya yaitu untuk menghibur, menginformasikan, memberi inspirasi dan lainnya. Dalam proses *editing* video tidak hanya dilakukan penggambungan gambar saja, namun seorang *editor* juga akan menambahkan transisi, efek dan kesesuaian *continuity* terhadap gambar-gambar yang disambung tersebut sehingga dapat menghasilkan suatu karya video yang dapat dinikmati secara utuh dan dapat mencapai tujuannya.

Pada dasarnya, tujuan *editing* video adalah mengumpulkan beberapa klip gambar dan suara menjadi sebuah cerita yang saling bersangkutan satu sama lain (Bowen, 2017). Pendapat Bordwell, Thompson, & Smith (2016) mengatakan mengedit adalah mengumpulkan beberapa *shot* sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, dengan durasi yang tepat. Namun, pendapat Bowen mengenai *editing* video tidak hanya sebatas pengertian dasar dari *editing* video, Bowen (2017) menjelaskan tugas seorang video *editor* secara lebih rinci yaitu bertugas untuk membentuk kesinambungan cerita, memiliki makna, meliputi cerita, emosi, dan informasi untuk penonton. Di zaman digital sekarang ini, kemampuan dalam mengedit video semakin penting, baik untuk keperluan pribadi maupun profesional.

Sebuah video tidak akan terlihat menarik jika tidak melalui proses *editing* (Aldiyanto, Handoko, Sabil, & Devania, 2023). Hal ini disebabkan karena selama proses pengeditan, video akan dimodifikasi mulai dari memotong bagian-bagian yang tidak penting, menambahkan efek yang sesuai dengan tema, memberikan suara latar, dan masih banyak lainnya.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam proyek ini adalah "Rasa, Rupa, Rawuh: *Savoring the Scenery and Soul of Pasar Sawahan*" oleh Adimas Arya (2025). Produk tersebut menerapkan metode *Research and Development (R&D)* dengan model Borg and Gall yang telah disederhanakan menjadi tujuh tahap, yaitu *research and information collecting, planning, developing preliminary form of product, preliminary field testing, revising main product, operational field testing, serta disseminating and implementing*. Produk yang dihasilkan berupa video promosi untuk destinasi wisata Pasar Sawahan di Desa Kalongan, Kabupaten Semarang. Penelitian ini berfokus pada pengembangan media promosi audiovisual untuk memperkenalkan daya tarik wisata Pasar Sawahan kepada masyarakat melalui kombinasi visual, audio, subtitle, serta teknik produksi video yang menarik. Kelayakan produk diuji melalui validasi ahli dan penyebaran kuesioner kepada responden guna mengetahui tingkat penerimaan dan efektivitas video yang dihasilkan.

Kelemahan produk terdahulu terletak pada fokus kontennya yang lebih menekankan aspek promosi destinasi wisata Pasar Sawahan melalui penyajian daya tarik visual dan suasana lokasi. Video yang dikembangkan berfungsi sebagai media promosi umum sehingga informasi yang disampaikan lebih berorientasi pada pengenalan objek wisata dan belum memberikan pembahasan yang mendalam mengenai nilai sejarah, budaya, maupun aspek edukatif yang dapat memperkaya wawasan audiens. Selain itu, sasaran audiens penelitian tersebut bersifat umum dan belum secara khusus menyesuaikan isi pesan dengan kebutuhan kelompok wisatawan tertentu. Kelebihan produk yang dikembangkan penulis adalah tidak

hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media informasi dan edukasi. Script konten video informatif Museum Meiji Mura dirancang untuk memperkenalkan destinasi wisata sekaligus menyampaikan pengetahuan mengenai sejarah era Meiji, perkembangan arsitektur Jepang, serta nilai-nilai warisan budaya yang terdapat di museum tersebut. Produk ini juga secara khusus ditujukan kepada wisatawan Indonesia sehingga penyampaian informasi dapat disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan audiens. Dengan demikian, video yang dikembangkan memiliki nilai tambah berupa perpaduan antara fungsi promosi, informasi, dan edukasi yang mampu memberikan pengalaman belajar sekaligus meningkatkan minat kunjungan wisatawan terhadap Museum Meiji Mura.

Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan proyek yang dilakukan penulis, yaitu sama-sama menggunakan metode *Research and Development* dengan model Borg and Gall yang disederhanakan, berada dalam bidang promosi pariwisata, serta memanfaatkan media audiovisual sebagai sarana penyampaian informasi kepada audiens.

Selain karya tersebut, adapun karya lainnya yang dijadikan acuan dalam proyek ini adalah "Beyond the Waves: Video Dokumenter Diaspora Jepang di Semarang" yang disusun oleh Zulham (2024). Karya ini adalah sebuah video dokumenter yang menggambarkan kehidupan komunitas Jepang yang tinggal di Semarang dengan tujuan untuk memperkenalkan eksistensi, kontribusi, dan pengalaman adaptasi mereka dalam konteks sosial serta budaya Indonesia. Dalam proses pengembangannya, penelitian ini menerapkan metode *Research and Development* (R&D) yang diadaptasi dari model Sugiyono, menghasilkan produk berupa video dokumenter yang telah melalui tahap validasi, revisi, dan pengujian kepada para responden. Penilaian yang diperoleh menunjukkan bahwa video dokumenter yang dibuat layak digunakan sebagai media informasi dan edukasi mengenai komunitas Jepang di Semarang.

Penulis menjadikan karya tersebut sebagai referensi awal karena memiliki kesamaan dalam penggunaan media audiovisual untuk menyampaikan informasi tentang Jepang kepada publik Indonesia. Selain itu, kedua proyek sama-sama menerapkan metode *Research and Development* (R&D) dalam proses penciptaan

produk. Namun, ada perbedaan dalam fokus dan hasil akhir yang diperoleh. Karya "Beyond the Waves" spesifik pada pembuatan video dokumenter tentang kehidupan diaspora Jepang di Semarang, sedangkan proyek yang dikerjakan penulis lebih menitikberatkan pada pengembangan skrip konten video yang bersifat informatif tentang Museum Meiji Mura sebagai media promosi bagi wisatawan Indonesia. Tak hanya unsur promosi, produk yang diciptakan penulis juga memuat informasi sejarah tentang era Meiji serta nilai edukatif yang berkaitan dengan warisan budaya Jepang. Oleh karena itu, karya sebelumnya ini dipakai sebagai acuan dalam memahami proses pengembangan media audiovisual dan juga sebagai pembanding untuk menampilkan kebaruan produk yang dihasilkan dalam proyek ini.