

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Kurangnya minat terhadap wisata sejarah di Kota Bandung menjadi dampak yang serius bagi pariwisata sejarah terutama Museum Konferensi Asia Afrika untuk menarik minat pengunjung secara konsisten. Faktor-faktor seperti kurangnya pengetahuan tentang pentingnya sejarah, terbatasnya fasilitas pendukung, serta persaingan dengan jenis wisata modern yang lebih populer, menjadi kendala yang mempengaruhi rendahnya jumlah pengunjung. Maka dari itu, Museum KAA menghadirkan strategi-strategi yang efektif untuk sama-sama mencoba mengatasi permasalahan demikian, adapun strategi pengelolaan Museum KAA adalah sebagai berikut:

Museum Konferensi Asia Afrika (KAA) memiliki strategi pengelolaan yang komprehensif untuk menjaga kelestarian dan relevansi museumnya, yang meliputi empat aspek utama selaras akan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 tentang Permuseuman, yakni pengelolaan bangunan, sumber daya manusia, pendanaan, dan program museum. Dalam pengelolaan bangunan, Museum KAA fokus pada pemeliharaan fisik dan estetika bangunan bersejarahnya, termasuk perawatan rutin dan restorasi agar tetap terjaga. Pengelolaan sumber daya manusia diarahkan untuk meningkatkan kompetensi staf museum, seperti kurator dan pemandu, melalui pelatihan rutin yang mendukung penyampaian informasi secara menarik dan edukatif kepada pengunjung. Di sisi pendanaan, Museum KAA memperoleh dukungan dari

pemerintah, memungkinkan mereka untuk mengelola anggaran secara transparan dan efektif guna mendukung program-program museum. Selain itu, program museum dirancang untuk mendukung misi edukasi, mulai dari pameran permanen hingga kegiatan edukatif yang melibatkan pelajar dan masyarakat umum, dengan tujuan menyebarkan nilai-nilai historis dan diplomasi Asia-Afrika.

Museum Konferensi Asia Afrika (KAA) menyelenggarakan berbagai program yang bertujuan untuk mengedukasi, menginspirasi, dan memperkuat pemahaman masyarakat mengenai sejarah penting Konferensi Asia Afrika serta nilai-nilai persatuan antarbangsa. Program pameran permanen menampilkan koleksi artefak, dokumen, dan foto-foto bersejarah yang menggambarkan semangat solidaritas serta diplomasi yang menjadi dasar dari Konferensi Asia Afrika pada tahun 1955. Program-program Museum KAA terbagi menjadi program harian, program peringatan, program sosialisasi dan program edukasi publik. Program-program di Museum Konferensi Asia Afrika (KAA) dapat dianalisis melalui teori peranan yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto menjelaskan peranan menjadi ke dalam tiga bagian yakni peran aktif, partisipatif, serta peran pasif.

Peneliti dapat menarik beberapa hasil analisis menggunakan teori tersebut adalah (1) Museum Konferensi Asia Afrika berperan secara aktif, atas peningkatan wisata sejarah kota Bandung melalui peningkatan jumlah pengunjung, salah satunya yaitu dengan mengadakan program-program inovatif (2) Peran partisipatif museum meliputi kegiatan yang menunjang atas partisipasi

masyarakat terhadap situs budaya dan sejarah, partisipasi masyarakat, melakukan promosi dan bekerjasama dengan pihak lain seperti, instansi pendidikan, komunitas lokal dan sejarawan. (3) Peran pasif Museum Konferensi Asia Afrika senantiasa terus membantu menjaga dan melestarikan terkait peninggalan sejarah baik benda maupun arsitektur.

## 5.2 Saran

Penelitian ini masih perlu pendalaman peran Museum Konferensi Asia Afrika Kota Bandung dalam strategi pengembangan wisata sejarah dengan pencapaian bersama. Membangun strategi bersama dalam peningkatan pengunjung museum. Penulis menyadari bahwasannya penelitian ini ialah tahapan awal yang pastinya terdapat kekurangan dan masihlah perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk menyempurnakannya.

Berikut adalah beberapa bidang penelitian yang dapat dieksplorasi:

1. Aksesibilitas: Penelitian dapat difokuskan pada aksesibilitas penggunaan transportasi umum pada sekitaran wisata sejarah yang mendukung aksesibilitas di tempat umum, transportasi, dll.
2. Teknologi dan digital: Studi tentang bagaimana teknologi contohnya augmented reality (AR), virtual reality (VR), serta aplikasi pemandu digital dapat meningkatkan pengalaman pengunjung museum. Fokus bisa pada efektivitas teknologi ini dalam memperkaya edukasi sejarah dan keterlibatan pengunjung.
3. Pemasaran dan manajemen: Penelitian ini dapat mengkaji bagaimana strategi pemasaran museum bisa menarik lebih banyak pengunjung, terutama dari kalangan milenial dan generasi Z. Studi ini bisa mencakup

analisis penggunaan media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan program pemasaran yang sesuai dengan minat generasi muda.

4. Sosial dan Budaya: Meneliti dampak museum terhadap komunitas lokal, misalnya, dalam hal penciptaan lapangan kerja, peningkatan rasa bangga terhadap sejarah lokal, dan dampak ekonomi terhadap bisnis sekitar.

