

Modernisasi Dan Peningkatan Pelayanan Di Museum Pendidikan Indonesia Yogyakarta

Nining Yuniati¹, Lily Soliandri²

^{1,2} Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo (STIPRAM) Yogyakarta, Indonesia
E-mail: niningyuniati@stipram.ac.id¹, niningyuniati@gmail.com²

Article History:

Received: 30 Juli 2025

Revised: 15 Agustus 2025

Accepted: 17 Agustus 2025

Keywords: digitalisasi pelayanan; storytelling, museum modern, edutourism

Abstract: Museum Pendidikan Indonesia Yogyakarta merupakan salah satu daya tarik wisata edukasi yang potensial. Akan tetapi jumlah pengunjungnya sedikit dibandingkan dengan museum lainnya. Tujuan dari penelitian ini untuk menemukan strategi dalam meningkatkan pelayanan sehingga diharapkan dapat meningkatkan antusiasme pengunjung. Penelitian dilakukan secara kualitatif dan data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan pengelola museum dan pengunjung. Dengan SWOT ditemukan bahwa kelemahan utama terletak pada aspek promosi, digitalisasi pelayanan, dan masalah kerjasama. Berdasarkan hasil analisis dirumuskan 4 strategi yaitu : (1) pentingnya storytelling dan penyediaan konten digital interaktif; (2) optimalisasi promosi melalui media sosial, kerja sama dengan influencer, dan pengadaan event tematik; (3) penguatan kelembagaan melalui pelatihan sumber daya manusia dan diversifikasi sumber pendanaan; (4) pengembangan sarana pendukung, seperti fasilitas dasar dan teknologi digital yang imersif; 5) Cafeteria sebagai area bersantai selepas kunjungan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi telah merombak tatanan pelayanan di berbagai bidang dan memunculkan fenomena baru seperti *smart city*, *e-government*, *e-payment*, *smart consumer*, dan sebagainya yang basisnya adalah *big data* dan *internet of things* (IoT) (Ahn, 2020; Gracias et al., 2023). Kemajuan pelayanan dan penggunaan teknologi terbukti memberikan banyak manfaat dalam dunia bisnis dan pelayanan publik, seperti penghematan biaya operasional, kemudahan dalam pelayanan, dan bagi konsumen adalah bisa secara efektif mendapatkan pelayanan tanpa batas wilayah dan waktu (Latupeirissa et al., 2024).

Peningkatan pelayanan pengunjung (*visitor experience enhancement*) di museum di era modern tentu telah menjadi sebuah tuntutan agar museum tidak lagi dipandang sebuah ruang penyimpanan (*storage*) atau bahkan gudang barang kuno (Bakar & Idris, 2024). Museum memerlukan suatu langkah inovatif yang bermanfaat bagi museum maupun visitor. Museum modern merupakan museum yang dapat mengedepankan pengalaman kunjungan dan keberlanjutan. Museum harus mampu memberikan pelayanan kepada pengunjung dari sekedar

tamu menjadi klien dengan memahami apa yang dibutuhkan dan apa yang diharapkan, Menurut sejumlah penelitian yang pernah dilakukan di museum-museum modern di berbagai negara pemahaman atas kebutuhan pengunjung yaitu motivasi kognitif yang ingin dirasakan pengunjung yang beragam terbukti mampu meningkatkan penjualan tiket dan menjamin keberlanjutan museum (Medaković et al., 2024; Trunfio et al., 2021).

Menjadi hal yang jamak dalam permasalahan pelayanan museum di berbagai negara adalah pertama, gagal dalam menciptakan *visitor-centered approach* yaitu upaya dalam menciptakan imej pengalaman positif kepada pengunjung lebih-lebih intensi kunjungan ulang (Philippopoulos et al., 2024). Kedua, gagal dalam *spatial design* yang mampu menciptakan ruang interaktif yang nyaman bagi pengunjung (Medaković et al., 2024). Ketiga, kegagalan dalam mendudukan pengunjung sebagai mitra yang sejajar yang harus dilayani dengan baik dalam hal *object experience* yaitu memahami koleksi dengan interpretasi yang mampu menimbulkan minat ingin tahu, *cognitive experience* yaitu berkaitan dengan aspek intelektual dalam memahami koleksi, dan *instrospective experience* yaitu bagaimana menciptakan interpretasi yang mendalam pada setiap koleksi yang dapat dicermati seksama oleh pengunjung (Philippopoulos et al., 2024). Keempat adalah digitalisasi yang akan memudahkan pengunjung mendapatkan pelayanan museum (Park et al., 2021; Philippopoulos et al., 2024; Rodney, 2019).

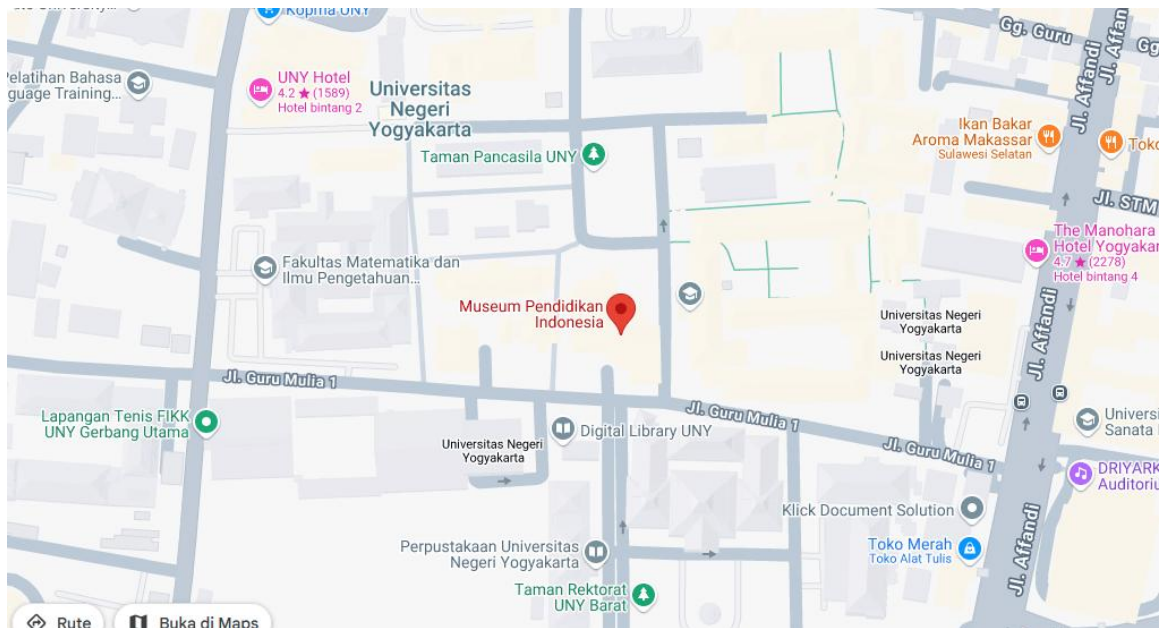
Tren *edutourism* yang populer di beberapa kota di Indonesia termasuk Yogyakarta adalah peluang besar mengapa museum perlu berbenah. *Edutourism* merupakan pengalaman perjalanan berwisata yang dipadukan dengan kegiatan belajar, terdiri dari berbagai segmen pembelajar baik yang independen (sendiri) maupun bekerjasama dengan lembaga atau institusi pendidikan (Fitria, 2024; Rosnan & Abdullah, 2018). *Edutourism* dapat mencakup berbagai pengetahuan dari budaya, sejarah, sains, pariwisata, hingga gastonomi atau pengetahuan tentang makanan.

Yogyakarta adalah tujuan wisata yang menarik dengan keberadaan museum-museum yang saat ini tercatat ada 59 museum. Salah satunya adalah Museum Pendidikan Indonesia (MPI). Berdasarkan data dari Statistik Kepariwisata DIY Tahun 2023, jumlah pengunjung MPI tercatat 33.822 orang, kunjungan ini didominasi oleh wisatawan lokal yang juga merupakan pelajar yang bergabung dalam studi tour. MPI memiliki koleksi yang mengedepankan sejarah dan perkembangan pendidikan di Indonesia, serta relevansi pendidikan dalam konteks sosial budaya.

Beberapa permasalahan pada museum ini adalah jumlah kunjungan yang tergolong rendah dibandingkan dengan museum, seperti Museum Keraton (300.000 kunjungan), Museum Batik (98.000 kunjungan), Museum Affandi (80.000 kunjungan) dan Museum Sonobudoyo (180.000 kunjungan) pada periode yang sama. Menurut informasi internal beberapa faktor penyebab adalah kurangnya promosi yang efektif, aksesibilitas yang cukup remote, serta pelayanan pengunjung yang masih konvensional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan observasi langsung ke museum. Wawancara dilakukan kepada petugas museum, pimpinan museum, dan pengunjung museum. Wawancara dilakukan dengan teknik wawancara tidak terstruktur yaitu dengan menggali informasi secara spontan kepada narasumber sesuai dengan topik penelitian.



Gambar 1. Letak Museum Pendidikan Indonesia di UNY Yogyakarta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan ditemukan sejumlah permasalahan internal yang menurut pengelola juga elaborasi dari persepsi pengunjung bahwa MPI memiliki potensi dan kendala berikut ini :

Pertama tentang keunikan koleksi : MPI memiliki koleksi langka terkait Sejarah Pendidikan Indonesia yang tidak dimiliki oleh museum lain, termasuk buku teks dari era Kolonial Belanda. Koleksi di museum ini mampu menggambarkan sejarah serta perkembangan dunia pendidikan di Indonesia dari masa ke masa. Semua koleksi memiliki QR-code yang dapat di scan pengunjung yang berisi informasi koleksi. Kedua tentang dukungan institusional yang cukup kuat karena berada dibawah institusi besar Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) yang tentu saja dapat berdampak pada pengembangan museum yang terarah sesuai dengan kedudukan MPI. Ketiga, MPI juga memiliki dukungan SDM yang cukup handal sesuai bidang baik sebagai kurator maupun pemandu museum. Keempat, permasalahan anggaran yang ternyata MPI sebagai Lembaga non profit tidak memiliki kecukupan dana untuk beroperasi lebih baik lebih-lebih melakukan ekspansi. Kelima, museum ini belum melakukan kegiatan promosi yang intensif sekalipun hanya memanfaatkan media sosial, semua berjalan seadanya sehingga publikasi dan sosialisasi informasi sangat minimal. Keenam adalah persoalan teknologi bahwa MPI masih merupakan museum tradisional sedikit sekali inovasi yang sudah dilakukan. Ketujuh adalah persoalan kegiatan di museum yang sepi sehingga hampir tidak ada interaksi antar pengunjung di dalam museum.



Gambar.1 Display Kuno di Museum Pendidikan Indonesia

Berdasarkan sejumlah permasalahan tersebut perlu dilakukan sejumlah terobosan setidaknya yang diorientasikan pada peningkatan pelayanan dan modernisasi museum :

1) Strategi Promosi dan Pemasaran

Strategi promosi dan pemasaran MPI Yogyakarta memerlukan pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan metode tradisional dengan inovasi digital untuk menarik lebih banyak wisatawan. Museum ini belum memaksimalkan potensi promosi digitalnya, sementara persaingan daya tarik wisata di Yogyakarta semakin tinggi. Pengembangan konten digital di media sosial menjadi komponen penting strategi pemasaran museum. Platform media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* belum dimanfaatkan dengan baik lebih-lebih jika yang disasar saat ini adalah segmen usia muda. Konten yang menceritakan kisah di balik artefak pendidikan, fakta menarik tentang pendidikan tempo dulu, serta perbandingan metode pembelajaran dari masa ke masa dapat meningkatkan kesadaran dan minat publik. Pendekatan ini juga dapat disebut sebagai metode *storytelling* yaitu menceritakan latar belakang koleksi dengan cerita yang dapat membuat imajinasi audien berkembang.

Konsistensi dalam pengelolaan media sosial dengan jadwal posting teratur dan tema konten yang terstruktur akan membangun audien loyal yang berpotensi menjadi pengunjung. Kerja sama dengan influencer pendidikan dan budaya merupakan strategi yang dapat memberikan dampak signifikan pada peningkatan kunjungan. Analisis menunjukkan bahwa kepercayaan publik terhadap rekomendasi *influencer* relatif tinggi, terutama jika *influencer* tersebut memiliki kredibilitas di bidang pendidikan atau budaya. Model kerjasama yang tepat seperti program duta museum dapat meningkatkan jangkauan promosi museum secara eksponensial dengan biaya yang relatif efisien dibandingkan metode iklan konvensional. Metode lain adalah dengan menyelenggarakan event-event tematik secara berkala menjadi katalis efektif untuk meningkatkan kunjungan dan membangun citra museum sebagai ruang publik yang dinamis.

2) Penguatan Kelembagaan dan SDM

Penguatan kelembagaan MPI Yogyakarta merupakan fondasi krusial yang menentukan keberhasilan seluruh strategi peningkatan kunjungan wisatawan. Pelatihan SDM museum secara berkala menjadi komponen penting dalam strategi penguatan kelembagaan. Analisis kapasitas SDM saat ini mengindikasikan kesenjangan keterampilan terutama dalam aspek teknis kuratorium, kemampuan *storytelling*, pelayanan pengunjung kontemporer, dan penguasaan teknologi digital. Program pelatihan komprehensif perlu dikembangkan dengan kurikulum berjenjang yang mencakup pemanduan interaktif, teknik interpretasi koleksi, pengelolaan pengunjung berbagai segmen, dan literasi digital. Kolaborasi dengan institusi pendidikan tinggi, asosiasi museum, dan praktisi berpengalaman dapat memperkaya perspektif dan metodologi

pelatihan. Evaluasi paska-pelatihan dan sistem penghargaan berbasis kinerja perlu diimplementasikan untuk memastikan transfer pengetahuan ke dalam praktik kerja sehari-hari. Tantangan utama dalam implementasi program pelatihan ini adalah resistensi terhadap perubahan dari staf yang telah lama bekerja dengan pendekatan konvensional serta kebutuhan alokasi waktu dan anggaran yang memadai di tengah operasional museum yang terus berjalan.

Pengembangan model pengelolaan yang lebih profesional merupakan langkah transformatif dalam memodernisasi MPI. Model pengelolaan saat ini menunjukkan pendekatan yang cenderung birokratis, kurang adaptif terhadap perubahan, dan belum berorientasi pada metrik kinerja yang jelas. Museum perlu mengadopsi struktur organisasi yang lebih fleksibel dengan pembagian departemen berdasarkan fungsi kunci seperti kuratorial, edukasi, pelayanan pengunjung, pemasaran, dan pengembangan bisnis. Sistem tata kelola yang memisahkan fungsi pengawasan (dewan museum) dari operasional harian (tim manajemen) akan meningkatkan akuntabilitas dan efisiensi pengambilan keputusan.

Diversifikasi sumber pendanaan juga perlu diperhatikan, melalui kemitraan dan sponsor dapat menjadi alternatif mengatasi keterbatasan anggaran yang sering kali menghambat pengembangan museum. Analisis struktur pendanaan saat ini menunjukkan ketergantungan tinggi pada alokasi anggaran dari universitas dan pemerintah daerah yang terbatas dan tidak fleksibel. MPI perlu mengembangkan unit pengembangan bisnis yang fokus pada penggalangan dana melalui berbagai skema seperti kemitraan korporat jangka panjang, program adopsi artefak, dan hibah kompetitif dari lembaga filantropi pendidikan dan kebudayaan dapat dimanfaatkan untuk mengatasi hal ini. Pengembangan bisnis sampingan seperti penyewaan ruang untuk event, jasa konsultasi pendidikan, dan produksi konten edukatif dapat memanfaatkan aset dan keahlian yang dimiliki museum. Tantangan utama dalam diversifikasi pendanaan ini adalah kebutuhan akan kapasitas SDM dengan kompetensi fundraising dan pengembangan bisnis yang saat ini belum tersedia, serta potensi konflik kepentingan antara misi edukatif museum dengan kepentingan komersial yang perlu dikelola dengan hati-hati.

Peningkatan keterlibatan komunitas pendidikan dan sejarah dalam tata kelola dan aktivitas museum merupakan strategi yang memperkuat relevansi sosial dan dukungan publik terhadap museum, hal ini menunjukkan museum ini belum secara optimal memanfaatkan potensi kolaborasi dengan berbagai komunitas yang memiliki keselarasan minat. Forum diskusi berkala untuk pengembangan museum yang melibatkan komunitas akan menciptakan rasa kepemilikan publik dan sumber ide inovatif. Kolaborasi dengan perguruan tinggi untuk menjadikan museum sebagai laboratorium penelitian pendidikan dan sejarah dapat meningkatkan produksi pengetahuan yang memperkaya konten museum. Tantangan dalam implementasi strategi keterlibatan komunitas ini adalah koordinasi efektif berbagai kelompok dengan ekspektasi dan latar belakang beragam, serta kebutuhan mekanisme yang memastikan kontribusi komunitas terintegrasi secara harmonis dengan visi kuratorial museum.

3) Pengembangan kualitas sarana Pendukung

Pengembangan fasilitas museum merupakan komponen vital dalam upaya peningkatan kunjungan yang memerlukan pendekatan komprehensif dan berorientasi pada kebutuhan pengunjung. Kondisi fasilitas terkini menunjukkan kesenjangan antara ekspektasi pengunjung modern dengan realitas yang tersedia. Beberapa fasilitas pendukung seperti area istirahat, toilet, dan sistem informasi belum memenuhi standar kenyamanan wisatawan masa kini, sementara area pameran masih menggunakan pendekatan konvensional yang kurang interaktif. Kesenjangan ini berdampak signifikan pada durasi kunjungan, tingkat kepuasan, dan kecenderungan untuk merekomendasikan museum kepada calon pengunjung lain.

Peningkatan kualitas fasilitas pendukung pengunjung menjadi prioritas utama dalam strategi pengembangan fasilitas museum. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa kenyamanan fasilitas dasar seperti toilet bersih, area istirahat yang nyaman, dan akses untuk penyandang disabilitas memiliki korelasi positif dengan tingkat kepuasan keseluruhan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan pengelola adalah belum tersedianya akses bagi penyandang disabilitas, hal ini penting karena ruangan-ruangan pendukung museum seperti studio dan *meeting room* terletak di lantai 2. Museum perlu melakukan renovasi komprehensif terhadap toilet dengan standar kebersihan yang tinggi, menyediakan area istirahat yang dilengkapi dengan tempat duduk ergonomis dan pengatur suhu ruangan yang optimal, serta mengimplementasikan desain universal untuk memastikan aksesibilitas bagi seluruh spektrum pengunjung termasuk lansia dan penyandang disabilitas.



Gambar 2. Tangga Akses Tidak Dapat Diakses Difabel

Tantangan utama dalam implementasi peningkatan fasilitas pendukung ini adalah kebutuhan investasi awal yang besar serta perencanaan yang harus mempertimbangkan aspek historis dan edukatif museum. Pengembangan area interaktif dan zona foto *instagramable* juga penting melihat pada dominasi segmen pasar saat ini yang sebagian besar adalah anak muda. Museum perlu menciptakan setidaknya lima zona foto yang dirancang secara artistik dengan memadukan elemen historis pendidikan dengan sentuhan kontemporer. Area interaktif seperti simulasi kelas dari berbagai era dengan kostum dan peralatan yang dapat digunakan pengunjung tidak hanya meningkatkan aspek edukatif tetapi juga menciptakan konten yang "shareable" di media sosial. Implementasi strategi ini berpotensi menciptakan efek multiplikasi pemasaran organik melalui unggahan pengunjung di platform digital, namun membutuhkan keseimbangan yang cermat antara nilai estetika, akurasi historis, dan fungsi edukatif museum.

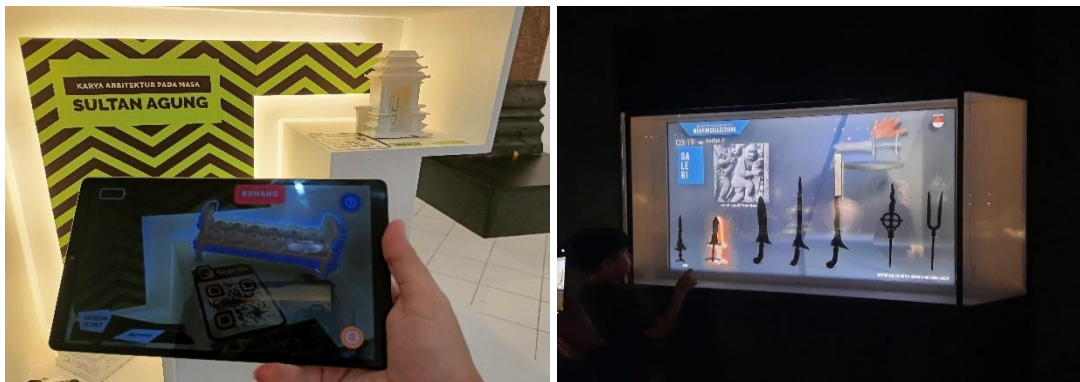
Penyediaan ruang workshop dan diskusi merupakan langkah strategis dalam mentransformasi museum dari sekadar tempat pameran pasif menjadi pusat aktivitas edukatif yang dinamis. Analisis pola kunjungan menunjukkan bahwa program-program partisipatif seperti workshop dan diskusi tematik memiliki tingkat retensi pengunjung yang lebih tinggi dibandingkan kunjungan konvensional. Museum perlu mengalokasikan atau merekonfigurasi ruang eksisting untuk menciptakan setidaknya dua area multifungsi yang dapat digunakan untuk workshop pembuatan alat peraga pendidikan tradisional, simulasi metode pengajaran tempo dulu, dan diskusi tematik tentang evolusi pendidikan di Indonesia. Ruang-ruang ini perlu dilengkapi dengan furnitur modular yang dapat dikonfigurasi ulang sesuai kebutuhan acara, sistem *audio-*

visual yang mendukung presentasi multimedia, serta konektivitas internet yang handal. Tantangan dalam pengembangan ruang workshop dan diskusi adalah keterbatasan luas bangunan eksisting serta kebutuhan untuk menyeimbangkan fungsi tambahan ini dengan fungsi utama museum sebagai tempat konservasi dan pameran artefak pendidikan.

4) Modernisasi dengan Kemajuan Teknologi

Analisis sistem ticketing dan informasi yang ada menunjukkan proses yang masih manual dan membutuhkan waktu, serta keterbatasan dalam penyediaan informasi multibahasa yang komprehensif bagi pengunjung. Museum perlu mengimplementasikan sistem tiket elektronik terintegrasi yang memungkinkan pembelian online, reservasi kelompok, dan analitik kunjungan real-time. Sistem informasi digital berbasis aplikasi mobile atau kios interaktif yang menyediakan konten multibahasa (minimal Indonesia, Inggris, dan dua bahasa asing lainnya) akan secara signifikan meningkatkan aksesibilitas informasi. Teknologi QR code dapat diimplementasikan untuk memberikan informasi kontekstual tentang artefak secara personal kepada pengunjung melalui perangkat mobile mereka. Tantangan dalam implementasi teknologi informasi ini meliputi investasi awal, kebutuhan pemeliharaan berkelanjutan, dan pelatihan staf untuk mengelola teknologi baru. Integrasi teknologi digital immersive seperti *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR) dalam area pameran merupakan strategi yang berpotensi mentransformasi pengalaman museum secara radikal. Analisis tren museum kontemporer global menunjukkan peningkatan adopsi teknologi imersif untuk menghidupkan kembali artefak statis dan menciptakan pengalaman multi-sensori.

Museum dapat mengimplementasikan instalasi AR yang memungkinkan pengunjung melihat demonstrasi penggunaan alat peraga pendidikan kuno, rekonstruksi digital ruang kelas dari berbagai era, atau visualisasi evolusi metode pengajaran melalui aplikasi mobile. Stasiun VR dengan konten berupa tur virtual ke sekolah-sekolah bersejarah atau pengalaman imersif "sehari di kehidupan siswa" dari berbagai periode dapat memperdalam pemahaman dan keterlibatan emosional pengunjung.



Gambar 3. Adaptasi Model Teknologi AR di Museum Sonobudoyo Yogyakarta

5) Cafeteria

Pengembangan area kuliner dan merchandise yang terintegrasi dengan tema pendidikan dapat menjadi sumber pendapatan tambahan sekaligus memperpanjang durasi kunjungan wisatawan. Ketersediaan area kuliner yang nyaman dan produk souvenir yang unik dapat meningkatkan kepuasan kunjungan secara keseluruhan. Museum perlu mengembangkan kafe tematik dengan menu yang terinspirasi dari jajanan sekolah tempo dulu yang disajikan dengan presentasi kontemporer, serta toko souvenir yang menawarkan produk berkualitas dengan nilai edukatif tinggi seperti replika miniatur alat peraga pendidikan, buku-buku tematik, atau alat tulis

dengan desain vintage. Area ini perlu dirancang dengan estetika yang menyeimbangkan nuansa nostalgia pendidikan dengan kenyamanan modern. Pengembangan area kuliner dan *merchandise* adalah kebutuhan merupakan bagian dari pelayanan museum kepada pengunjung secara lebih optimal.

KESIMPULAN

Museum Pendidikan Indonesia Yogyakarta dapat meningkatkan jumlah kunjungan melalui beberapa strategi. Pertama, mengoptimalkan berbagai media promosi untuk mensosialisasikan dan menyebarluaskan informasi seputar museum dan koleksinya, juga kegiatan yang diselenggarakan oleh museum. Kedua, penguatan kelembagaan dan SDM yang mendukung modernisasi museum baik terkait dengan sistem pengelolaan museum maupun kompetensi SDM di museum. Ketiga Pengembangan sarana dan prasarana yang merujuk pada konsep museum modern dan interaktif, serta ramah lingkungan. Keempat, modernisasi melalui pemanfaatan pelayanan berbasis teknologi modern seperti teknologi AR/VR, QR Code dan sebagainya. Kelima, adalah melengkapi dengan area untuk bersantai semisal *cafeteria* juga tempat belanja souvenir yang dapat menambah pendapatan bagi museum.

DAFTAR REFERENSI

- Ahn, S.-k. (2020). Smart Consumers: A New Segment for Sustainable Digital Retailing in Korea. *Sustainability MDPI*, 12. <https://doi.org/10.3390/su12187682>
- Bakar, A. B. A., & Idris, M. Z. (2024). Enhancing Visitor Experience Using Service Design Approach for Museum Sustainability. *Ideology Journal : Art, Business, Environmental Science*, 1. <https://doi.org/10.24191/ideology.v9i2.540>
- Fitria, T. N. (2024). Field Trip Teaching Method: Introducing Educational Tourism (Edutourism) For Learning English. *Journal on Language, Education, Literature, and Culture*. <https://doi.org/10.33323/l.v2i1.15>
- Gracias, J. S., Parnell, G., Specking, E., Pohl, E., & Buchanan, R. K. (2023). Smart Cities—A Structured Literature Review. *Smart Cities MDPI*, 6, 1719–1743. <https://doi.org/10.3390/smartcities6040080>
- Latupeirissa, J. J. P., Dewi, N. L. Y., Prayana, K. R., Srikandi, M. B., Ramadiansyah, S. A., & Pramana, I. B. G. A. Y. (2024). Transforming Public Service Delivery: A Comprehensive Review of Digitization Initiatives. *Sustainability MDPI*, 16 (2818). <https://doi.org/10.3390/su16072818>
- Medaković, J., Jelić, J. A. c., Ecet, D., Nedučin, D., & Krklješ, M. (2024). The Interplay between Spatial Layout and Visitor Paths in Modern Museum Architecture. *Buildings MDPI*, 14(2147). <https://doi.org/10.3390/buildings14072147>
- Park, H., Heo, J., & Kim, J. (2021). *Before You Visit-: New Opportunities for the Digital Transformation of Museums* Culture and Computing. Interactive Cultural Heritage and Arts,
- Philippopoulos, P., Drivas, I. C., & Kouis, D. (2024). A Holistic Approach for Enhancing Museum Performance and Visitor Experience. *Sensors MDPI*, 24(966). <https://doi.org/10.3390/s24030966>
- Rodney, S. (2019). *The Personalization of the Museum Visit*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315171777>
- Rosnan, H., & Abdullah, N. C. (2018). Challenges in Upholding Edutourism Initiatives. *Asian Journal of Behavioural Studies*. <https://doi.org/10.21834/AJBES.V3I14.161>

Trunfio, M., Lucia, M. D., Campana, S., & Magnelli, A. (2021). Innovating the cultural heritage museum service model through virtual reality and augmented reality: the effects on the overall visitor experience and satisfaction. *Journal of Tourism Heritage*. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2020.1850742>