BAB II

SAUNG ANGKLUNG UDJO SEBAGAI WISATA EDUKASI

2.1 Wisata Edukasi

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata dikemukakan oleh para ahli dengan tujuan dan perspektif yang berbeda sesuai tujuan yang ingin dicapai. Hal ini memunculkan banyak pengertian pariwisata berdasarkan para ahli, diantaranya:

Menurut A.J. Burkart dalam Damanik (2006), pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan.

Menurut Mathieson & Wall dalam Pitana dan Gayatri (2005), bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat kerjanya dan melaksanakan kegiatan selama didestinasi dan penyiapan fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Sedangkan berdasarkan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela, serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata tersebut.

Definisi pariwisata memang tidak dapat persis sama diantara para ahli. Pada dasarnya pariwisata merupakan perjalanan dengan tujuan untuk menghibur yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang biasa dilakukan guna untuk memberikan keuntungan yang

bersifat permanen maupun sementara. Tetapi apabila dilihat dari konteks pendidikan, pariwisata bertujuan untuk menghibur dan mendidik.

Berdasarkan definisi pariwisata tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Terdapat dua lokasi yang saling terkait yaitu dareah asal dan daerah tujuan (destinasi);
2. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki objek dan daya tarik wisata;
3. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki sarana dan prasarana pariwisata;
4. Pelaksana perjalanan ke daerah tujuan dilakukan dalam waktu sementara;
5. Terdapat dampak yang ditimbulkan, khususnya pada daerah tujuan segi sosial budaya, ekonomi dan lingkungan.

Pitana dan Diarta (2009), mengemukakan semua definisi yang muncul selalu mengandung beberapa unsur, yaitu:

1. Adanya unsur *travel* (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lain;
2. Adanya unsur “tinggal sementara” di tempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya, dan;
3. Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju.

Selanjutnya, Mathieson dan Wall dalam Pitana dan Diarta (2009), mengatakan bahwa pariwisata mencakup tiga elemen utama, yaitu:

1. *a dynamic element*, yaitu travel ke suatu tempat tujuan wisata;
2. *a static element*, yaitu singgah di daerah tujuan; dan
3. *a consequential element*, atau akibat dari dua hal di atas (khususnya terhadap masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekomoni, sosial dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan.

2.1.2 Pengeritan Wisata

Menurut Soetomo (1994), yang didasarkan pada ketentuan WATA (*World Association of Travel Agent*), wisata adalah perjalanan keliling selama lebih dari tiga hari, yang diselenggarakan oleh suatu kantor perjalanan di dalam kota dan acaranya antara lain melihat-lihat di berbagai tempat atau kota baik didalam maupun luar negeri.

Sehingga pada pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian wisata lebih menekankan pada kegiatan yang dilakukan wisatawan dalam suatu perjalanan pariwisata. Dalam suatu perjalanan wisata, wisatawan mengunjungi suatu tempat wisata sejarah, maka wisatawan tersebut dapat dikatakan melakukan kegiatan wisata sejarah. Dalam artian kegiatan yang dilakukan adalah untuk menikmati objek-objek bersejarah. Hal tersebut merupakan gambaran dari pengertian wisata itu sendiri, apabila dijelaskan secara singkat wisata adalah suatu kegiatan dalam suatu perjalanan pariwisata.

Dimana kegiatan dalam pariwisata ini sangat ditentukan oleh minat dari wisatawan itu sendiri. Tidak hanya ditentukan oleh minat wisatawan melainkan berdasarkan sumber daya pariwisata yang

tersedia. Oleh karena itu banyak muncul istilah wisata sejarah, wisata budaya, wisata alam, wisata edukasi dan jenis wisata lainnya.

2.1.3 Pengertian Edukasi

Secara Etimologis, edukasi berasal dari kata latin yaitu *educare* yang artinya “memunculkan”, “membawa”, “melahirkan” Dalam pengertian secara luas edukasi adalah setiap tindakan atau pengalaman yang memiliki efek formatif pada karakter, pikiran atau kemampuan fisik dalam individu.

Pendidikan dan edukasi memiliki pengertian yang berbeda, pendidikan adalah pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan latihan, proses, perbuatan, dan cara mendidik (KBBI. 1990). Sedangkan pengertian edukasi adalah upaya dari subyek terhadap objek untuk mengubah cara memperolah dan mengembangkan pengetahuan menuju cara tertentu yang diinginkan oleh subyek. (Suroso, Rendra. 2004)

Pada kedua pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pendidikan lebih terarah kepada kelompok manusia akan tetapi pengertian pendidikan lebih dikerucutkan kepada individu itu sendiri.

Edukasi memiliki konsep dasar dimana telah dibuat dan diakui oleh beberapa yurisdiksi yaitu sebuah konsep yang mengacu pada proses dimana siswa dapat belajar sesuatu:

1. *Instruction* : fasilitas pembelajaran terhadap sasaran yang di identifikasi, baik yang disampaikan oleh pengajar atau bentuk lainnya;

2. *Teaching* : tindakan seorang pengajar secara nyaa dirancang untuk memberikan pembelajaran kepada terajar; dan
3. *Learning* : pembelajaran dengan pandangan ke arah persiapan peserta didik dengan pengetahuan khusus, keterampilan, atau kemampuan yang dapat diterapkan segera setelah selesai.

Berdasarkan muatan di dalam Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP 2006) sarat dengan pengajaran *inquiry* dan berdasarkan pengalaman terajar. Konsep dasar edukasi menjadi sebuah singkatan dimana merujuk kepada sebuah sistem pembelajaran yang efektif, yaitu:

1. E = Eksplorasi
2. D = Demonstrasi
3. U = Uraian (Konsep)
4. K = Kontemplasi
5. ASI = Aplikasi

2.2 Objek Wisata Saung Angklung Udjo

2.2.1 Asal Mula Angklung (Alat Musik Bambu)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak Saung Angklung Udjo, dimana menjelaskan tentang asal usul angklung. Bahwa angklung adalah alat musik bernada ganda *(multitonal)* yang secara tradisional berkembang dalam masyarakat Sunda di pulau Jawa bagian Barat. Alat musik ini dibuat dari bambu dan dibunyikan dengan cara digoyangkan. Bunyi tersebut dihasilkan oleh benturan badan pipa bambu sehingga menghasilkan bunyi yang bergetar dalam susunan nada dua, tiga dan empat nada dalam setiap ukuran baik besar maupun kecil.

Dalam rumpun kesenian yang menggunakan alat musik yang terbuat dari bambu dikenal jenis kesenian yang disebut angklung. Jenis bambu yang digunakan dalam membuat alat musik tersebut adalah awi wulung (bambu berwarna hitam) dan bambu (bambu berwarna putih). Setiap bambu yang berbentuk batangan dari ukuran kecil hingga ukuran besar memiliki nada yang selaras.

Angklung merupakan alat musik yang berasal dari Jawa Barat. Angklung yang masih hidup sejak lebih dari 400 tahun lampau hingga kini adalah Angklung Gubrag yang terletak di Jasinga, Bogor. Awal mula kemunculan alat musik angklung bermula dari ritual masyarakat pada saat menanam dan panen padi. Masyarakat percaya bahwa dengan menciptakan dan memainkan angklung dapat memikat Dewi Sri turun ke bumi agar tanaman padi rakyat tumbuh subur. Asal usul terciptanya musik bambu, seperti angklung berdasarkan pandangan hidup masyarakat Sunda yang agraris dengan sumber kehidupan dari padi sebagai makanan pokok masyarakat. Hal ini melahirkan mitos kepercayaan terhadap Nyai Sri Pohaci sebagai lambang Dewi Padi pemberi kehidupan.

Dalam menghormati Dewi Sri masyarakat Sunda menciptakan syair lagu buhun, selanjutnya syair lagu tersebut dipersembahkan terhadap Dewi Sri dengan diiringi bunyi tabuh yang terbuat dari batang-batang bambu yang dikemas dengan sederhana yang kemudian lahirlah struktur alat musik bambu yang kita kenal sekarang bernama angklung. Demikian pula pada saat pesta panen dan seren taun dipersembahkan permainan angklung. Terutama pada saat upacara padi, kesenian ini menjadi sebuah pertunjukan yang sifatnya arak-arakan atau helaran.

Selain sebagai pemikat Dewi Sri, masyarakat Sunda percaya musik dari angklung dapat menggugah semangat dalam pertempuran, hal ini diyakini sejak Kerajaan Stephano. Keyakinan

terhadap angklung yang dapat menggugah semangat dalam pertempuran terasa hingga pada masa penjajahan, itu sebabnya pemerintah Hindia Belanda sempat melarang masyarakat menggunakan angklung, pelarangan itu sempat membuat popularitas angklung menurun dan hanya dimainkan oleh anak-anak pada waktu itu.

Dalam perkembangannya, angklung berkembang dan menyebar ke seluruh Jawa, lalu ke Kalimantan dan Sumatera. Pada tahun 1908 tercatat sebuah misi kebudayaan dari Indonesia ke Thailand, antara lain ditandai penyerahan angklung, lalu permainan musik bambu ini pun sempat menyebar di Thailand. (Kurnia, Ganjar 2003)

Berikut merupakan beberapa jenis angklung yang digunakan dalam beberapa kesenian daerah:

1. Angklung Kanekes
2. Angklung Dogdog Lojor
3. Angklung Gubrag
4. Angklung Badeng

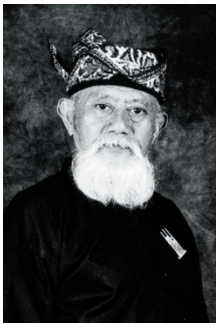
2.2.2 Profil Saung Angklung Udjo

2.2.2.1 Sejarah Saung Angklung Udjo

Sejarah dan asal usul Saung Angklung Udjo diketahui berdasarkan wawancara dan data sekunder yang didapatkan dari situs web Saung Angklung Udjo, dimana dalam situs tersebut dijelaskan tentang sejarah Saung Angklung Udjo.

Udjo Ngalagena merupakan putra keenam dari pasangan Wiranta dan Imi yang dilahirkan pada tanggal 5 Maret 1929. Sejak kecil Udjo Ngalagena tampak memiliki

bakat dan ketertarikan dalam dunia seni, musik dan budaya.



Gambar 2.1 Udjo Ngalagena

Sumber: Internet

Udjo Ngalagena belajar banyak tentang angklung semenjak masuk sekolah guru, Daeng Soetigna merupakan seseorang yang mengajarkan dan memberikan pengetahuan tentang angklung pada Udjo pada sekolah tersebut. Semenjak itu Udjo tidak dapat lepas dari angklung dan semenjak itu pula Udjo dan Daeng Soetigan memberikan pelajaran angklung pada siswa-siswa di Konservatori Karawitan (KOKAR) yang kini menjadi Sekolah Tinggi Seni (STSI).

Udjo menikah dengan seorang wanita yang bernama Uum Sumiati. Mereka dikaruniai sepuluh orang anak laki-laki dan perempuan. Mereka mewarisi hasrat dan kecintaan Udjo Ngalagena terhadap angklung. Pada tahun 1966 Udjo beserta istrinya mendirikan sebuah tempat pertunjukan seni yang diberi nama Saung Angklung Udjo. Dimana tempat tersebut hanya memanfaatkan halaman rumah yang tak seberapa luas untuk dijadikan panggung pertunjukan.



Gambar 2.2 Saung Angklung Udjo

Sumber: Saung Angklung Udjo

Di tempat tersebut Udjo mendidik anak-anaknya dalam bermain angklung. Selain itu Udjo pun membuka diri bagi setiap orang yang ingin mempelajari dan membuat angklung sendiri. Sejak pendiriannya hingga sekarang lebih dari 1.000 orang pernah belajar dan menjadi pemain angklung di Saung Angklung Udjo.

Daeng Soetigna memiliki filosofi yang sangat menginspirasi bagi Udjo Ngalagena, yaitu filosofi 5M yang merupakan singkatan dari Mudah, Murah, Mendidik, Menarik, dan Massal.Kemudian Udjo menyempurnakan filosofi tersebut dengan menambahkan satu nilai, yaitu Meriah sehingga filosofi tersebut menjadi 6M.

Prinsip-prinsip tersebut kemudian dikembangkan menjadi sebuah konsep pertunjukan yang ideal, dan dikenal dengan nama Kaulinan Urang Lembur. Sebuah pertunjukan kesenian Sunda yang atraktif dan mendidik. Hal inilah yang menjadi daya tarik dan alasan utama wisatawan berkunjung ke Saung Angklung Udjo.

2.2.2.2 Tentang Saung Angklung Udjo

Setelah sekian lama perjuangan Udjo Ngalagena dalam melestarikan kebudayaan Sunda khususnya dalam seni musik angklung. Udjo Ngalagena wafat dan

meninggalkan Saung Angklung Udjo tepatnya pada hari Kamis tanggal 3 Mei 2001. Akan tetapi aktifitas Saung Angklung Udjo tidak berhenti dari situ.

Berdasarkan Indonesia Business Week (2008), Saung Angklung Udjo kini dipimpin oleh generasi kedua Udjo Ngalagena yaitu Taufik Hidayat Udjo.



Gambar 2.3 Taufik Hidayat Udjo

Sumber: Saung Angklung Udjo

Dalam meneruskan padepokan kesenian tersebut Taufik tetap memegang teguh filosofi Daeng Soetigna yang merupakan guru Udjo Ngalagena yaitu filosofi 6M. Dengan konsep tersebut Taufik berkeinginan untuk lebih menonjolkan angklung di Saung Angklung Udjo. Cara yang digunakan Taufik dalam mengembangkan angklung di Saung Angklung Udjo dengan cara mencoba mengkolaborasikan musik angklung dengan berbagai aliran musik mulai dari, pop, jazz, rock, hingga klasik dengan tidak meninggalkan citra angklung itu sendiri.

2.2.2.3 Fasilitas pada Saung Angklung Udjo

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada tempat wisata Saung Angklung Udjo dapat diketahui tentang fasilitas yang dimiliki sekarang oleh Saung Angklung Udjo.

Dalam perkembangan Saung Angklung Udjo sejak tahun 1966 hingga sekarang, mulai dari tempat Saung Angklung Udjo sendiri yang dahulu hanya menempati sekitar halaman rumah, kini memiliki luas sekitar 1 hektare. Pada tempat tersebut dibangun gedung utama yang dijadikan sebagai tempat pertunjukan kesenian yang diperkirakan dapat menampung pengunjung sebanyak 600 pengunjung.



Gambar 2.4 Gedung Utama Saung Angklung Udjo

Sumber: Internet

Selain gedung utama yang dimiliki Saung Angklung Udjo, fasilitas lain yang juga dikembangkan diantaranya:

1. Halaman Parkir

   Dengan luas yang dimiliki Saung Angklung Udjo sekarang, fasilitas tempat parkir yang dimiliki dapat menampung 3 hingga 4 buah bus, beberapa mobil, serta

menampung beberapa sepeda motor berkisar 30 motor yang dapat parkir di halaman parkir.



Gambar 2.5 Halaman Parkir

Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Galleri dan Toko Souvenir

Dengan adanya galleri dan toko souvenir, wisatawan yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo dapat mengetahui apa saja yang diproduksi di Saung Angklung Udjo. Serta para pengunjung dapat berbelanja souvenir setelah menyaksikan pertunjukan.



Gambar 2.6 Toko Souvenir

Sumber: Saung Agnklung Udjo

3. Warung Bambu

Tepat di sebelah kanan gedung utama dibangun warung bambu, dimana tempat tersebut menjadi tempat bagi para wisatawan yang ingin bersantai dan

merasakan suasana pedesaan disekitar areal Saung Angklung Udjo.



Gambar 2.7 Warung Bambu

Sumber: Saung Angklung Udjo

4. Saung Udjo

Tempat ini berada di belakang gedung utama. Pada Saung Udjo ini dimana para wisatawan dapat melihat foto-foto bersejarah perjalanan hidup Udjo Ngalagena dalam melestarikan alat musik angklung. Serta di saung ini pula terdapat prestasi-prestasi yang diraih Saung Angklung Udjo mulai dari sejak didirikan hingga kini. Selain itu saung ini pun sering digunakan untuk berlatih angklung, agar terkesan tidak terlalu serius dengan menikmati sejuknya udara alam.



Gambar 2.8 Saung Mang Udjo

Sumber: Saung Angklung Udjo

5. Teras Belakang

Halaman yang terdapat di bagian belakan Saung Angklung Udjo ini merupakan areal dimana sering dijadikan tempat bermain bagi anak-anak sekitar Saung Angklung Udjo. Selain itu halaman tersebut sering disewakan untuk acara-acara seperti pernikahan. Pada halaman tersebut pun disediakan satu panggung yang beralaskan rumput dan dihiasi lampu-lampu taman yang bertiangkan bambu. Hal ini agar terkesan terlihat alami.



Gambar 2.9 Teras Belakang

Sumber: Saung Angklung Udjo

2.2.2.4 Program Wisata yang Dimiliki Saung Angklung Udjo

Dalam mengetahui program wisata pada Saung Angklung Udjo, dilakukan wawancara dengan pihak Saung Angklung Udjo bagian *Corporate Secretary.* Dimana hasil wawancara tersebut menjelasakan bahwa Saung Angklung Udjo memiliki beberapa program wisata yang ditawarkan, diantaranya program wisata regular atau sering disebut paket wisata kunjungan Saung Angklung Udjo, program wisata non regular dan program wisata paket pertunjukan luar Saung Angklung Udjo. Berikut merupakan penjelasan

dari ketiga program yang ditawarkan oleh Saung Angklug Udjo:

1. Program paket wisata kunjungan (Reguler)

Program wisata reguler, biasanya diberikan pada kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara. Dimana pada program tersebut meliputi pengetahuan sekilas tentang Udjo, memperkenalkan Saung Angklung Udjo, memperkenalkan barang-barang yang diproduksi oleh Saung Angklung Udjo serta pertunjukan kesenian Sunda yang didalamnya termasuk pentas pertunjukan musik angklung. Berikut merupakan daftar paket wisata reguler:

a. Pertunjukan Bambu dan Kesenian Sunda

Pagi 10.00-11.30	Siang 13.00-14.30	Reguler/ Petang 15.30-17.30	Malam 18.30-20.00
Tiket: Domestik Rp. 50.000,- Asing Rp. 80.000,- Pelajar Rp. 35.000,-	Domestik Rp. 50.000,- Asing Rp. 80.000,- Pelajar Rp. 35.000,-	Domestik Rp. 50.000,- Asing Rp. 80.000,-	Domestik Rp. 50.0000,- Asing Rp. 80.000,-
Fasilitas: *Pertunjukan* *Cinderamata* *Welcome drink*	*Pertunjukan* *Cinderamata* *Welcome drink*	*Pertunjukan* *Cinderamata* *Welcome drink*	*Pertunjukan* *Cinderamat* *a* *Welcome* *drink*

Tabel 2.3 Paket wisata mengenal alam

Sumber: Saung Angklung Udjo

b. Program Setengah Hari di Saung Angklung Udjo

Pagi 08.30 – 13.00 Tiket: Rp. 96.000,-
Fasilitas: - *Workshop* Angklung - Pelatihan dan Pertunjukan Angklung - Cinderamata - *Welcome drink* - *Snack* - Makan siang

c. Mengenal Alam di Saung Angklung Udjo

Pagi I 08.00 – 09.00	Pagi II 09.00 – 10.00
Tiket: Domestik Rp. 25.000,- Asing Rp. 35.000,-	Tiket: Domestik Rp. 25.000,- Asing Rp. 35.000,-
Program & Fasilitas: Paket A: Students Package (Kelompok Usia TK - SD Kelas 1 & 2) - *Nature Colase* - *Habitat Satwa* - *Engrang Batok*	
Paket B: Students Package (Kelompok SD Kelas 3 - Kelas 6) - *Nature Colase* - *Bird Watching* - *Engrang Batok*	

Tabel 2.3 Paket wisata mengenal alam

Sumber: Saung Angklung Udjo

2. Program Wisata Non Reguler

Sedangkan program wisata non reguler, merupakan program wisata yang ditujukan bagi para tamu Saung Angklung Udjo, tamu tersebut merupakan tamu-tamu yang datang untuk melakukan kerjasama dengan Saung Angklung Udjo. Pada program ini para tamu mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai angklung, mulai dari memperkenalkan Udjo Ngalagena, menyaksikan pertunjukan kesenian dan terakhir melihat cara pembuatan angklung itu sendiri. Dalam program wisata ini tidak terdapat paket-paket wisata lainnya. Sehingga pada paket wisata ini hanya memiliki satu program dan fungsi tertentu.

3. Program Wisata Paket Pertujukan Luar

Pada program wisata paket pertunjukan luar, Saung Angklung Udjo melakukan pertunjukan kesenian diluar Saung Angklung Udjo. Sehingga paket ini biasa digunakan pada acara-acara undangan atau peresmian. Berikut merupakan spesifikasi dari paket pertunjukan luar:

a. Paket Iwung (Angklung Interaktif)

Durasi Waktu Pertunjukan	± 30 Menit
Jumlah Pemain/Pengiring	6 Orang (Termasuk Instruktur)
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan JKT	Rp. 4.500.000,-
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan BDG	Rp. 2.500.000,-
Biaya Transportasi JKT	Rp. 950.000,- (1 hari)
Biaya Transportasi BDG	Rp. 500.000,- (1 hari)

Tabel 2.4 Paket wisata iwung

Sumber: Saung Angklung Udjo

b. Paket Awi (Orkestra & Interaktif Angklung)

Durasi Waktu Pertunjukan	± 45 Menit
Jumlah Pemain	20 s/d 25 orang
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan JKT	Rp. 9.000.000,-
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan BDG	Rp. 6.500.000,-
Biaya Transportasi JKT	Rp. 2.000.000,- (1 hari)
Biaya Transportasi BDG	Rp. 750.000,- (1 hari)

Tabel 2.5 Paket wisata orkestra dan interaktif angklung

Sumber: Saung Angklung Udjo

c. Paket Gombong (Angklung & Kesenian Lainnya)

Durasi Waktu Pertunjukan	± 60 menit
Jumlah Pemain	35 s/d 30 orang
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan JKT	Rp. 15.000.000,-
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan BDG	Rp. 9.000.000,-
Biaya Transportasi JKT	Rp. 2.750.000,- (1 hari)
Biaya Transportasi BDG	Rp. 1.000.000,- (1 hari)

Tabel 2.6 Paket wisata Gombong (angklung dan kesenian sunda)

Sumber: Saung Angklung Udjo

d. Paket Arumba

Durasi Waktu Pertunjukan	± 60 hingg 120 menit
Jumlah pemain/Pengiring	8 orang (termasuk 2 penyanyi)
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan JKT	Rp. 7.500.000,-
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan BDG	Rp. 4.500.000,-
Biaya Transportasi JKT	Rp. 1.200.000,- (1 hari)
Biaya Transportasi BDG	Rp. 500.000,- (1 hari)

Tabel 2.7 Paket wisata Arumba

e. *The Udjo*

Durasi Waktu Pertunjukan	± 60 hingga 120 menit
Jumlah Pemain/Pengiring	15 orang
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan JKT	Rp. 20.000.000,-
Biaya Pemeliharaan & Pengembangan BDG	Rp. 12.500.000,-
Biaya Transportasi JKT	Rp. 2.000.000,- (1 hari)
Biaya Transportasi BDG	Rp. 750.000,- (1 hari)

Tabel 2.8 Paket wisata *The Udjo*

Sumber: Saung Angklung Udjo

2.2.3 Jumlah Wisatawan pada Saung Angklung Udjo

Dalam mengetahui tentang jumlah wisatawan pada Saung Angklung Udjo dilakukan observasi serta melakukan wawancara dan diketahui berasal dari sumber statistik Saung Angklung Udjo. Berdasarkan data statistik pengunjung tahun 2009 yang diterima tercatat pengunjung pada Saung Angklung Udjo sebagai berikut:

No	Bulan	Jumlah Tamu	Selisih	
			Persen	Angka
1.	Januari	7.142	0	0
2.	Februari	8.823	24%	1.681
3.	Maret	7.575	-14%	(1.248)
4.	April	5.947	-21%	(1.628)
5.	Mei	9.486	60%	3.539
6.	Juni	14.593	54%	5.107
7.	Juli	8.224	-44%	(6.369)
8.	Agustus	5.869	-29%	(2.355)
9.	September	4.012	-32%	(1.857)
10	Oktober	11.366	183%	7.354
11.	November	8.478	-25%	(2.888)
12.	Desember	12.437	47%	3.959

Tabel 2.9 Data Pengunjung Saung Angklung Udjo Tahun 2009

Sumber: Saung Angklung Udjo

Berdasarkan data statistik dan wawancara, jumlah pengunjung terbanyak merupakan wisatawan asing dibandingkan wisata lokal, 60% wisatawan asing dan 40% wisatawan lokal. Setiap harinya Saung Angklung Udjo selalu dikunjungi oleh para wisatawan baik lokal maupun mancanegara, oleh karena itu pertunjukan kesenian angklung dilakukan setiap hari disebabkan banyaknya pengunjung yang datang setiap hari.

2.3 Analisis Data

Pada pembahasan sub bab sebelumnya dimana menjelaskan tentang pengertian-pengertian mengenai wisata, edukasi serta pembahasan tentang Saung Angklung Udjo, mulai dari sejarah, fasilitas wisata hingga jumlah wisatawan yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo. Berdasarkan data tersebut dapat dianalisa sebagai bahan perancangan promosi wisata edukasi pada Saung Angklung Udjo.

Sistem pemasaran yang dimiliki Saung Angklung Udjo memang dapat dikatakan sangat berhasil dalam menarik perhatian wisatawan

untuk berkunjung ke Saung Angklung Udjo, akan tetapi berdasarkan data yang didapat dan dianalisa wisatawan yang berkunjung pada Saung Angklung Udjo sebagian besar wisatawan mancanegara sedangkan wisatawan lokal hanya berkisar 40%. Oleh karena itu dalam perancangan wisata ini bertujuan untuk meningkatkan minat wisatawan lokal dalam melakukan wisata pada Saung Angklung Udjo khususnya dalam melakukan wisata edukasi.

Selain itu berdasarkan program paket wisata yang dimiliki dan ditawarkan oleh Saung Angklung Udjo, salah satu dari beberapa paket wisata yang ditawarkan memiliki beberapa program paket wisata yang dapat menunjukan sisi edukatif. Seperti pada paket wisata non reguler, diantaranya program setengah hari di Saung Angklung Udjo dan program mengenal alam di Saung Angklung Udjo. Pada kedua program wisata tersebut memiliki muatan edukasi yang lebih dominan.

Pada program paket wisata setengah hari di Saung Angklung Udjo, kegiatan edukatif yang dilakukan adalah *workshop angklung.* Dimana para wisatawan mendapatkan pengetahuan mulai dari bahan yang digunakan dalam pembuatan angklung, hingga wisatawan membuat angklung itu sendiri dengan didampingi oleh pengajar. Setelah wisatawan mendapat pengajaran dalam membuat angklung, wisatawan diberikan pelatihan terpadu dalam memainkan angklung dalam suatu kelompok, sehingga dengan begitu wisatawan dapat belajar tentang kerjasama dan kekompakan dalam satu kesatuan. Setelah pelatihan dilakukan para wisatawan menonton pertunjukan kesenian Sunda lainnya dan mempraktekan permainan angklung di atas pentas.

Kegiatan edukasi pada program wisata di Saung Angklung Udjo tidak hanya terdapat pada paket wisata setengah hari di Saung Angklung Udjo, melainkan pada paket wisata mengenal alam di Saung Angklung Udjo pun memiliki kegiatan edukatif yang cukup dominan. Seperti kegiatan yang disebut *nature collase,* dimana kegiatan ini merupakan kegiatan untuk melatih kreatifitas peserta wisata dengan menyusun dan menempelkan sampah-sampah yang dapat didaur ulang

pada bidang datar kertas disusun hingga menjadi sebuah gambar hewan. Kegiatan selain *nature collase,* pada paket wisata mengenal alam di Saung Angklung Udjo adapula kegiatan Egrang Batok, kegiatan ini merupakan kegiatan bermain dimana para wisatawan bermain berjalan menggunakan alas kaki dari batok kelapa yang diberi tali yang harus dipegang tangan. Biasa juga dua batang bambu yang diberi tempat pijakan kaki untuk berjalan-jalan. Mainan ini sangat baik melatih otot tangan dan kaki, keseimbangan badan, juga ketekunan kita untuk berlatih. Permainan ini dapat melatih kesabaran dan keseimbangan bagi para peserta wisata. Berikut merupakan gambar untuk kegiatan Egrang Batok:



Gambar 2.10 Egrang Batok

Sumber: Internet

Oleh karena itu kegiatan-kegiatan yang memiliki unsur edukatif dalam program-program wisata yang dimiliki Saung Angklung Udjo harus dapat dipertahankan dan lebih ditonjolkan kepada masyarakat. Selain itu minat wisatawan lokal harus lebih besar dibandingkan dengan minat wisatawan mancanegara yang begitu tinggi.

2.4 Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat

suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Promosi menunjuk pada berbagai aktifitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan.

Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara. Dengan adanya perantara ini maka perusahaan tidak lagi untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Menurut Drs. Basu Swastha SH dan Irawan (1993), promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan pemasaran.

Dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa betapapun bermanfaat suatu produk akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan dibeli, oleh karena itu perusahaan harus berusaha menciptakan permintaan atau produk itu dan kemudian dipelihara dan dikembangkan.

Beberapa pendapat para ahli mengemukakan tujuan promosi yaitu: menurut Drs. Rustam Effendi (1995):

1. Menarik pembeli baru;
2. Memperluas aktifitas ke pasar-pasar;

3. Mengusahakan timbulnya kebutuhan akan barang-barang baru;
4. Memberikan dorongan kepada makelar;
5. Mengusahakan dibelinya produk yang kurang laku;
6. Mengusahakan timbulnya *Good Will*,

Menempuh *Patronage Motives* Menurut Drs. Basu Swasta DH dan Irawan (1993):

1. Modifikasi tingkah laku;
2. Memberitahukan; dan
3. Membujuk.

2.5 Target Market

Target market dalam perancangan promosi ini, lebih dikhususkan kepada anak-anak usia sekitar 7-11 tahun. Karena pada usia tersebut anak-anak belum begitu dipengaruhi oleh budaya-budaya luar, oleh karena itu pendidikan budaya lokal pada anak harus mulai ditanamkan pada usia muda. Agar pada generasi berikutnya kebudayaan lokal khususnya kebudayaan Sunda dapat terus dilestarikan.

Program yang dijadikan sebagai produk yang akan dipromosikan dirancang agar dapat diikuti oleh anak-anak dengan usia tersebut. Program ini dibuat seperti sebuah permainan yang didalamnya memiliki muatan edukasi tentang budaya sehingga program ini tidak terkesan seperti belajar biasa melainkan belajar sambil bermain.

2.6 Target Audience

Target audience dalam perancangan promosi ini merupakan anak-anak dan orang tua. Melibatkan orang tua sebagai target audience pada

perancangan promosi ini, karena orang tua sangat berperan penting dalam sebuah pendidikan sebagai pembimbing. Akan tetapi peran orang tua tidak hanya sebagai pembimbing bagi anak-anak melainkan sebagai media perantara agar pesan komunikasi promosi yang disampaikan dapat tersampaikan pada target primer yaitu anak-anak.

2.6.1 Geografis

Anak-anak sekolah dasar dan menengah pertama di seluruh Indonesia, khususnya di provinsi Jawa Barat.

2.6.2 Demografis

a. Target Primer:

Jenis Kelamin	: Anak laki-laki dan perempuan
Kelompok Usia	: 7 - 11 tahun
Status	: Anak usia SD
Ekonomi	: Menengah ke atas

b. Target Sekunder

Jenis Kelamin	: Laki-laki dan perempuan
Kelompok Usia	: 20-35
Status	: Suami istri (Ayah dan Ibu)
Ekonomi	: Menengah ke atas

2.6.3 Psikografis

Alasan memilih kelompok usia 7 – 11 tahun adalah dikarenakan pada usia anak-anak tersebut harus memiliki pengetahuan terpadu tentang budaya, dilakukan dengan memberikan pengetahuan

sejak dini tentang budaya agar budaya Indonesia khususnya Jawa Barat dapat terus dilestarikan hingga generasi berikutnya. Akan tetapi hal tersebut memerlukan dorongan dan motivasi dari orang-orang sekitar seperti halnya orang tua yang dapat membantu dalam memberikan pengetahuan tentang budaya.