

Rekreasi, Hiburan, Belajar: Studi Kegiatan Wisata Seni dan Budaya di Saung Angklung Udjo

Recreation, Entertainment, Learning: Study of Cultural and Art Tourism Activities at Saung Angklung Udjo

Trianti Nugraheni*, Agus Budiman & Dewi Rachmawati

Departemen Pendidikan Tari, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Diterima: 08 Oktober 2020; Direview: 09 Oktober 2020; Disetujui: 03 November 2020

*Corresponding Email: Trianti_nugraheni@upi.edu

Abstrak

Saung Angklung Udjo di Jawa Barat merupakan salah satu bentuk destinasi program wisata seni dan budaya yang didirikan oleh Mang Udjo Ngalagena. Konsep pelestarian, pengembangan, edukasi seni dan budaya menjadi salah satu visi program yang dikembangkan di Saung Angklung Udjo. Tujuan penelitian ini untuk memperoleh data dan informasi yang jelas berkaitan dengan sistem pengelolaan sanggar seni dan budaya Saung Angklung Udjo mengenai perencanaan, implementasi dan sistem pemasaran program yang diterapkan di Saung Angklung Udjo Jawa Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara terstruktur dengan ketua pengelola sanggar, pelaku lapangan (artis pertunjukan) dan beberapa pegawai di Saung Angklung Udjo. Selain dari hasil wawancara, data penelitian diperoleh melalui proses kegiatan observasi mengenai pelaksanaan kegiatan program seni dan budaya di Saung Angklung Udjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara konseptual kegiatan program wisata seni dan budaya di Saung Angklung Udjo memiliki visi kegiatan dalam pelestarian, pengembangan dan edukasi. Hal ini ditunjukkan dalam tujuan program, materi kegiatan, sasaran dan strategi marketing yang dikembangkan lebih mengarah pada penyelenggaraan wisata seni dan budaya yang memiliki prinsip rekreatif, hiburan dan belajar.

Kata Kunci: Wisata Seni, Wisata Budaya, Saung Angklung Udjo

Abstract

Saung Angklung Udjo in West Java is one of the destinations for the arts and cultural tourism program founded by Mang Udjo Ngalagena. The concept of preservation, development and education of arts and culture is one of the program visions developed at Saung Angklung Udjo. The purpose of this study was to obtain clear data and information related to the management system of the Saung Angklung Udjo art and culture studio regarding how to plan, implement and program the marketing system implemented in Saung Angklung Udjo, West Java. The method used in this research is descriptive method with a qualitative approach. The research data were obtained from structured interviews with the head of the studio management, field actors (performing artists) and several employees at Saung Angklung Udjo. Apart from the results of interviews, research data were obtained through the process of observation activities regarding the implementation of arts and cultural program activities at Saung Angklung Udjo. The results showed that conceptually the arts and culture tourism program activities at Saung Angklung Udjo had a vision of activities in preservation, development and education. This is shown in the program objectives, activity materials, objectives and marketing strategies that have been developed to be more directed at organizing cultural and artistic tourism which has the principles of recreation, entertainment and learning.

Keywords: Art Tourism, Cultural Tourism, Saung Angklung Udjo

How to Cite: Nugraheni, T., Budiman, A., & Rachmawati, D., (2020). Rekreasi, Hiburan, Belajar: Studi Kegiatan Wisata Seni dan Budaya di Saung Angklung Udjo. Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS), 3(2), 693-702.



PENDAHULUAN

Budaya menjadi salah satu faktor dalam menarik simpati para wisatawan. Faktor ini lahir dari para leluhur yang kemudian dikembangkan dari generasi ke generasi (Susanti & Sjachro, 2019), Wisata budaya merupakan jenis pariwisata yang berkaitan dengan budaya atau kebudayaan yang dihasilkan oleh masyarakat suatu wilayah tertentu. Budaya sebagai "programan kolektif pikiran yang membedakan anggota satu kelompok dari yang lain, yang diturunkan dari generasi ke generasi, berubah sepanjang waktu karena setiap generasi menambahkan sesuatu sendiri sebelum meneruskannya (Belshek, 2006; Hazrul, 2012). Sementara wisata seni dan budaya merupakan program wisata yang memiliki tujuan pariwisata memperkenalkan kekayaan seni dan budaya suatu objek wisata kepada pengunjungnya (Harwanto, 2014; Masunah, 2015; Putra, 2012; Widianingrum, 2013). Indonesia sebagai bangsa yang majemuk, memiliki keanekaragaman budaya yang tersebar di seluruh pelosok nusantara (Simanjuntak, Ginting, & Wiflihani, 2019).

Salah satu bentuk dalam wisata budaya yaitu aktivitas turis tidak lagi untuk kepentingan rekreasi atau hiburan, akan tetapi memiliki tujuan lain untuk mempelajari objek wisata yang dikunjungnya berkaitan dengan potensi kekayaan budaya yang dikunjungnya (Andriani, Brahmanto, & Purba, 2019; Hariyanto, 2016; P. Priyanto, 2016; Rahajeng, 2008). Wisata budaya adalah gerak atau kegiatan wisata yang dirangsang oleh adanya obyek-obyek wisata berwujud hasil-hasil seni budaya setempat, misalnya adat istiadat, upacara-upacara keagamaan, tata hidup masyarakat, peninggalan-peninggalan sejarah, hasil-hasil seni dan kerajinan rakyat, dan sebagainya (Anwar, 2009; Damardjati, 1981; Spillane, 1991).

Pariwisata termasuk ke dalam bagian sebuah perjalanan ke sebuah tempat yang dituju untuk maksud tertentu yang pada akhirnya memiliki sebuah kenangan, cenderamata ciri khas dari lokasi wisata yang dituju, secara tidak langsung akan meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat sekitar (Arcana & Wiweka, 2015; Kodhyat, 1996; Martana, 2002; Widyastuti, 2010). Kehadiran budaya di masyarakat berpotensi berkontribusi perubahan tatanan sosial ekonomi suatu masyarakat (E. L. Damanik, 2018). Wisata budaya merupakan salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objeknya (Susanti & Sjachro, 2019; Wijana & SS, 2019; Yoeti, 1996). Wisata budaya termasuk salah satu jenis wisata khusus, seperti wisata alam dan wisata petualangan. Adapun tujuan wisata budaya adalah memperkaya informasi dan menambah pengetahuan tentang perilaku masyarakat di suatu wilayah, juga mendapatkan kepuasan dan hiburan dari hasil kebudayaan suatu bangsa, termasuk salah satunya adalah kesenian (Syarifuddin, 2017, 2018; Utami, 2019). Ada 12 unsur kebudayaan yang dapat menarik kedatangan wisatawan yaitu kerajinan tangan (*handicrafts*), tradisi masyarakat (*traditions*), Hal-hal terkait kuliner (*gastronomy*), musik dan kesenian (*art and music*), sejarah suatu tempat (*history of the area*), cara kerja dan teknologi (*types of work engaged in by residents*), bentuk dan karakteristik arsitektur (*architecture*), bahasa (*language*), agama yang dinyatakan dalam cerita atau sesuatu yang dapat disaksikan (*religion/ including visible manifestations*), sistem pendidikan (*education systems*), tata cara berpakaian penduduk setempat (*dress*), aktivitas pada waktu senggang (*leisure activities*) (Ritchie; Zins, 1989).

Tempat wisata selalu menjadi obyek menarik dan paling banyak dikunjungi oleh setiap wisatawan untuk liburan. Terdapat banyak tempat wisata di setiap daerah terutama di kota Bandung selain itu terdapat pula beberapa jenis wisata seperti wisata alam, budaya, religi, kuliner, edukasi, dan lainnya (Avenzora, Untari, Darusman, & Prihatno, 2014; Rikobi, 2015; Sades, 2016). Destinasi wisata budaya di Indonesia, memiliki tujuan mendatangkan para wisatawan sebanyak mungkin agar bisa lebih lama berada di lokasi wisata yang mereka kunjungi (Syarifuddin, 2016). Pengembangan pariwisata didorong oleh beberapa faktor Pertama, wilayah yang memiliki potensi alam dan budaya yang relatif lebih otentik daripada wilayah perkotaan. Kedua, wilayah yang memiliki lingkungan fisik yang relatif masih asli. Ketiga, dalam tingkat tertentu daerah yang menghadapi perkembangan ekonomi yang relatif lambat, sehingga pemanfaatan potensi ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal secara optimal merupakan alasan rasional dalam pengembangan pariwisata (J. Damanik, 2013; Rahmi, 2016).



Sebagian besar wisatawan edukasi terdiri dari mahasiswa dan pelajar yang memanfaatkan waktu liburan untuk jalan-jalan dan mendapatkan pengetahuan (Brahmanto, Musafa, & Suryana, 2018; Hermawan et al., 2017; R. Priyanto & Brahmanto, 2018; R. Priyanto, Syarifuddin, & Martina, 2018; Wijayanti, 2017). Wisata pendidikan atau wisata edukasi Menurut (Ritchie, 2003) wisata edukasi adalah aktivitas pariwisata yang dilakukan oleh wisatawan yang melakukan liburan sehari dan mereka yang melakukan perjalanan untuk pendidikan dan pembelajaran sebagai tujuan utama. Wisata pendidikan atau wisata edukasi biasa disebut dengan karya wisata.

Saung Angklung Udjo merupakan salah satu program destinasi wisata di Jawa Barat yang memiliki visi kegiatan dalam memperkenalkan kekayaan seni dan budaya tradisional Jawa Barat pada khususnya nusantara pada umumnya. Selain itu, Sanggar Seni yang didirikan oleh Udjo Ngalagena ini sangat mendukung aspek pendidikan terutama dalam bidang kesenian, karena dalam aktivitas perjalanan wisatanya memuat nilai-nilai edukasi yang dilakukan secara langsung oleh wisatawannya. Pada mulanya seorang Udjo Ngalagena membuat program wisata di Saung Angklung Udjo tersebut sebagai wadah untuk masyarakat sekitar agar mereka dapat melakukan aktivitas yang produktif melalui kegiatan pembuatan dan belajar memainkan angklung. Udjo Ngalagena mengangkat alat musik angklung menjadi ikon industri wisata seni dan budaya Jawa Barat yang popularitasnya mampu mendunia. Selain menyajikan kesenian musik angklung, jenis pertunjukan kesenian lainnya seperti tari topeng, tari Merak, Wayang, dan lain sebagainya sering ditampilkan dalam kegiatan pertunjukannya. Program kegiatan wisata seni dan budaya di Saung Angklung Udjo tidak hanya memperlihatkan aspek pertunjukannya saja, aspek pendidikan di dalamnya juga ditunjukkan pada kegiatan wisata pendidikan di Saung Angklung Udjo.

Tujuan penelitian ini adalah ingin memperoleh data dan informasi berkaitan dengan pelaksanaan wisata seni dan budaya yang diselenggarakan di Saung Angklung Udjo Jawa Barat yang memiliki sisi nilai rekreatif, hiburan dan pendidikan atau kegiatan belajar bagi para peserta wisata yang berkunjung. Selain itu, konsep sistem manajemen Saung Angklung Udjo Jawa Barat menarik untuk dikaji lebih lanjut dari sisi pengelolannya dari aspek tujuan, materi kegiatan, sasaran, dan strategi marketing yang diterapkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Saung Angklung Udjo yang berlokasi di Jalan Padasuka No.118, Pasirlayang, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40192 dengan melibatkan partisipan penelitian yaitu pengelola Saung Angklung Udjo yang dijadikan sebagai narasumber utama dalam memperoleh informasi dan data penelitian melalui kegiatan wawancara terstruktur. Selain itu data penelitian diperoleh berdasarkan hasil observasi, dan studi dokumentasi serta studi literature untuk menguatkan data penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara dan studi observasi. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi instrumen wawancara dan instrumen observasi. Instrumen wawancara terkait dengan kebutuhan data dan informasi mengenai system manajemen pengelolaan Saung Angklung Udjo dari aspek perencanaan program, implementasi kegiatan dan sistem pemasaran yang diterapkan oleh pengelola sanggar Saung Angklung Udjo, sementara observasi untuk memperoleh data dan informasi proses aktivitas wisata seni dan budaya yang dilaksanakan di sanggar Saung Angklung Udjo. Analisis data dilakukan tiga tahapan yaitu reduksi data digunakan untuk memfokuskan tujuan penelitian, sehingga hal yang tidak terkait dengan penelitian ini dapat diminimalisir, penyajian data dilakukan setelah proses reduksi dilaksanakan kemudian disusun ke dalam bentuk naskah untuk disajikan dan penarikan kesimpulan dilakukan agar penelitian ini memiliki sebuah kebaruan yang diharapkan melalui pelaksanaan sebuah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Wisata Seni & Budaya Saung Angklung Udjo

Saung Angklung Udjo merupakan salah satu model penyelenggaraan kegiatan wisata seni dan budaya yang mengangkat materi kesenian tradisional masyarakat daerah Jawa Barat sebagai unggulan



materi programnya. Terbentuknya Saung Angklung Udjo, tentu karena ide dan gagasan yang kreatif dari pendiri Saung Angklung Udjo yaitu Udjo Ngalagena. Konsep yang dibuat berdasarkan pertimbangan yang matang dan melalui prosedur penyelenggaraan program wisata. Secara keseluruhan kegiatan, konsep wisata seni dan budaya di Saung Angklung Udjo memiliki visi dan misi dalam memberikan edukasi kepada pengunjung dalam memperkenalkan khasanah seni dan budaya yang ada di Jawa Barat pada khususnya (Susanti & Sjuchro, 2019; Syarifuddin, 2016). Di beberapa Negara maju seni sudah menjadi komoditi daya tarik program wisata yang mampu mengangkat keamanan perekonomian suatu Negara maju dan berkembang (Bull, 1995; Greffe, 1994; McKercher & Du Cros, 2002; Smith, 2009; Tighe, 1986). Konsep ini yang diterapkan juga dalam penyelenggaraan program wisata seni dan budaya di Saung Angklung Udjo yang memiliki visi dan tujuan dalam meningkatkan serta memberdayakan potensi masyarakat dalam kegiatannya sehingga berkontribusi langsung dalam membantu menopang perekonomian keluarganya. Secara konseptual dapat digambarkan dalam gambar sebagai berikut.



Gambar 1. Konsep Wisata Seni Di Saung Angklung udjo

Gambar di atas, menjelaskan empat pondasi kuat dalam sistem pengelolaan sanggar Saung Angklung Udjo yang diselenggarakan selama ini. Konsep penyelenggaraan kegiatan wisata seni dan budaya di Saung Angklung Udjo dapat terbentuk atas dasar: tujuan, materi kegiatan, target dan strategi marketing pemasaran yang baik dalam pengelolaannya. Keempat komponen tersebut menarik untuk dibahas lebih lanjut.

Tujuan Program Wisata Seni dan Budaya Saung Angklung Udjo

Konsep kegiatan program wisata seni dan budaya di Saung Angklung Udjo tidak terlepas dari tujuan didirikannya Saung Angklung Udjo. Adanya tujuan yang jelas dan sesuai, maka akan terbentuk juga konsep yang matang. Destinasi wisata pendidikan seni Saung Angklung Udjo ini berada di kawasan masyarakat yang minim akan pendidikan, Udjo Ngalagena melihat latar belakang pendidikan warga sekitar yang mayoritas 80% hanya lulusan SD. Melihat lingkungan sekitar, banyak anak-anak muda yang tidak memiliki pekerjaan. Melihat keadaan sekitar, akhirnya Udjo Ngalagena mendirikan Saung Angklung Udjo sebagai lapangan pekerjaan baru dan memberdayakan warga sekitar untuk menjadi pekerja di Saung Angklung Udjo. Pekerja mayoritas adalah warga sekitar mereka tidak hanya membuat kerajinan bambu sebagai alat musik saja, tetapi beragam kerajinan lain juga mereka buat.

Saung Angklung Udjo memegang moto dari maestro angklung Daeng Soetigna yaitu 5M: Mudah, murah, mendidik, menarik dan massal, kemudian Almarhum Udjo Ngalagena menambahkan dengan kata meriah. Prinsip tersebut dipegang erat secara turun terumurun dan menjadi salah satu prinsip pengembangan program wisata pendidikan seni di Saung Angklung Udjo.

Tujuan Pengembangan program wisata pendidikan seni di Saung Angklung Udjo menurut hasil wawancara dengan narasumber Taufik Hidayat yang bertujuan untuk:

1. Melestarikan kesenian khas dari berbagai daerah dengan mengkolaborasikan musik angklung khas dari Jawa Barat sebagai kesenian inti di Saung Angklung Udjo. Dikembangkannya wisata pendidikan seni Saung Angklung Udjo bertujuan agar kesenian khas Jawa Barat lebih dikenal wisatawan baik wisatawan domestik sampai wisatawan mancanegara.
2. Membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar. Dengan melihat masyarakat sekitar dengan mayoritas 80% hanya lulusan SD akhirnya Udjo Ngalagena (alm) bertekad membuka Saung Angklung Udjo agar masyarakat sekitar memiliki aktivitas yang produktif dengan membuat kerajinan bambu.
3. Kebon Udjo merupakan salah satu pusat penanaman, pengelolaan, dan pembuatan kerajinan bambu. Pada destinasi wisata Saung Angklung Udjo tidak hanya sebagai lokasi wisata pertunjukan seni saja tetapi area Kebon Udjo tersebut dipertahankan sebagai area penghijauan di kawasan Bandung Timur tujuannya agar area tersebut tetap terjaga keasriannya.
4. Yayasan Saung Angklung Udjo dibuat sebagai sarana atau sanggar pelatihan untuk peserta didik yang ingin berlatih, belajar, dan mengembangkan bakat serta minatnya. Sistem pengelolaan sanggar dibuat oleh senior-senior di Saung Angklung Udjo. Kegiatan yayasan Saung Angklung Udjo bertujuan sebagai laboratorium pendidikan atau pusat pembelajaran musik angklung, tari tradisional, dan kesenian lainnya.

Target dan Sasaran Saung Angklung Udjo

Program Wisata Seni dan Budaya Saung Angklung Udjo memiliki target atau sasaran pengunjung wisatawan setiap tahunnya. Menurut hasil wawancara dengan Ahadian (2020), jumlah wisatawan yang datang setiap tahunnya mengalami peningkatan, seperti di tahun 2015-2016 mengalami kenaikan wisatawan kemudian ada penurunan di tahun 2017 tetapi pada tahun 2018-2020 sebelum pandemik naik samapai 270.000. Bahkan pada setiap harinya Saung Angklung Udjo mengadakan pertunjukan sebanyak 4-5 kali seharinya.

Adapun sasaran pengunjung yang datang yaitu pelajar, wisatawan domestik, dan wisatawan mancanegara. Konsep materi pertunjukan yang ditampilkan akan disesuaikan dengan wisatawan yang datang. Contohnya, wisatawan pelajar tingkat SD, maka materi pertunjukan yang ditampilkan yaitu musik anak-anak, tari-tarian dan workshop juga disesuaikan. Berikut ini diagram wisatawan di Saung Angklung Udjo. Pengunjung yang datang sekitar 270.000 pertahunnya dengan jumlah pengunjung mancanegara sebanyak 20%, pengunjung domestik 80%. Pengunjung domestic rata-rata adalah pelajar dengan sebanyak 75%. Wisata pendidikan seni ini menyatukan unsur kegiatan wisata dan muatan pendidikan. Oleh karena itu, tidak heran mayoritas wisatawannya merupakan pelajar. Konsep wisata pendidikan seni di Saung Angklung Udjo memang dirancang untuk pengunjung yang ingin berwisata dan mempelajari kesenian-kesenian di Jawa Barat.

Materi kegiatan Wisata Seni

Dalam membuat materi kegiatan Saung Angklung Udjo memiliki inisiatif untuk membentuk sebuah yayasan, yayasan disini berfungsi untuk mengembangkan sumber daya manusia yang berada dilingkungan sekitar Saung Angklung Udjo pada aspek pertunjukan seni. Pada materi kegiatan yayasan digunakan sebagai pusat pelatihan dan laboratorium pendidikan. Yayasan ini dapat dikatakan sebuah lembaga pendidikan yang dilaksanakan secara non formal, karena didalam kegiatannya berisi pelatihan dan pembinaan mengenai pendidikan seni diantaranya musik, tari, teater, dan kesenian lainnya. Jadwal kegiatan pelatihan dilaksanakan untuk masing-masing peserta didik sebanyak dua kali seminggu, dimana pada jadwal pelatihannya akan diatur oleh pembina. Lokasi pelatihan tidak di dalam ruangan, melainkan hanya di alam terbuka sekitar Saung Angklung Udjo. Tenaga kepelatihan yayasan Saung Udjo kurang lebih berkisar 20 orang tergantung bidang kesenian masing-masing.

Materi yang dipelajari di yayasan berbeda-beda tergantung tingkatan kelas dan usia, anak yang mampu menguasai materi dengan cepat akan ditambah materinya. Adapun materi pokok pembelajaran di Yayasan yaitu: pengetahuan dasar Angklung, teori dasar musik, praktek Angklung, dan pembinaan karakter. Materi-materi tersebut merupakan materi dasar yang diajarkan kepada setiap peserta didik. Adapun materi tambahan yang diajarkan yaitu seni tari yang meliputi tari Topeng, tari Merak, tari Jaipong,



Pencak Silat, tari Bali, tari Papua, dan tari daerah lainnya. Selain itu ada materi pembelajaran tentang alat musik gamelan dan instrumen mayor sebagai tambahan.

Peserta didik yang berada di Yayasan sebagian besar merupakan warga setempat. Yayasan akan merekrut peserta didik dari warga setempat mulai anak-anak sampai orang dewasa. Dari golongan tersebut lalu dikelompokkan menjadi beberapa tingkatan pelatihan diantaranya:

Tabel 1. Peserta Didik Pelatihan Seni di Saung Angklung Udjo

No	Jenjang Kelas	Kelompok Usia	Jumlah Kelas
1	Kelas 0	Usia 5-6 Tahun	2 Kelas
2	Kelas 1	Usia 6-9 Tahun	4 Kelas
3	Kelas 2	Usia 9-13 Tahun	5 Kelas
4	Kelas 3	Usia 13-15 Tahun	1 Kelas
5	Kelas 4	Usia 15 ke atas	1 Kelas

Tujuan dari perekrutan peserta didik yaitu untuk dibina, dilatih yang kemudian diarahkan untuk menjadi seorang talent untuk pertunjukan seni. Selain itu terdapat uji tingkatan yang dilaksanakan untuk kenaikan tingkatan materi baru. Sebagaimana terdapat penjalasan wawancara dengan Chandra Ramadhan Udjo (2020) menjelaskan evaluasi kegiatan setelah mengikuti yayasan, maka setahun sekali ada evaluasi dari hasil pelatihan nanti pelatih di acak mereka saling cross cek muridnya. Tetapi sistem disini tidak seperti di sekolah, anak-anak yang sudah layak naik dari segi kemampuan, maka mereka akan naik kelas, tetapi jika belum mereka tetap berlatih. Pelatihan ini menjadi semacam laboratorium pendidikan dan lebih ke persuasive agar mereka tidak lelah dengan kegiatan di sekolah, kita juga membuat kurikulum khusus pelatihnya saja tidak untuk peserta didik, peserta didik hanya mengikuti binaan dari pelatih. Laboratorium di Saung Angklung Udjo ini bukan tempat laboratorium yang biasa digambarkan di sekolah tetapi merupakan sebagai forum dimana kakak-kakak pembina melakukan diskusi seperti implementasi angklung tersebut kepada kehidupan sehari-hari. Kakak-kakak senior sering diskusi dengan pakar-pakar pada bidang pendidikan seni, terkait bagaimana cara mendidik anak-anak dengan media angklung. Jadi angklung untuk membentuk kepribadian seseorang. Jadi angklung sebetulnya adalah media yang nantinya mereka ketika hidup di luar kegiatan bermain atau berpentas angklung, maka ia bisa hidup dengan baik. Angklung ini juga sebagai media untuk anak agar tidak banyak memainkan gaway, sehingga orangtua tidak khawatir. Dan agar sosialisasi anak jauh lebih baik, ia tidak akan bersikap individual. Angklung ini dapat memmanusiakan manusia yang peranan ini tidak dapat diambil alih oleh teknologi. Hasil akhirnya melalui media angklung, karakter anak yang jauh lebih baik. Diharapkan peserta didik dapat menjadi pelatih di Saung Angklung udjo.

Sebuah pola pengelolaan yayasan yang ada di Saung Angklung Udjo Kesimpulan dari siklus di atas yaitu Yayasan merekrut peserta didik dari warga sekitar untuk kemudian dibina dan dilatih serta dididik agar mengetahui, memahami, dan mempelajari kesenian daerah, kemudian peserta didik yang sudah cukup mahir akan dijadikan talent dan akan tampil dipertunjukan seni Saung Angklung Udjo, dan tahap terakhir dari siklus yayasan yaitu peserta didik yang sudah dewasa dan cukup memiliki banyak ilmu, maka akan lulus dari yayasan, peserta didik akan diberi honor dan apabila peserta didik ingin melanjutkan kembali menjadi pelatih di Saung Angklung Udjo, maka peserta didik akan kembali melatih generasi selanjutnya. Siklus di atas menunjukkan kegiatan yayasan Saung Angklung Udjo untuk kegiatan di Angklung Udjo juga.

Secara struktur dapat dikatakan bahwa pengelolaan Yayasan merupakan konsep dari wisata pendidikan seni di Saung Angklung Udjo, karena Yayasan berperan penting dalam berlangsungnya kegiatan wisata pendidikan seni. Dengan adanya Yayasan, Saung Angklung Udjo mampu menciptakan sumber daya manusia yang produktif dalam berkegiatan seni. Kemudian Yayasan Mampu menciptakan generasi-generasi yang cinta akan budaya sendiri. Manfaat yang dapat diterima oleh peserta didik yaitu pengetahuan, pengalaman, dan pendidikan karakter yang diharapkan akan jauh lebih baik dari sebelumnya. Implementasi pembelajaran di yayasan yaitu peserta didik menampilkan hasil pembelajaran pada pertunjukan seni yang ditampilkan dalam kegiatan wisata pendidikan seni. Dengan mengikuti kegiatan pertunjukan, maka peserta didik sudah mampu menunjukkan rasa percaya diri terhadap kemampuannya.

Strategi Marketing Saung Angklung Udjo

Wisata Saung Angklung Udjo menjadi destinasi wisata yang banyak diminati wisatawan domestik maupun mancanegara. Menurut hasil wawancara dengan narasumber Taufik Hidayat Udjo (2020) Saung Angklung Udjo menjadi lokasi wisata budaya yang pada setiap tahunnya mengalami kenaikan wisatawan setiap tahunnya, Bahkan pernah mencapai 1000 orang. Melihat perkembangan wisatawan yang semakin pesat setiap tahunnya, maka Saung Angklung Udjo menetapkan strategi marketing sebagai bentuk pemasaran. Seperti yang dikemukakan oleh (Assauri, 2007), bahwa pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan alokasinya, terutama sebagai tanggapan perubahan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Pada penjelasan di atas menunjukkan strategi pemasaran yang dirancang Saung Angklung Udjo bertujuan untuk mengembangkan pariwisata budaya di Indonesia dan memperluas budaya Indonesia khususnya Jawa Barat untuk lebih dikenal oleh mancanegara. Selain itu strategi pemasaran ini bertujuan agar Saung Angklung Udjo tetap hidup dan dapat terus membantu warga sekitar.

Strategi pemasaran yang dilakukan Saung Angklung Udjo cukup terbilang sederhana. Berdasarkan hasil wawancara dengan Manager sales marketing Ahadian Hadikusumah (2020) strategi marketing di Saung Angklung Udjo sebelum pandemik, menggunakan strategi marketing yang sudah ada. Marketing dan sales di Saung Angklung Udjo masih dalam satu divisi, biasanya bagian sales akan follow up dan menangani customer. Adapun pihak marketing hanya follow up kembali database yang ada, kemudian membangun relasi dengan beberapa stakeholder seperti tour and travel, pemerintah, instansi negeri dan swasta. Tim marketing juga akan mengaktifasi sosial media seperti website, media sosial seperti youtube, instagram, twitter, dan facebook. Seiring perkembangan teknologi Saung Angklung Udjo menyediakan strategi pemasaran secara online salah satunya penjualan tiket dan produk dipasarkan secara online, pihak marketing bekerjasama dengan market flash dan payment gateway seperti gotix dan ovo. Tugas dari marketing sendiri biasanya mengelola customer yang datang, mengelola undangan event dari dalam dan luar negeri, dan mengelola festival. Selain media sosial marketing di Saung Angklung Udjo juga menyediakan pemasaran media cetak berupa brosur. Brosur merupakan salah satu media cetak yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk. Fungsi dari brosur yaitu untuk memberikan informasi produk yang ditawarkan kepada calon konsumen. Pada umumnya brosur berbentuk selembar kertas yang memuat informasi suatu produk. Di bawah ini pemaparan mengenai brosur yang ada di Saung Angklung Udjo.

Brosur Paket Wisata Seni dan Budaya Saung Angklung Udjo

Saung Angklung Udjo menetapkan perencanaan pembiayaan paket wisata untuk wisatawan yang datang. Paket wisata dibuat berdasarkan golongan usia wisatawan dan golongan wisatawan. Wisatawan yang dimaksud dalam golongan usia yaitu anak-anak dan dewasa. Adapun berdasarkan golongan wisatawannya yaitu wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Biaya yang dikeluarkan wisatawan berbeda-beda tergantung paket wisata yang dipilihnya. Contohnya, paket wisata untuk pelajar, maka harganya jauh lebih terjangkau dan wisata yang ditawarkan akan sesuai dengan pelajar. Wisata pendidikan Saung Angklung Udjo dibuka setiap hari, tetapi pada pelaksanaan pertunjukan, bentuk wisata pendidikan seni dapat diapresiasi sesuai jadwal. Berikut ini merupakan brosur yang dirancang oleh Saung Angklung Udjo beserta jadwal dan tarif berwisata ke Saung Angklung Udjo:

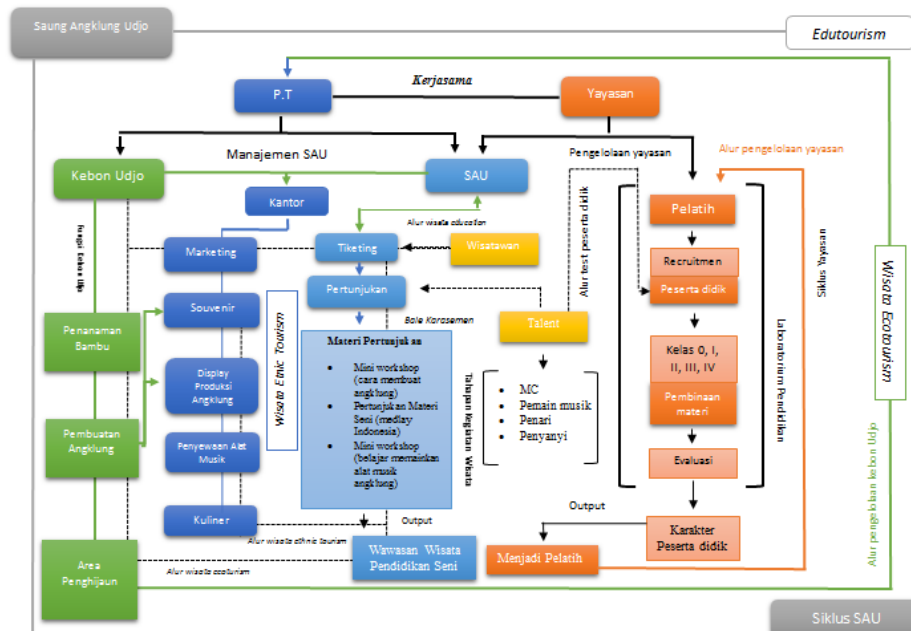
Brosur Daftar Pembelian alat musik Bambu

Marketing Saung Angklung Udjo tidak hanya mengelola pertunjukan seni, mereka juga mengelola penjualan alat musik dari bambu. Dengan memanfaatkan hasil dari produksi alat musik angklung kemudian produk dipasarkan kepada konsumen. Pemasaran produk berfungsi agar wisata pendidikan seni di Saung Angklung Udjo tidak hanya menyediakan pertunjukan seni tetapi wisatawan yang berkunjung atau konsumen pembelian alat musik dapat membeli produk yang ditawarkan di Saung Angklung Udjo. Produk yang ditawarkan berupa alat musik bambu seperti Angklung, Arumba, dan Calung.



Produk yang ditawarkan berupa unit orchestra dari bambu dan dapat digunakan lebih dari 10 orang pemain musik. Brosur penjualan alat musik angklung hasil dari produksi pembuatan alat musik di Saung Angklung Udjo. Di dalam brosur tersebut tercantum alat musik yang ditawarkan beserta harga dan kapasitas pemain musik. Pada brosur di atas memaparkan tentang unit yang dipasarkan ada orchestra angklung, orchestra udjo, orchestra arumba dan unit khusus. Perbedaan dari ketiga unit terletak pada produk yang ditawarkan. Pada unit orkestra Angklung produk yang tawarkan yaitu tiga set alat musik Angklung dan satu alat musik contra bass.

KONSEP MANAJEMEN WISATA SENI & BUDAYA DI SAUNG ANGKLUNG UDJO



Gambar 2. Konsep Sistem Manajemen Wisata Seni & Budaya Di Saung Angklung udjo

SIMPULAN

Program wisata seni dan budaya yang diselenggarakan di Saung Angklung Udjo memiliki konsep wisata *culture tourism* dan wisata *ecotourism* yang disesuaikan dengan visi atau misi akar budaya lokal seorang Udjo Ngalagena dalam mengembangkannya. Udjo Ngalagena mengembangkan konsep wisata pendidikan seni dengan didasari konsep Daeng Soetigna yaitu 5M: Mudah, murah, mendidik, menarik dan massal, kemudian ditambahkan kata meriah oleh Udjo Ngalagena. Saung Angklung Udjo menggunakan bambu sebagai materi unggulan wisata dengan media angklung. Konsep tersebut dikemas dalam bentuk wisata seni dan budaya yang memiliki nilai edukasi pada para pengunjungnya. Hal ini sesuai dengan tujuan dari pengelolaan Saung Angklung Udjo. Beberapa kegiatan pengunjung seperti mini workshop, apresiasi, kuliner, wisata alam bamboo dan mini workshop pembuatan alat musik angklung menjadi karakter khas pengelolaan Saung Angklung Udjo sebagai pusat rekreasi, hiburan dan belajar bagi para pengunjungnya. Konsep wisata etnik yang ada di Saung Angklung Udjo dikemas dalam bentuk kegiatan pertunjukan seni, pertunjukan yang ditampilkan yaitu pertunjukan tari nusantara seperti tari Papua, tari Bali, tari Padang, dan tari Jawa Barat. Selain itu, pertunjukan lain juga kerap ditampilkan seperti kesenian bela diri pencak silat dan wayang khas dari Jawa Barat. Dari aspek pengelolaan Saung Angklung Udjo telah mampu menunjukkan pada masyarakat luas bahwa potensi budaya lokal dapat dikembangkan dalam suatu program wisata seni dan budaya yang memiliki sisi manfaat dalam berbagai aspek kehidupan termasuk mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar melalui konsep pemberdayaan masyarakat sekitar sebagai pelaku kegiatannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R., Brahmanto, E., & Purba, B. C. C. S. (2019). Value Tari Sigale-Gale Dalam Meningkatkan Wisata Budaya Di Desa Tomok Kabupaten Samosir. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(1), 25–35.
- Anwar, K. (2009). *Potensi wisata budaya situs sejarah peninggalan Kerajaan Majapahit di Trowulan Mojokerto*.
- Arcana, K. T. P., & Wiweka, K. (2015). The Impact of Managing Sustainable Event and the Contribution to the Formation of Destination Image at Nusa Dua Resort, Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 6(1), 43–48.
- Avenzora, R., Untari, D. T., Darusman, D., & Prihatno, J. (2014). *Pengembangan Ekowisata Kuliner Sebagai Tantangan Bagi Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia*.
- Belshek, J. A. (2006). The influence of culture on the negotiation styles of British students. *Annual Review of Education, Communication and Language Sciences*, 3.
- Brahmanto, E., Musafa, M., & Suryana, S. (2018). Upaya Mewujudkan Wisata Edukasi Di Kampung Tulip Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Bull, A. (1995). *Economics of travel and tourism*. Longman Australia Pty Ltd.
- Damanik, E. L. (2018). Rekalitas Budaya dan Dinamika Sosial: Menemukan Pokok Pikiran Lokalitas Budaya Sebagai Daya Cipta. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 1(2), 93–103. <https://doi.org/10.34007/jehss.v1i2.9>
- Damanik, J. (2013). *Pariwisata Indonesia: antara peluang dan tantangan*. Pustaka Pelajar.
- Damardjati, R. S. (1981). *Istilah-istilah dunia pariwisata*. Pradnya Paramita.
- Grefe, X. (1994). Is rural tourism a lever for economic and social development? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1–2), 22–40.
- Hariyanto, O. I. B. (2016). Destinasi Wisata Budaya Dan Religi Di Cirebon. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 214–222.
- Harwanto, S. (2014). *Kajian wisata seni budaya batik berwawasan lingkungan di desa Jarum, kecamatan Bayat, kabupaten Klaten, provinsi Jawa Tengah*. Tata Kelola Seni ISI Yogyakarta.
- Hazrul, H. (2012). *The Impact of Culture on Mobile Purchasing: A Comparison Between Malays and Non-Malays Consumers*. Universiti Utara Malaysia.
- Hermawan, H., Brahmanto, E., Hamzah, F., Ghani, Y. A., Somantri, P. R., & Priyanto, R. (2017). *Buku panduan wisata edukasi: Program pengabdian masyarakat STP ARS Internasional Bandung*.
- Kodhyat, H. (1996). *Sejarah pariwisata dan perkembangannya di Indonesia*. Gramedia Widiasarana Indonesia untuk Lembaga Studi Pariwisata Indonesia.
- Martana, S. P. (2002). The impact of tourism on the development of Ubud painting art. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 1(2), 117–132.
- Masunah, J. (2015). Pemuliaan Angklung melalui Model Desa Binaan Berbasis Wisata Seni dan Budaya. *Panggung*, 22(1).
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.
- Priyanto, P. (2016). Pengembangan potensi desa wisata berbasis budaya tinjauan terhadap desa wisata di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1).
- Priyanto, R., & Brahmanto, E. (2018). *Upaya Mewujudkan Wisata Edukasi di Kampung Tulip Bandung*.
- Priyanto, R., Syarifuddin, D., & Martina, S. (2018). Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Putra, B. H. (2012). Pengembangan Model Konservasi Kesenian Lokal sebagai Kemasan Seni Wisata di Kabupaten Semarang. *Harmonia: Journal Of Arts Research And Education*, 12(2).
- Rahajeng, A. (2008). Analisis Faktor Keputusan Wisata Budaya, Sejarah dan Alam Yogyakarta: Persepsi Wisatawan Domestik. *Economic Journal of Emerging Markets*, 13(1).
- Rahmi, S. A. (2016). Pembangunan Pariwisata Dalam Perspektif Kearifan Lokal. *Reformasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1).
- Rikobi, A. (2015). Video Ilustrasi Kreatif Tentang Kuliner Kota Bandung Untuk Menunjang Pariwisata. *Jurnal Sketsa*, 2(1).
- Sades, S. (2016). *Peranan Stakeholders Dalam Mendukung Daya Saing Infrastruktur Destinasi Pariwisata Kota Bandung*.
- Simanjuntak, B. C. J., Ginting, P. P., & Wiflihani, W. (2019). Kolaborasi Alat Musik Tradisional dan Alat Musik Modern dalam Mengiringi Ibadah Minggu di HKBP Tanjung Sari Medan. *Journal of Education*,



- Humaniora and Social Sciences (JHSS)*, 1(3), 170–176. <https://doi.org/10.34007/jehss.v1i3.35>
- Smith, M. K. (2009). *Issues in cultural tourism studies*. Routledge.
- Spillane, J. J. (1991). *Ekonomi pariwisata: sejarah dan prospeaknya*. Kanisius.
- Susanti, S., & Sjuchro, D. W. (2019). Saung Angklung Udjo: Wisata dan Pelestarian Budaya. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi Volume IX No.*
- Syarifuddin, D. (2016). Nilai Wisata Budaya Seni Pertunjukan Saung Angklung Udjo Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(2), 53–60.
- Syarifuddin, D. (2017). Nilai Budaya Batik Tasik Parahiyangan Sebagai Daya Tarik Wisata Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 9–20.
- Syarifuddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 15(1), 19–32.
- Tighe, A. J. (1986). The arts/tourism partnership. *Journal of Travel Research*, 24(3), 2–5.
- Utami, M. N. (2019). *Nilai Sosial Dan Daya Tarik Di Kampung Adat Mahmud*.
- Widaningrum, R. M. (2013). *Analisis Komponen Daya Tarik Wisata Seni Pertunjukan Tari Di Dalem Kaneman*. [Yogyakarta]: Universitas Gadjah Mada.
- Widyastuti, A. R. (2010). Pengembangan pariwisata yang berorientasi pada pelestarian fungsi lingkungan. *Jurnal Ekosains*, 2(3), 69–82.
- Wijana, P. A., & SS, M. P. (2019). Analisis Bentuk Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Pura Puseh Dan Pura Desa Di Desa Batuan Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Gianyar-Bali. *Journey (Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management)*, 2(1), 19–34.
- Wijayanti, A. (2017). Analisis Dampak Pengembangan Desa Wisata Kembang Arum Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal. *Sarjana Wiyata Tamansiswa Yogyakarta*.
- Yoeti, O. A. (1996). Pariwisata berbasis budaya, masalah dan solusinya. *Jakarta: PT. Pradnya Paramita*.