

## INTISARI

Museum sebagai lembaga resmi yang berperan dalam penyebaran ilmu pengetahuan, pendidikan, dan hiburan perlu melakukan inovasi pendekatan serta adaptasi dalam memenuhi kebutuhan pengunjung. Sejalan dengan teori *new museology*, pengunjung kini tidak lagi diposisikan sebagai penerima pasif, melainkan sebagai subjek aktif yang terlibat dalam proses mendapatkan informasi melalui berbagai cara yang interaktif dan partisipatif. Museum Situs Purbakala Patiayam merupakan museum dengan koleksi menarik yang merekam kondisi lingkungan, ragam makhluk hidup, dan sejarah awal Pulau Jawa, khususnya di wilayah pesisir utara.

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai kebutuhan pendekatan interaktif dan menyenangkan, khususnya bagi pengunjung pelajar, dalam menyampaikan informasi museum. Tujuan penelitian ini adalah merancang media edukasi dan promosi dalam bentuk *merchandise* yang mampu menawarkan pengalaman baru berbasis eksperimen individual. Dalam proses perancangannya, penelitian ini mengadaptasi teori empat pilar pendidikan abad ke-21 oleh UNESCO dan praktik arkeologi publik seperti *Cookies Excavation* dan *I Dig Archaeology*, yang kemudian dikembangkan menjadi prototipe *merchandise* edukatif.

Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif-induktif melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Data dianalisis secara deskriptif untuk merumuskan dasar penciptaan produk. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah prototipe produk *merchandise* berupa *mini excavation kit* yang terinspirasi dari koleksi Museum Situs Purbakala Patiayam. Produk ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran interaktif sekaligus sarana promosi museum, terutama bagi pengunjung dari kalangan pelajar.

**Kata Kunci:** *Merchandise* Museum, media edukasi, media promosi, edukasi anak, Museum Situs Purbakala patiayam

## ABSTRACT

As official institutions responsible for disseminating knowledge, education, and entertainment, museums must innovate their approaches and adapt to meet the evolving needs of their visitors. In line with the principles of *New Museology*, museum visitors are no longer viewed as passive recipients, but as active participants who engage with information through various interactive and experiential means. The Patiayam Prehistoric Site Museum possesses an interesting collection that offers insights into past environmental conditions, biodiversity, and the early history of Java Island, particularly its northern coastal region.

This research addresses the need for more interactive and engaging approaches to communication within the museum, especially for student visitors. The aim is to design educational and promotional media in the form of merchandise that can provide a novel learning experience based on hands-on, experimental engagement. The design process draws upon UNESCO's four pillars of 21st-century education and adapts public archaeology practices such as *Cookies Excavation* and *I Dig Archaeology* as references in the development of the prototype merchandise.

The study employs a qualitative-inductive case study approach, using data collected through observation, interviews, and literature review. These data were analyzed descriptively to serve as the foundation for the merchandise prototype development. The result is an interactive learning medium and promotional tool in the form of a *mini excavation kit*, inspired by the museum's collections. This product is expected to enhance the museum experience, particularly for student audiences, by serving as both an educational aid and a promotional item.

**Keywords: Museum Merchandise, Educational Media, Promotional Media, Children's Education, Patiayam Prehistoric Site Museum**