

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pelayaran melintasi perairan Indonesia yang dilakukan penulis¹ menjadi awal pengenalan dan ketertarikan penulis terhadap dunia maritim. Mengenal dunia maritim ternyata tidak cukup hanya dengan berdiri memandangi laut dari garis pantai. Dunia maritim harus dilayari dan diselami untuk lebih memahaminya. Interaksi langsung dengan laut beserta masyarakat pelaut dan budayanya saat pelayaran berlangsung, mampu menampilkan kenyataan akan kekayaan dan keunikan sumber daya maritim Indonesia yang ternyata bukan mitos yang dilebih-lebihkan dalam catatan sejarah. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa kekayaan sumber daya maritim tersebut apabila dikelola dengan baik akan mampu menghidupi dan mensejahterakan seluruh rakyat Indonesia di masa mendatang. Lebih dari itu, potensi maritim yang ada akan mampu membawa Indonesia menjadi negara yang besar, dihormati dan disegani dalam segala bidang.

Secara geografis negara kepulauan Indonesia berada pada posisi yang sangat strategis, yakni di antara Samudera Hindia dan Samudera Pasifik, serta di antara Benua Asia dan Benua Australia. Letak dan bentuk geografis

¹ Ekspedisi kapal layar Majapahit keliling Asia pada tahun 2010, dan Sail Morotai pada tahun 2012

Indonesia menjadikannya sebagai negara kepulauan yang kaya sumber daya laut dan budaya maritim yang unik (Djalal, 2010: 1). Keberadaan laut menjadikan Indonesia sebagai negara kepulauan (*archipelagic state*) dengan wilayah yang meliputi 17, 508 pulau besar dan kecil. Apabila ditarik garis lurus dari Barat ke Timur, bentangan kepulauan ini dapat mencapai 6, 400 km, dan bila ditarik dari Utara ke Selatan terbentang sekitar 2, 500 km. Pada kenyataannya 80 % wilayah Indonesia terdiri dari lautan (Sulistiyono, 2003: 1).

Meninjau kilas balik sejarah, laut tidak hanya berperan sebagai sumber daya alam penyedia kebutuhan, akan tetapi juga berperan dalam proses pembentukan persatuan dan kesatuan melalui pelayaran antar pulau yang melahirkan kedekatan historis dan budaya antar pulau. Keberadaan laut sama halnya seperti keberadaan rel kereta api di masa awal perkembangan Amerika Serikat dalam menyatukan dan menghubungkan setiap wilayahnya (Sulistiyono, 2003: 1). Pakar sejarah maritim A.B. Lopian mengatakan, bahwa sejarah Nusantara sama dengan sejarah bahari. Sejarah Nusantara bukanlah sejarah yang hanya membicarakan masa lampau pulau demi pulau (daratan), akan tetapi meliputi seluruh wilayah kepulauan Indonesia termasuk laut sebagaimana diungkapkan dalam pengertian Tanah-Air (Lopian, 2011: 26). Pengertian kata “bahari” dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* mempunyai tiga makna; 1) sebagai padanan kata “kuno” atau “dahulu kala”, 2) sinonim dari kata “indah” atau “elok”, 3) merujuk pada soal kelautan. Oleh karena itu sejarah Nusantara sama dengan sejarah bahari bermakna bahwa sejarah masa

lampau Nusantara juga banyak mendapat pengaruh dari kebudayaan dan aktivitas kemaritiman.

Pada dasarnya sejak dahulu masyarakat Nusantara telah menjadikan sumber daya laut sebagai bagian penting dalam kehidupan keseharian yang membentuk sejarah dan jati diri bangsa Indonesia. Kondisi ini juga yang mengakibatkan bangsa Indonesia dikenal sebagai bangsa para penjelajah samudera (Read, 2005). Namun bertolak belakang dengan segala pemaparan sejarah dan kondisi geografis yang ada, Indonesia kini seakan hidup dalam dunia paradoks. Sekalipun wilayah laut lebih luas dari pada daratan, cara berpikir atau *mindset* bangsa Indonesia selalu tertuju pada darat. Meskipun laut Indonesia kaya akan hasil, tetapi rakyatnya tetap miskin. (Suhardi, 2011: 54).

Telah menjadi wacana umum bahwa pemerintah Indonesia lebih fokus pada pengembangan daratan dari pada sumber daya laut. Sejak pemerintahan RI berdiri, kementerian yang khusus mengurus bidang kelautan baru terbentuk pada era Presiden Abdul Rahman Wahid. Alhasil paradigma yang tumbuh subur dan terus mengakar adalah paradigma daratan. Cara pandang yang berorientasi daratan rupanya juga mempengaruhi pengembangan bidang permuseuman di Indonesia. Sejak PJP I (1969) sampai dengan PJP VI (1999) pemerintah menggalakkan program pengembangan dan pembangunan museum provinsi di seluruh Indonesia. Selama program PJP dijalankan sebanyak 26 museum provinsi telah dibangun dan dikembangkan melalui penanganan langsung oleh Dirjen Permusuman. Ditinjau berdasarkan jenis koleksi dan *storyline* yang ditampilkan dalam museum-museum provinsi,

secara garis besar tema yang diusung adalah etnografi dan sejarah perjuangan kemerdekaan (Dirjen Permuseuman, 1999). Tema kelautan dapat dikatakan tidak terangkat dan ditampilkan dalam museum-museum provinsi, bahkan dalam museum nasional sekalipun, padahal sejarah Nusantara tidak lepas dari sejarah kelautan (Lapian, 2011: 26).

Ditinjau dari sejarahnya, museum bertema maritim di Indonesia baru muncul pada tahun 1977 dengan didirikannya Museum Bahari Jakarta yang berlokasi di Jl. Pasar Ikan No. 1 Jakarta Utara. Pembangunan museum bertema maritim yang kedua baru muncul dua puluh lima tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1998 dengan dibangunnya Museum Kapal Selam Pasopati yang berlokasi di Surabaya. Selanjutnya museum bertema maritim yang ketiga adalah Museum Kapal Samuderaaksa yang dibangun pada tahun 2005 dan berlokasi di kawasan Candi Borobudur. Pendirian museum bertema maritim yang keempat yakni pada tanggal 25 April tahun 2009 bertempat di kota Yogyakarta dengan nama Museum Bahari Yogyakarta.

Keberadaan museum bertema maritim di tengah-tengah publik Indonesia sangat relevan di era modern dengan dinamika sosial dan budaya yang berkembang secara cepat. Sutan Takdir Alisyahbana dalam tulisannya menegaskan, bahwa museum sebagai alat pendidikan zaman modern akan senantiasa menyesuaikan dengan perkembangan dunia modern itu sendiri (Alisyahbana, 1954: 7). Museum adalah media yang bersifat dinamis dan selalu menyesuaikan dengan perkembangan zaman, termasuk dalam model komunikasi yang diterapkan. Konsep komunikasinya senantiasa relevan dengan perkembangan zaman, mudah dimengerti, menarik dengan pesan yang

komunikatif, sehingga benar-benar menjadi tempat yang tepat untuk belajar (Hooper-Greenhill, 2007: 370).

Pesan yang dihadirkan dalam museum dibentuk dan dirangkai melalui ruang pameran sebagai sarana komunikasi dan jembatan penghubung yang memicu kesadaran dan pengetahuan baru pengunjung (Hooper-Greenhill, 1999: 29). Pengetahuan dan pesan dari masa ke masa dirangkai sesuai dengan kondisi sosial budaya di masa kini untuk kemudian dikomunikasikan kepada pengunjung. Keunikan komunikasi museum tidak hanya karena menghadirkan fisik artefaknya, tetapi juga karena menghadirkan pesan, pengetahuan dan cerita di balik artefak atau koleksi (Hooper-Greenhill, 1999: 35).

Sebagaimana museum pada umumnya, museum bertema maritim juga bertanggung jawab atas warisan alam dan budaya yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Badan pengampu dan badan-badan lain yang mengurus arah strategis dan pengawasan museum memiliki tanggung jawab untuk melindungi dan membina koleksi dan juga sumber daya manusia, sumber daya fisik, dan keuangan yang diadakan untuk maksud tersebut (ICOM, 2007: 1). Museum bertema maritim di Indonesia juga harus memiliki peran dan tanggung jawab untuk melestarikan, membina, sekaligus mengembangkan budaya maritim serta sumber daya manusianya demi cita-cita bersama.

Melalui ruang publik seperti museum, kebudayaan dan kepedulian akan kemaritiman yang mulai hilang di kalangan publik dapat kembali dibangkitkan dan dikembangkan. Museum menghadirkan pengetahuan dan pembelajaran kemaritiman lewat koleksinya kepada pengunjung. Sebagai ruang publik, museum senantiasa berupaya untuk mendidik, menginspirasi, dan menjadi

cerminan bagi publik (Hein, 2006: 161). Hal unik dan menarik yang membuat museum mampu menginspirasi dan mengajak publik, salah satunya adalah konsep *edutainment* (paduan *education* dan *entertainment*). Konsep *edutainment* menjadikan museum sebagai tempat yang menyenangkan dalam mengkomunikasikan pesan pengetahuan dan pengalaman kepada pengunjung. Bagi pengunjung hal seperti ini sangat menarik, karena mereka bisa mempelajari dan memahami sejarah dan kebudayaan mereka dengan cara yang menyenangkan (Hein, 2002: 2).

Di masa mendatang wilayah laut Indonesia akan semakin strategis, baik dari aspek pertahanan, politik, yuridis, ekonomi serta ilmu pengetahuan (Guritno, 2011: 152). Oleh karena itu dibutuhkan suatu usaha perubahan untuk menghadapi era globalisasi dengan cara membangkitkan kembali kemaritiman Indonesia. Usaha dan upaya membangkitkan kemaritiman ini pernah dilakukan oleh Presiden Soekarno melalui arah pemikirannya yang tertuang dan tercermin dalam pidatonya pada Munas Maritim I di Jakarta 23 September 1963. Presiden Soekarno mencoba meletakkan cara pandang berorientasi kemaritiman, yang kemudian pada masa menteri Ali Murtopo berkembang menjadi 'wawasan Nusanatara'. Penekanan cara pandang ini bertujuan untuk mengajak segenap anak bangsa melihat laut sebagai rumah, sebagai halaman, dan sebagai sumber penghidupan yang tidak dimiliki oleh semua bangsa.

Deklarasi Juanda adalah upaya resmi pertama untuk mendapat pengakuan Indonesia sebagai negara kepulauan. Kemudian diikuti pengakuan PBB melalui UNCLOS 1982, sehingga Indonesia diakui dunia internasional sebagai negara kepulauan atau *archipelagic state*. Akan tetapi pengakuan ini tidak

kemudian menjadikan Indonesia diakui sebagai negara maritim. Pilar utama untuk menjadi negara maritim adalah kesadaran maritim yang melatut kuat pada pola pikir atau *mindset* publik serta budayanya yang mempengaruhi sistem politik, perekonomian, sampai pada sistem keamanannya (Djalal, 2010: 193). Hal ini juga dinyatakan oleh Letjen TNI (Purn) Kiki Syahnakri (Purnomo, 2012) yang berkomentar:

“bahwa hal pertama yang harus dilakukan adalah mengubah mindset bangsa. Cara pandang yang baru atas laut Indonesia merupakan syarat dasar dan mutlak. Ini bukan soal penjajahan lagi yang dianggap sebagai biang keladi keterpurakan laut Indonesia. Ini masalah mental bangsa yang harus segera diubah oleh kita semua”.

Museum berpotensi untuk mengubah *mindset* atau pola pikir publik agar lebih berorientasi pada budaya maritim. Ruang publik dalam bentuk museum bukan hanya sekedar ruang penampungan koleksi bersifat pasif, sebaliknya adalah ruangan aktif yang mengontrol dan membentuk kesadaran masyarakat (Kusno, 2009: 3). Melalui koleksinya museum merangkai, mendefinisikan dan mengkomunikasikan identitas budaya bangsa (Chen, 2007: 173). Objek (koleksi) diterjemahkan ke dalam bahasa yang mudah dipahami untuk mengedukasi, menghibur dan bahkan mempengaruhi pengunjung (Calderon, 1990: 137).

Melalui proses komunikasi museum yang tepat, *mindset* publik akan didekonstruksi atau dirombak ke arah cara pandang berwawasan Nusantara. Menurut Spivak (2003) upaya dekonstruksi tersebut oleh Derrida dianggap sebagai suatu upaya perombakan cara pandang terhadap sesuatu yang lebih dominan (agraris daratan), untuk disejajarkan kembali menjadi cara pandang alternatif (wawasan Nusantara). *Mindset* publik yang berwawasan Nusantara

pada akhirnya akan membahwa Indonesia pada kebangkitan dan kesadaran atas identitasnya sebagai negara maritim.

B. PERUMUSAN MASALAH

Urian pada sub-bab terdahulu memberikan gambaran akan potensi museum untuk mengubah *mindset* publik di Indonesia dari yang lebih condong agraris daratan menjadi pandangan yang juga berkiblat pada kelautan (berwawasan Nusantara). Hal ini akan dapat dicapai apabila model komunikasi yang dikembangkan di museum bertema maritim cukup tepat. Oleh karena itu muncul pertanyaan mendasar, apakah museum-museum bertema maritim di Indonesia telah menyadari hal itu? Untuk menjawab pertanyaan mendasar tadi, setidaknya ada tiga pertanyaan yang harus dijawab terlebih dahulu, yakni sebagai berikut.

1. Bagaimana model komunikasi museum bertema maritim di Indonesia?
2. Apakah model komunikasi pada museum bertema maritim telah cukup efektif dalam mempengaruhi dan mendekonstruksi *mindset* publik?
3. Bagaimana model komunikasi museum bertema maritim yang efektif dalam mempengaruhi dan mendekonstruksi *mindset* publik?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun penelitian dalam tesis ini bertujuan untuk menganalisis, mengevaluasi, serta menyarankan model komunikasi museum bertema maritim di Indonesia, apakah telah berperan sebagai ruang publik yang

mampu mendekonstruksi *mindset* publik atau belum. Tujuannya secara khusus adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui bagaimana model komunikasi yang diterapkan dalam museum bertema maritim di Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah model komunikasi museum bertema maritim yang telah diterapkan cukup efektif dalam membentuk wacana kemaritiman dan mendekonstruksi *mindset* publik.
3. Untuk merancang konsep model komunikasi museum bertema maritim yang lebih efektif sehingga mampu mendekonstruksi *mindset* publik.
4. Untuk menawarkan rumusan konsep baru model komunikasi museum bertema maritim yang ada di Indonesia.

D. LOKASI PENELITIAN

Penelitian tesis ini berlangsung di empat provinsi, yakni Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, D.I Yogyakarta dan DKI Jakarta. Adapun secara rinci, lokasi penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Museum Bahari Jakarta.
Berlokasi di Jl, Pasar Ikan no.1. Jakarta Utara. Provinsi D.K.I Jakarta.
2. Museum Kapal Selam Pasopati
Berlokasi di Jl. Pemuda No.39 Surabaya, Provinsi Jawa Timur.
3. Museum Kapal Samudera Raksa.
Berlokasi di kompleks Taman Wisata Candi Borobudur, yang berlokasi di Jl. Badrawati, Borobudur, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah.

4. Museum Bahari Yogyakarta

Berlokasi di Jl. R.E Martadinata. No.69 Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Landasan Teori

Tesis ini memilih menggunakan teori ruang publik Jurgen Habermas, dengan alasan bahwa museum bertema maritim merupakan ruang publik yang berperan dan berpengaruh besar dalam mengkomunikasikan kemaritiman kepada publik. Landasan teori ruang publik tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

Sejarah lahirnya museum sebagai salah satu ruang alternatif pendidikan publik tidak terlepas dari pengaruh pergerakan dunia modern pada abad ke-18. Sejarah membuktikan pada waktu itu terjadi perubahan cara pandang yang muncul bersamaan dengan melemahnya pengaruh istana dan berkembangnya sistem kota dengan pemikiran modern yang melandasinya. Hal ini memicu perubahan museum dari ruang privat masyarakat kelas atas menjadi ruang publik (Bennet, 1995: 2-3). Ruang publik jenis baru ini dimunculkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas pengetahuan dan hasrat untuk menjaga kelestarian memori kolektif. Disamping itu ruang publik juga hadir sebagai tempat berkembangnya pemikiran-pemikiran serta menjadi arena pembentukan wacana publik (Habermas, 2012c: 52).

Kehadiran memori kolektif yang berkembang dalam masyarakat sangat tergantung pada keberadaan ruang publik yang memberi tempat untuk merajut ingatan bersama. Disamping itu ada pemikiran bahwa ruang publik dengan

segala artefak yang dihadirkan membantu untuk mengingat momen-momen yang dapat diingat bersama. Apabila ruang publik berikot benda-bendanya hilang, publik juga akan kehilangan tempat untuk merajut memori kolektifnya (Kusno, 2009: 35). Habermas berpandangan bahwa ruang publik diciptakan sebagai tempat untuk berbagai macam aktivitas komunikasi dalam pemenuhan kebutuhan sosial budaya. Proses komunikasi tersebut diistilahkan oleh Habermas sebagai tindakan komunikatif (Habermas, 2012b: 335).

Tindakan komunikatif Habermas merupakan hasil perpaduan dua pendekatan, yakni perilaku komunikasi dan analisis bahasa. Habermas berpendapat bahwa komunikasi hanya akan terjadi dengan baik apabila di antara kedua belah pihak yang berkomunikasi saling memahami. Untuk mencapai kesepahaman, aktor pelaku komunikasi harus memilih sarana yang dipandang sesuai dengan tujuan tersebut pada situasi tertentu agar tujuan dapat tercapai (Habermas, 2012b; 350).

Komunikasi dalam ruang publik hanya dapat terjadi apabila kedua belah pihak saling memahami dan saling percaya (Suseno, 1995: 187). Persoalan komunikasi bagi Habermas bukan sekedar bagaimana pesan dari sumber atau komunikator dapat diterima oleh penerima pesan. Bagi Habermas, komunikasi dalam ruang publik mempunyai dimensi edukatif dan dimensi etis. Oleh karena itu komunikasi dalam ruang publik dapat diarahkan untuk mencapai suatu kesepahaman, bahkan pembentukan wacana dan idiologi (Purwastuti, 1997: 158), yakni seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Jenis-jenis tindakan komunikatif dalam ruang publik. Sumber: Habermas, 2012b: 350.

Situasi tindakan	Orientasi tindakan	Orientasi pada keberhasilan	Orientasi pada pencapaian pemahaman
Nonsosial		Tindakan instrumental	-----
Sosial		Tindakan strategis	Tindakan komunikatif

Dalam tindakan komunikatif, orientasi utama partisipan adalah pada pencapaian pemahaman atau kesepahaman bersama, dan untuk mencapai kesepahaman dibutuhkan suatu kesepakatan. Kesepakatan hanya dapat dicapai dengan tindakan komunikatif, baik melalui intervensi langsung (tatap muka) atau secara strategis dengan cara mempengaruhi lawan komunikasi dengan bantuan instrumen pendukung. Tindakan komunikatif juga dapat diartikan sebagai komunikasi dua arah yang berlangsung secara timbal balik (Habermas, 2012b: 352).

Menurut Habermas ruang publik adalah tempat terciptanya wacana dan diskursus melalui proses komunikasi dua arah untuk mencapai kesepahaman bersama. Publik sebagai pengunjung dan museum sebagai ruang publik saling berinteraksi dalam suatu tindakan komunikatif untuk mengedukasi, menginspirasi serta membentuk pola pikir dan wacana kemaritiman guna menciptakan paradigma berwawasan Nusantara. Apabila rumusan teori ruang publik diaplikasikannya pada museum bertema maritim, maka seharusnya museum berperan sebagai:

- 1) Ruang pembentuk wacana dan diskursus kemaritiman.
- 2) Ruang edukasi, dan informasi kemaritiman Indonesia.

- 3) Ruang penghubung dan konservasi memori kolektif publik dalam hal sejarah dan kebudayaan maritim.
- 4) Ruang presentasi sejarah dan peradaban maritim suku-suku bangsa di Indonesia.
- 5) Ruang komunikasi kebudayaan maritim indonesia dari masa ke masa.
- 6) Ruang dekonstruksi dan rekonstruksi yang membentuk *mindset* kemaritiman publik.

Peran museum bertema maritim di atas akan berfungsi dengan baik apabila dalam museum berlangsung suatu tindakan komunikatif, yakni suatu interaksi dua arah, sehingga semua peserta komunikasi mencapai kesepakatan bersama (Habermas, 2012b: 362).

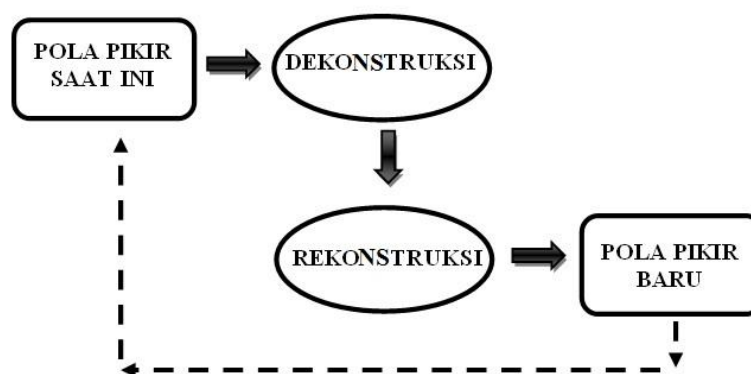
F. Metode Penelitian

Secara umum metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode kualitatif yang dilaksanakan dengan kajian pada model komunikasi di museum bertema maritim. Data untuk kajian ini diperoleh melalui pengamatan di lapangan, studi pustaka, dan wawancara. Selain itu penyebaran kuesioner digunakan untuk memperoleh data persepsi publik tentang museum bertema maritim. Hasil kuesioner diolah dengan statistik sederhana untuk menambah pemahaman data kualitatif. Karena itu, sifat metode kualitatif tetap dominan mewarnai penelitian ini.

Secara lebih khusus, dalam kajian komunikasi museum akan menggunakan metode dekonstruksi. Metode dekonstruksi diperkenalkan oleh

Jaques Derrida², seorang filosof post-strukturalis. Pada kajian filsafat, pandangan dekonstruksi digolongkan pada aliran post-strukturalis, hal ini terlihat pada kecenderungannya dalam mengkritik ide-ide struktur (Norris, 2006: 6). Metode dekonstruksi berperan sebagai kajian kritis bersifat evaluatif yang mampu membongkar oposisi biner atau hal yang dianggap lebih utama menjadi setara, namun juga digunakan untuk merumuskan konsep model komunikasi yang lebih efektif.

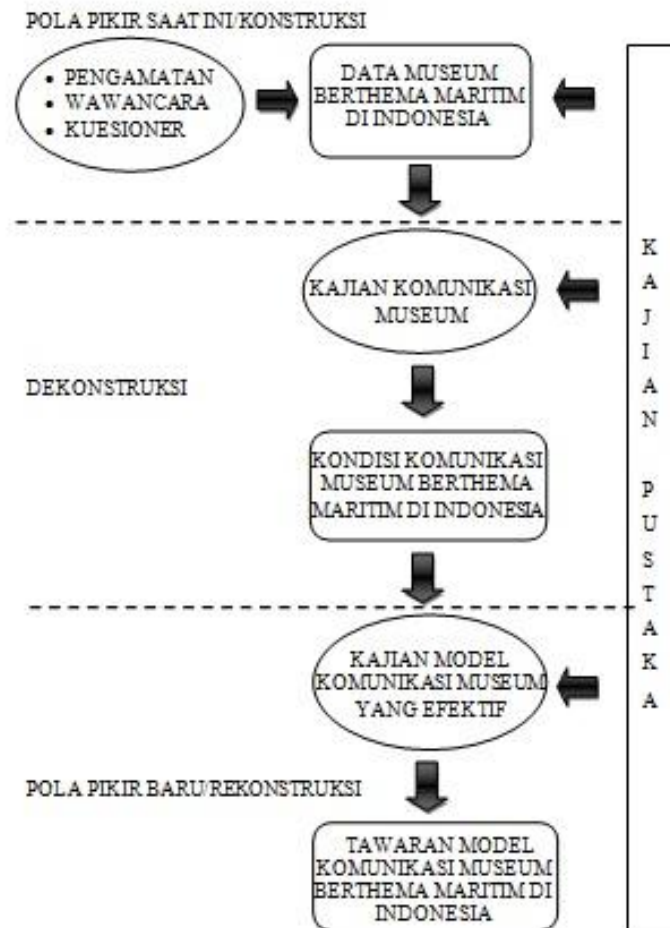
Dengan demikian, metode dekonstruksi juga dapat diartikan sebagai suatu tindakan evaluasi yang bersifat terus menerus untuk menghadirkan model komunikasi efektif yang sesuai kondisi zamannya. Harapannya dengan menggunakan metode dekonstruksi ini maka akan dihasilkan suatu rancangan baru model komunikasi museum yang lebih efektif, sehingga mampu merombak atau mendekonstruksi *mindset* publik pada kesadaran pentingnya kemaritiman. Secara skematis, adapun gambaran metode dekonstruksi dalam penelitian tesis ini adalah sebagai berikut.



Bagan 1. Metode dekonstruksi.

² Jaques Derrid merupakan tokoh filsafat Prancis yang pertama kali mengusung pandangan dekonstruksi, sehingga dekonstruksi juga diidentikkan dengan Derrida. Derrida lahir di Aljazair pada tahun 1930. Pemikirannya banyak dipengaruhi filsuf era 1950 – 1970 an seperti Ferdinand de Saussure, Levi-Strauss, dan Heidegger (Norris, 2006: 6).

Adapun penjabaran proses dekonstruksi dalam melakukan pengkajian model komunikasi museum bertema maritim di Indonesia, dipaparkan secara lebih lengkap dalam langkah-langkah sebagai berikut.



Bagan 2. Alur penelitian komunikasi museum bertema maritim di Indonesia.

Bagan alur penelitian komunikasi museum bertema maritim di Indonesia di atas, diawali dengan pengumpulan data masing-masing museum bertema maritim dengan cara; 1) pengamatan pada masing-masing museum, 2) wawancara narasumber, 3) kuesioner pengunjung, 4) kajian pustaka. Perolehan data museum digunakan dalam pengkajian komunikasi museum untuk melihat bagaimana kondisi komunikasi museum bertema maritim di Indonesia. Hasil kajian komunikasi pada masing-masing museum, akan

digunakan sebagai landasan dalam merancang model komunikasi museum bertema maritim yang efektif. Rancangan model komunikasi museum bertema maritim yang efektif tersebut, selanjutnya dijadikan sebagai tawaran model komunikasi museum bertema maritim di Indonesia.

Model komunikasi yang kini diterapkan pada masing-masing museum bertema maritim di Indonesia, merupakan sebuah bentuk konstruksi museum kepada pengunjung. Konstruksi komunikasi museum yang telah ada, kemudian dicoba didekonstruksi dengan cara melakukan kajian dan evaluasi pada masing-masing model komunikasi museum untuk melihat kekurangan dan kelebihanannya. Hasil kajian dan evaluasi akan dijadikan sebagai landasan dalam merancang model komunikasi museum bertema maritim yang efektif. Melalui tawaran model komunikasi museum efektif tersebut pengetahuan, wacana dan *mindset* publik akan direkonstruksi ke arah pola pikir baru yang peduli kemaritiman dan berwawasan Nusantara.

Pada dasarnya, prinsip penelitian dengan metode dekonstruksi ini bersifat evaluatif dan kajian yang terus menerus. Rancangan model komunikasi museum efektif yang telah dihasilkan, akan kembali dikaji ulang, dievaluasi atau didekonstruksi agar tetap sesuai perkembangan zaman.