
Pariwisata Kreatif Saung Angklung Udjo (SAU)

Budiman Mahmud Musthofa

Program Studi Pariwisata Program Pendidikan Vokasi UI

Email: budiman_mm@yahoo.com

Abstrak

Artikel merupakan hasil penelitian kualitatif yang membahas tentang pariwisata kreatif dengan studi kasus Saung Angklung Udjo (SAU). Sinergi kreativitas dan pariwisata kreatif memiliki potensi besar untuk mempercepat perkembangan ekonomi, sosial dan budaya. Oleh karena itu, kunci sukses SAU sebagai objek daya tarik wisata berbasis kreativitas perlu digali untuk menjadi inspirasi dan model bagi pengembangan pariwisata kreatif di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Udjo Ngalagena (Pendiri SAU) berhasil mengemas "angklung" menjadi objek wisata dalam kegiatan produksi kreatif, pendidikan, pertunjukan dan dapat memberikan nilai tambah dalam perekonomian. Udjo berhasil membangun partisipasi masyarakat dan partisipasi wisatawan dalam mengembangkan pariwisata kreatif di SAU. Pariwisata kreatif di SAU pada akhirnya berhasil meningkatkan kualitas produk pariwisata budaya dan berdampak pada keberlanjutan atraksi wisata yang ditawarkan.

Kata Kunci: Wisata Kreatif, Saung Angklung Udjo, Udjo Ngalagena.

Abstract

Creative Tourism Saung Angklung Udjo. This article is the result of qualitative research which discusses about creative tourism with case studies Saung Angklung Udjo (SAU). The synergy of creativity and creative tourism has great potential to accelerate the development of economic, social and cultural. Therefore, the key to success SAU as an object of tourist attraction based creativity need to be explored to be an inspiration and a model for the development of creative tourism in Indonesia. The results showed that Udjo Ngalagena (Founder SAU) managed to package "angklung" become a tourist attraction in the creative production activities, education, performances and can provide added value in the economy. Udjo succeeded in building community participation around it which finally involved the participation of tourists in a variety of tourist attractions in SAU. Creative tourism in SAU ultimately succeeded in improving the quality of cultural tourism products and impact on the sustainability of the attractions offered.

Keyword : Creative Tourism, Saung Angklung Udjo, Udjo Ngalagena.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor unggulan dan strategis dalam menggerakkan pertumbuhan negara-negara di dunia. Badan Pariwisata Dunia (UN-WTO, 2018) mencatat terdapat total 1,322 miliar pergerakan wisatawan internasional sepanjang tahun 2017. Pada tahun 2017, pendapatan pariwisata global mencapai US\$5,3 triliun. Jika prediksi pertumbuhan di 2018, maka pendapatan pariwisata global diproyeksikan bisa mencapai sekitar US\$5,6 triliun. Peningkatan perkembangan pariwisata secara nasional dan global menjadikan pariwisata sebagai bidang yang strategis dalam peningkatan

pendapatan, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha dan menggerakkan aktivitas sosial ekonomi masyarakat. Pariwisata telah mengalami ekspansi dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang terbesar dan tercepat pertumbuhannya di dunia. Kondisi ini memberikan harapan sekaligus menjadi peluang bagi industri pariwisata di Indonesia untuk terus kreatif melakukan pengembangan baik dari sisi destinasi, kelembagaan maupun pemasaran pariwisata mengingat trend wisatawan dunia kini mulai mengarah pada pariwisata kreatif.

Pada satu dasawarsa terakhir, seiring berkembangnya era industri kreatif dan ekonomi kreatif, istilah pariwisata kreatif mulai menjadi *trend* baik dikalangan praktisi maupun akademisi. Istilah kreatif dan kreativitas menjadi istilah yang semakin populer di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini. Di Indonesia, istilah kreativitas menjadi semakin populer dan memperoleh perhatian khusus dari pemerintah dengan adanya kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif pada tahun 2011 dan kemudian pada tahun 2015 secara resmi dibentuk Badan Ekonomi Kreatif. Istilah ekonomi kreatif ini digunakan sebagai sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi (Howkins, 2001). Secara fakta, istilah ekonomi kreatif melekat dengan istilah pariwisata di Indonesia. Hal inilah yang menjadi menarik di tengah semakin tingginya kontribusi dan peran pariwisata dalam percaturan global. Pariwisata kreatif merupakan istilah baru yang muncul di Indonesia, bahkan kemunculan di dunia internasionalpun masih masih belum terlalu lama. Richards dan Raymond (2000) adalah akademisi awal yang mempopulerkan istilah pariwisata kreatif, yang mendefinisikan pariwisata kreatif sebagai pariwisata yang menawarkan kepada pengunjung kesempatan untuk mengembangkan potensi kreatif mereka melalui partisipasi aktif.

Pariwisata kreatif adalah bentuk baru pariwisata yang memiliki potensi mengubah model pengembangan pariwisata yang selama ini ada dan memberikan kontribusi baru dalam menciptakan pengalaman bagi wisatawan. Pariwisata kreatif memiliki potensi besar dalam membantu mempercepat pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal. Definisi pariwisata kreatif sebagaimana dikemukakan oleh Richard (2011) sesungguhnya secara aplikatif telah berlangsung dan berjalan di Indonesia sejak puluhan tahun lalu, yaitu pariwisata kreatif yang dikembangkan oleh Udjo Ngalagena melalui Saung Angklung Udjo (SAU) sejak tahun 1966. Kajian ini mencoba untuk mengkaji lebih dalam tentang kreativitas Udjo Ngalagena (1929-2001) dalam mengembangkan Saung Angklung Udjo sebagai bentuk pariwisata kreatif berbasis budaya sunda yang terus maju dan berkembang selama puluhan tahun.

Kemampuan dan keberhasilan Udjo Ngalagena dalam mengelola pariwisata kreatif hingga mendunia dan bertahan lebih dari 50 tahun dapat menjadi inspirasi bagi insan pariwisata dalam menciptakan produk-produk kreatif dan mengelola berbagai atraksi pariwisata kreatif. Keberhasilan Udjo dan SAU perlu digali karena penulis yakin,

jika ada puluhan model pariwisata kreatif seperti SAU, maka sektor pariwisata akan semakin mampu berkontribusi meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membesarkan pariwisata Indonesia di tingkat internasional. Kajian mengenai keberhasilan Udjo saat ini penting untuk dilakukan karena pada saat yang sama berbagai pariwisata berbasis budaya tradisional ternyata tidak banyak yang bertahan lama dan cenderung stagnan, bahkan banyak kesenian tradisional yang berpotensi menjadi atraksi wisata ternyata hampir punah, namun Udjo melalui SAU berhasil mengemas budaya tradisional dengan kreativitas yang dimilikinya menjadi kekuatan pariwisata kreatif yang mendunia. Kajian tentang peranan kreativitas dan pariwisata kreatif sangat menarik untuk dikembangkan karena bangsa kita memiliki beragam potensi sumberdaya kreatif yang sangat besar. Pertanyaan utama yang hendak dijawab dalam kajian ini adalah bagaimana Udjo Ngalagena mampu menciptakan, mengembangkan dan mengelola atraksi budaya menjadi pariwisata kreatif di Saung Angklung Udjo?

Kreativitas dan Pariwisata Kreatif

Kreativitas dapat diartikan sebagai suatu kemampuan umum untuk menciptakan suatu yang baru atau kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan-hubungan baru antara unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya (Munandar, 2012, p. 25). Menurut Munandar, sesuatu yang diciptakan itu tidak perlu baru sekali, tetapi merupakan gabungan atau kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya (Munandar, 1988; 1990; 1999; 2012 Semiawan, 2009, p. 44). Soemardjan (1983, p.93) menegaskan bahwa kreativitas dapat muncul dan berkembang menjadi suatu kreasi yang diciptakan oleh seseorang individu tidak dapat luput dari pengaruh kebudayaan serta pengaruh masyarakat tempat individu itu hidup. Hal ini diperkuat oleh Ember (Ember & Ember, 1996, p.125) yang menjelaskan bahwa tokoh yang menciptakan suatu kreasi baru pada prosesnya dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya masyarakatnya, melalui hubungan antara individu dan kebudayaannya, kreativitas dimungkinkan berkembang dengan lebih baik.

Dari berbagai bidang keilmuan yang membahas tentang kreativitas ada satu pendekatan umum yang dapat digunakan oleh berbagai bidang keilmuan dalam menganalisa kreativitas sebagaimana dikemukakan oleh Rhodes (1961) yaitu pendekatan 4P yaitu *person* (pribadi), *press* (pendorong), *process* (proses), dan *product* (produk) (Munandar, 1999; 2012). Menurut Munandar, dari keempat pendekatan tersebut hal yang paling

menentukan dalam proses perwujudan kreativitas adalah aspek pribadi (*person*). Istilah kepribadian digunakan untuk menjelaskan karakteristik pribadi seseorang yang menyebabkan munculnya konsistensi perasaan, pemikiran, dan perilaku (Pervin, 2010). Teori yang akan digunakan oleh peneliti pada kajian ini adalah teori Carl Roger (1902-1987) yang tergolong dalam aliran teori humanistik. Teori Carl Roger bertitik tolak dari pandangan bahwa manusia menentukan nasibnya sendiri. Carl Rogers mengutarakan sebuah teori yang disebut dengan teori pribadi terpusat, dimana tiap individu ada dalam dunia pengalaman yang selalu berubah dan individu tersebut menjadi pusatnya. Teori Roger tentang aktualisasi diri menekankan pada konsistensi diri dan kongruensi antara diri dan pengalaman (Pervin, 2010). Aktualisasi diri mendorong manusia sampai kepada pengembangan yang optimal dan menghasilkan ciri unik manusia seperti kreativitas, inovasi, dan lain-lain. Aliran humanistik menyumbangkan arah yang positif dan optimis bagi pengembangan potensi manusia (Munandar, 1999; Pervin, 2010).

Dorongan kreatif menurut Rogers merupakan faktor primer untuk lahirnya kreativitas ketika individu membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi diri sepenuhnya (Munandar, 1999). Dorongan ini ada pada setiap orang dan bersifat internal. Selain dorongan internal, kondisi eksternal (lingkungan eksternal) juga menjadi faktor yang mendorong peningkatan dan pengembangan kreativitas serta memungkinkan tumbuhnya kreativitas. Pengertian kreativitas sebagai proses merujuk pada perlunya seseorang berusaha untuk melihat lebih jauh dan lebih mendalam dari pada menginginkan hasil (produk) secepat-cepatnya (Munandar, 1988, p. 3). Melalui proses kreatif yang dilakukan oleh seseorang, maka produk kreatif akan muncul dengan sendirinya. Produk kreatif merupakan suatu produk yang sifatnya nyata. Produk tersebut tidak harus baru sepenuhnya, tetapi dapat berupa kombinasi-kombinasi baru. Selain itu, produk kreatif juga harus memberikan makna (Munandar, 1999).

Konsep kreativitas sangat beririsan dengan perkembangan dunia pariwisata, seperti kajian perkembangan strategi pariwisata berbasis budaya menjadi pariwisata berbasis kreativitas (Hermantoro, 2001, p.114), pariwisata reativitas dan pembangunan lokal (Richard, 2009), kreativitas dan pariwisata (Richard, 2011). Chang (2014) melakukan penelitian tentang pariwisata kreatif di Taiwan dan hasilnya terlihat ada kecenerungan yang meningkat pada industri kreatif di Taiwan untuk mengembangkan produk pariwisata kreatif dan jasa yang mencakup budaya lokal dan seni tradisi dalam meningkatkan

pengalaman bagi para wisatawan. Penelitian lain dilakukan oleh Booyens (2015) tentang pariwisata kreatif di *Cape Town* (Afrika Selatan), temuan menunjukkan bahwa pariwisata kreatif di Cape Town masih sedikit, inovasi masih kecil dan belum terintegrasi namun ceruk pasar dan potensi pertumbuhan sangat besar.

Secara definisi, konsep pariwisata kreatif terus berkembang di berbagai Negara dengan berbagai definisi yang beragam. UNESCO (2006) mendefinisikan “*creative tourism as travel directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place, and that creates a connection to the residents and their culture*”. Richards (2011, p. 1237) menjelaskan bahwa pariwisata kreatif adalah aktivitas terkait dengan partisipasi dan pengalaman otentik wisatawan yang memungkinkannya untuk mengembangkan potensi dan keterampilan kreatif mereka melalui kontak dengan orang-orang lokal dan budaya masyarakat. Richards (2011) menekankan fakta bahwa pariwisata kreatif menyiratkan bahwa tidak hanya para wisatawan yang kreatif, tetapi pengelola itu sendiri yang perlu lebih kreatif dalam merancang daya tarik destinasi. Ada unsur-unsur umum yang jelas dalam pariwisata kreatif, yaitu : unsur partisipatif dan pengalaman 'otentik' yang memungkinkan wisatawan untuk mengembangkan potensi dan keterampilan kreatif mereka melalui kontak dengan orang-orang lokal dan budaya mereka.

Mengacu pada berbagai definisi tersebut maka penulis melihat bahwa pariwisata kreatif telah berkembang pesat dalam satu dekade terakhir, hal ini mencerminkan keinginan wisatawan yang tumbuh untuk mengembangkan potensi kreatif mereka sendiri dan terlibat dalam membangun jejaring kreatif, serta menghubungkan berbagai potensi kreatif dalam konteks industri pariwisata. Kementerian Pariwisata (2010) memberikan batasan pariwisata kreatif berupa adanya pengalaman otentik yang dirasakan wisatawan; adanya pembelajaran partisipatif, interaktif dan informal; tidak bersifat massal; berhubungan erat dengan masyarakat lokal. Jika dalam pariwisata budaya wisatawan lebih bersifat pasif, maka dalam pariwisata kreatif wisatawan lebih aktif berpartisipasi dalam atraksi yang dilakukan oleh masyarakat lokal (Hermantoro, 2011).

Terkait dengan studi kasus yang penulis angkat tentang kreativitas dan pariwisata kreatif di Saung Angklung Udjo, maka atas berbagai definisi pariwisata kreatif yang ada, SAU merupakan salah satu contoh pariwisata kreatif yang mengajak wisatawan menikmati sekaligus sekaligus belajar tentang kebudayaan sunda dan secara khusus belajar

memainkan angklung. Selain mencoba untuk menggali kreativitas Udjo Ngalagena dalam mengembangkan pariwisata kreatif, kajian ini juga memperdalam dan menjawab kekhawatiran akan keberlanjutan SAU.

METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang mengangkat studi kasus tentang kreativitas Udjo Ngalagena dalam mengembangkan SAU sebagai pariwisata kreatif. Penelitian kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2010). Kajian ini bersifat eksplanasi yang bertujuan untuk menjelaskan alasan terjadinya peristiwa dan untuk membentuk, memperdalam, dan mengembangkan teori (Neuman, 2013, p.45).

Penelitian ini dilakukan di SAU, Jalan Padasuka No 118, Bandung, Jawa Barat. Teknik pemilihan informan yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling* (sampling bertujuan). Menurut Walliman (2006, p.79) *Purposive Sampling is where the researcher select what he/she thinks is a 'typical' sample based on specialist knowledge or selection criteria*” maksudnya, *purposive sampling* adalah dimana peneliti memilih apa yang dia pikir sebagai sampel yang khas berdasarkan pengetahuan khusus atau kriteria seleksi. Data primer diperoleh peneliti melalui observasi dan wawancara terhadap informan seperti keluarga, pengrajin, murid, pemain, pelatih, tokoh masyarakat dan berbagai informan lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui kegiatan studi pustaka, berupa penelusuran dokumen yang memuat fakta-fakta, artikel atau referensi, serta bahan-bahan lain yang menunjang terkait dengan kreativitas tokoh dan pariwisata kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kreativitas Udjo Ngalagena

Melalui wawancara dengan berbagai informan dapat diketahui bahwa Udjo memiliki pribadi yang sederhana, ulet, disiplin, jujur dan optimis. Ada berbagai aspek utama yang berkontribusi bagi terbentuknya kepribadian Udjo yaitu peranan orang tua dan keluarga, dorongan dari masyarakat dan lingkungan sekolah. Kekuatan pribadi kreatif semakin berkembang setelah bertemu dengan gurunya, Daeng Soetigna yang mendorong dan membuat Udjo memiliki keahlian di bidang Angklung hingga akhirnya mendirikan SAU tahun 1966. Perpaduan kekuatan pribadi kreatif, dorongan kreatif, proses kreatif menjadikan Udjo tumbuh

menjadi individu kreatif yang mampu mengungkapkan berbagai ekspresinya.

Sebagai sosok kreatif, Udjo memiliki kemampuan imajinasi yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari visi dan misi Udjo dalam menciptakan berbagai kreasi dan mengungkapkan gagasan. Visi besar Udjo terlihat pada saat ada kunjungan dari wisatawan Perancis yang merupakan rombongan kru film tahun 1969. Saat itu, Udjo mengatakan bahwa “anda akan lihat pertunjukan di saung ini suatu saat akan mendunia, kita tunggu saja” katanya (Syafii, 2009, p.81). Visi ini akhirnya membuahkan hasil, angklung kini telah dikenal di seluruh dunia dan diakui menjadi warisan budaya dunia oleh UNESCO tahun 2010.

Konsistensi adalah salah satu ciri pokok seseorang yang kreatif. Sepanjang hidupnya, Udjo dikenal sebagai orang yang konsisten dengan apa yang dilakukannya. Berbagai perilaku yang menunjukkan sikap konsisten terlihat dalam aktivitas membuat pertunjukan disaat orang menganggapnya aneh, konsisten membuat angklung dengan berbagai variasinya, konsisten mengajar anak-anak hingga sampai larut malam dan tidak mengenal waktu demi tercapainya keinginan dan cita-citanya, konsisten melakukan kegiatan pembelajaran dan memberdayakan masyarakat sekitarnya. Konsistensi ini penting, sebagaimana teori pribadi terpusat Roger tentang aktualisasi diri yang menekankan pada konsistensi diri dan kongruensi antara diri dan pengalaman (Pervin, 2010). Guna menjaga konsistensi diri dan kongruensi (membuat sama atau selaras), individu mengembangkan sistem nilai yang dipakai untuk mengevaluasi diri dan menjaga sistem diri. Individu berperilaku dalam cara yang konsisten dengan konsep diri mereka walaupun perilaku ini tidak memberikan imbalan pada mereka (Pervin, 2010). Konsistensi dan optimisme akhirnya memberikan hasil yang dampaknya dirasakan bukan hanya oleh diri dan keluarganya tetapi oleh masyarakat lokal hingga mancanegara.

SAU merupakan produk kreatif Udjo yang didalamnya ada berbagai aktivitas seni tradisi dan budaya Sunda yang dipraktekkan, diajarkan dan dilestarikan melalui suatu aktivitas rutin yang berlangsung terus-menerus. Produk kreatif ini secara sederhana sesungguhnya adalah sanggar yang Udjo buat sedemikian rupa sehingga angklung dan seni tradisi Sunda dapat tumbuh dan berkembang. Udjo berhasil merancang kondisi sosial dan lingkungan dengan mendirikan SAU sehingga kreativitas berbasis budaya dapat terekpresikan, khususnya kreativitas berbasis pada angklung dan kesenian sunda.

Di SAU, berbagai seni tradisi Sunda diciptakan, diproduksi, dikemas dan dilestarikan

melalui berbagai atribut, simbol-simbol dan dikreasikan dalam berbagai bentuk seperti pertunjukkan, produksi alat musik angklung, pelatihan, pendidikan dan lain sebagainya yang dikaitkan dengan atraksi pariwisata. SAU yang pada awalnya didirikan (1966) dengan spirit kecintaan Udjo Ngalagena terhadap seni tradisi Sunda khususnya pendidikan dan pelestarian angklung kemudian pada tahun 1968 berkembang menjadi objek tujuan wisata budaya yang mendunia yang berbasis pada kreativitas tanpa meninggalkan tujuan asalnya yaitu melestarikan budaya Sunda. SAU telah menjadi contoh keberhasilan dari pengemasan seni tradisi sebagai atraksi wisata yang berkembang menjadi destinasi wisata budaya yang berbasis pada kreativitas.

Salah satu kejeniusan dan kreativitas Udjo yang diakui oleh semua informan adalah kreativitas dalam menciptakan pertunjukan dan mengemas pertunjukan. Menurut anak-anak Udjo Ngalagena, kreativitas beliau lahir dari idenya sendiri dan kadang dari interaksi dengan masyarakat, “kalau ada ide-ide yang menarik maka beliau ekspresikan dalam kreasi permainan dan pertunjukkan. Misalnya *kaulinan urang lembur* (permainan anak-anak kampung) yang ada sekelilingnya justru diperhatikan dan dikreasikan. Udjo mampu melihat dari sisi yang berbeda dengan orang pada umumnya, jika menurut orang pada umumnya permainan anak-anak dianggap sebagai hal yang biasa, oleh Udjo dianggap luar biasa, disinilah salah satu keunikan dan kejeniusan Udjo, yaitu bisa mewujudkan sesuatu yang orang menganggap biasa namun oleh Udjo dapat dikemas oleh menjadi pertunjukan yang menarik.

Beberapa kreativitas Udjo antarlain mempopulerkan *hand sign* dalam pembelajaran angklung di SAU. Sebenarnya *hand sign* ini diajarkan oleh guru seni dari Belanda saat Udjo sekolah, namun kemudian dikembangkan olehnya dan diajarkan ke pelatih-pelatih, dan ternyata pada perkembangannya Udjo mencoba untuk menerapkannya ke penonton/wisatawan dan dengan sekejap semua penonton bisa bermain angklung. Disinilah wisatawan mulai tertarik karena mereka terlibat langsung, berpartisipasi dalam bermain angklung sehingga membuat mereka senang, bahagia dan ingin terus mencoba. Materi yang ada *hand sign* inilah yang ternyata sangat berkesan untuk wisatawan dan melejitkan SAU di dunia pariwisata. Sejak tahun 70-an materi ini menjadi materi yang mencari kekhasan SAU dan ternyata benar, survey internal SAU menunjukkan bahwa wisatawan sangat berkesan pada sesi ini. Mengacu pada definisi pariwisata kreatif (Richard, 2000; 2011; Unesco, 2006) pada momen inilah sesungguhnya pariwisata

kreatif telah hadir dan dampaknya dirasakan oleh wisatawan, ada keterlibatan lebih dan ada partisipasi. Efek dari aktivitas ini luar biasa, berbondong-bondong wisatawan asing datang. SAU yang pada awalnya fokus pada produksi dan pelatihan akhirnya berkembang menjadi destinasi wisata yang semakin tumbuh besar. Perkembangan ini akhirnya memberikan dampak secara sosial budaya dan ekonomi bagi masyarakat.

Pariwisata Kreatif SAU

Di SAU, dasar pemahaman dan pengembangan gagasan pariwisata kreatif tidak dapat dilepaskan dalam konteks pemahaman dan pengembangan pariwisata budaya, karena hal ini merupakan satu kesatuan yang telah berkembang bersama selama puluhan tahun. Kedekatan pariwisata kreatif dengan budaya merupakan kecenderungan umum yang terjadi di dunia, seperti kajian Hermantoro (2011), Richard (2000, 2009, 2011), (2014). Jika di berbagai destinasi wisata budaya wisatawan hanya sekedar menikmati, maka dalam konteks pariwisata kreatif sesungguhnya ada aktivitas partisipasi dari wisatawan dan memberikan peluang bagi pengembangan potensi kreatif wisatawan dan memberikan pengalaman khusus bagi wisatawan. Shore (2010) menjelaskan bahwa pariwisata budaya memberikan "pengalaman budaya lokal" bagi wisatawan. Melalui wisata budaya, wisatawan tidak hanya melihat ikon warisan budaya, melainkan mereka terlibat dan berpartisipasi, tenggelam dalam budaya lokal. Pertumbuhan pariwisata kreatif telah diidentifikasi sebagai kepanjangan dari model wisata budaya, dimana wisatawan mencari pengalaman kreatif yang lebih interaktif yang membantu mereka dalam mengembangkan pribadi mereka, bukan sebatas wisatawan budaya tradisional sebagaimana umumnya (Richards & Raymond, 2000). Richards dan Wilson (2006) mengakui bahwa pariwisata kreatif memiliki potensi yang lebih dari pariwisata budaya, karena kreativitas dapat memberikan nilai tambah, memungkinkan untuk melakukan inovasi produk baru yang relatif cepat, sehingga kreatif dapat berkelanjutan.

Saung Angklung Udjo merupakan salah satu destinasi wisata yang fokus pada budaya dan seni tradisi khususnya tradisi Jawa Barat. Sebagaimana cita-cita awal pendirian SAU yang menginginkan alat musik angklung terlestarikan dan mendunia, maka berbagai upaya kreatif telah dilakukan dalam mengemas atraksi di SAU menjadi suatu hal yang menarik. Di Saung Angklung Udjo, berbagai seni tradisi dikemas secara kreatif sebagai daya tarik pariwisata. Berbagai atraksi pertunjukan disajikan dengan menampilkan beragam

pertunjukkan seperti wayang golek, tradisi helaran, tari topeng dan tari merak, angklung mini, arumba, angklung massal nasional, angklung interaktif, angklung orkestra, dan menari bersama. Dari komposisi pertunjukan dapat kita lihat bahwa Saung Angklung Udjo benar-benar ingin memopulerkan dan mengembangkan alat musik angklung dan juga diiringi dengan beberapa atraksi hiburan lainnya yang dikolaborasikan dengan alat musik angklung.

Pertunjukan sengaja dikonsepsi sedemikian rupa dengan harapan mampu memuaskan para wisatawan. SAU akhirnya menjadi tempat bertemunya wisatawan dengan masyarakat lokal. Untuk dapat memenuhi harapan Udjo, harapan masyarakat dan harapan wisatawan yang datang maka manajemen Saung Angklung Udjo selalu mencoba untuk mengembangkan seni tradisi menjadi sesuatu yang layak disuguhkan, memiliki nilai tambah dan memiliki daya tarik dan menggunakan standar pelayanan internasional seperti penggunaan bahasa dan *hospitality services*. Salah satu upaya pengembangan angklung ialah mengkolaborasikan angklung dengan berbagai genre musik, baik musik rock, dangdut, jazz maupun pop. Dari sisi event, SAU sering mengadakan event baik yang sifatnya rutin maupun insidental seperti *event tribute to the beatles, angklung pride*, perlombaan angklung untuk kalangan pelajar, kolaborasi dengan berbagai artis nasional dan secara alat dikembangkan angklung toel (sentuh), angklung toel elektrik, grand angklung dan berbagai pengembangan alat musik bambu serta berbagai souvenir lainnya yang mengusung karakter lokal dan budaya Sunda dan dibuat oleh masyarakat sekitar.

Saung Angklung Udjo juga mempekerjakan seniman-seniman yang berada di sekitar lokasi Saung Angklung Udjo dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakat tersebut. Selain itu, orang-orang yang ikut tampil pada setiap pertunjukan seni juga berasal dari masyarakat sekitar Saung Angklung Udjo. Banyak dari mereka yang sekarang sudah menjadi senior dan mengajar beragam kesenian kepada junior-junior mereka. Sebagai seniman, mereka mengkreasi seni tradisi menjadi hal yang menuai ketertarikan wisatawan. Hal ini sangat penting demi menghindari kejenuhan wisatawan yang berulang kali datang ke Saung Angklung Udjo (Rahmanisa, 2014).

Mengacu pada konsep Richard (2011) dan batasan pariwisata kreatif yang dikemukakan oleh Kementerian Pariwisata (2010) tentang pariwisata kreatif berupa adanya pengalaman otentik yang dirasakan wisatawan; adanya pembelajaran partisipatif, interaktif dan informal; tidak bersifat massal; berhubungan erat dengan masyarakat lokal.

Maka apa yang terjadi di SAU adalah pariwisata kreatif yang telah memenuhi kriteria tersebut. Partisipasi wisatawan dan interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal sangat terlihat dengan jelas. Setiap hari hampir selalu ada wisatawan yang menikmati atraksi yang disuguhkan di SAU. SAU sebagai destinasi pariwisata kreatif lebih jauh lagi, bukan saja mengemas pariwisata kreatif di SAU melainkan telah membangun kemitraan dengan berbagai institusi di Negara-negara lain dalam pengembangan angklung dan pengimplementasian kurikulum angklung baik disekolah formal maupun di komunitas-komunitas seni di berbagai Negara seperti di Korea dan Australia. Saung Angklung Udjo berhasil membawa dan menampilkan pertunjukan angklung ke berbagai negara seperti Cina, Jerman, Amerika, Belanda, Australia, Korea, Singapura, Malaysia dan berbagai Negara lainnya.

Salah satu pesan kreatif Udjo kepada anak-anaknya adalah *keep the old one and create the new one*. Dari hasil wawancara lapangan, pesan ini terbukti telah memotivasi anak-anak dan pengelola SAU untuk terus berkreasi, sehingga dampaknya kini SAU telah menjadi destinasi wisata utama di Bandung yang berbasis pada pariwisata kreatif. SAU berkembang menjadi destinasi yang menawarkan *One Stop Holiday*, dimana wisatawan dapat berlibur, bermain, belajar, berbelanja souvenir, menginap bahkan dapat terlibat dalam workshop pembuatan angklung dan berlatih berbagai seni tradisi sunda. SAU berhasil menghadirkan suasana sosial budaya dan alam Sunda ditengah hiruk pikuk dan kemajuan pembangunan kota.

Pariwisata kreatif di SAU telah terbukti menggerakkan dan memberikan dampak diberbagai bidang. Potensi dan sumberdaya yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi pariwisata kreatif di Indonesia sangat banyak. Harapannya, apa yang telah Udjo lakukan dapat menjadi inspirasi bagi insan pariwisata untuk mengembangkan model pariwisata kreatif di berbagai tempat lainnya.

PENUTUP

SIMPULAN DAN SARAN

Pariwisata kreatif membutuhkan kehadiran pribadi kreatif yang melibatkan diri dengan dukungan dan dorongan dari lingkungan dalam proses kreatif akan menghasilkan produk kreatif. (Munandar, 1988; 1999; 2012, Semiawan, 2009; Richard, 2011). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Saung Angklung Udjo adalah salah satu bentuk pariwisata kreatif yang telah berkembang selama lebih dari 50 tahun. Udjo Ngalagna sebagai pribadi kreatif adalah kekuatan utama SAU yang berhasil menciptakan kreasi dan nilai tambah dari

angklong berupa pelatihan/pendidikan, pertunjukkan, produksi alat musik angklong dan berbagai bentuk lainnya berdasarkan pada akar budaya dan tradisi Sunda.

Kontribusi pariwisata kreatif bagi kesejahteraan masyarakat dan peningkatan ekonomi cukup besar sebagaimana kajian yang dilakukan oleh Richards (2009; 2011), Hermantoro (2011) Booyens (2015) semakin dikuatkan melalui hasil penelitian ini, dimana SAU telah memberikan kontribusi besar bagi kesejahteraan masyarakat dan perkembangan pariwisata Indonesia. Keberlanjutan SAU dapat terjadi karena Udjo telah berhasil memberikan nilai tambah terkait dengan angklong sehingga memberikan berbagai dampak kepada masyarakat. Udjo berhasil mengembangkan kreativitas dengan melibatkan partisipasi masyarakat sehingga lahirnya masyarakat kreatif yang mendukung berkembangnya SAU. Berbagai kreativitas di SAU telah memungkinkan terjadinya partisipasi dan interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal, sehingga ada transfer berbagai pengetahuan yang memberikan manfaat, kenangan dan pengalaman tersendiri bagi wisatawan. Hal ini memberikan dampak yang positif bagi pengembangan pariwisata kreatif di SAU. Pariwisata kreatif di SAU pada akhirnya berhasil meningkatkan kualitas produk pariwisata budaya dan berdampak pada keberlanjutan atraksi wisata yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

Booyens, I & Christian M. R. 2015. *Creative Tourism in Cape Town: An Innovation Perspective*, Published online: 1 April 2015. Springer Science & Business Media Dordrecht

Chang, L.L , Kenneth F. B & Yu C. H. 2014. *Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention*, International Journal Of Culture, Tourism And Hospitality Research. VOL. 8 NO. 4, pp. 401-419, © Emerald Group Publishing Limited, ISSN 1750-6182.

Creswell, J. W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Ember, C.R. & Melvin E. 1996. *Anthropology*. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River

Howkins, J. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguins Books, London.

Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. 2010. *Pemetaan Potensi Pariwisata dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata*

Berbasis Kreativitas (Creative-Based Tourism). Laporan Akhir.

- Munandar, U. 1988. *Kreativitas Sepanjang Masa*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Munandar, U. 1990. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah- Petunjuk Bagi Guru dan Orang Tua*, Jakarta: Gramedia .(1999). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*, Jakarta : Rineka Cipta
- Munandar, U. 2009. *Kreativitas & Keberbakatan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Munandar, U. 2004. *Pengembangan Emosi dan Kreativitas*. Jakarta : Rineka Cipta
- Munandar, U. 2012. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta : Rineka Cipta
- Neuman, W. L. 2013. *Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn & Bacon
- Pervin, L.A., Daniel C., & Oliver P. J.. 2010. *Psikologi Kepribadian Teori dan Penelitian*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana
- Hermantoro, Henry. 2011. *Creative-Based Tourism: Dari Wisata Rekreatif Menuju Wisata Kreatif*. Depok: Penerbit Aditri
- Rahmanisa, W.N. 2014. *Invensi Tradisi: Atraksi Wisata Berbasis Pelestarian dan Pengembangan Sanggar Kesenian Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat*”, Skripsi, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Depok
- Richards, G., & Raymond, C. 2000. *Creative Tourism*. ATLAS News, 23, 16–20.
- Richards, G., & Wilson, J. 2006. *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?*. Tourism Management, 27, 1408–1413.
- Richards, G. 2009. *Creative tourism and local development*. In: Wurzburger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (eds) *Creative Tourism: A global conversation*. Santa Fe: Sunstone Press, pp. 78-90.
- Richards , G. 2011. *Creativity And Tourism :The State of the Art*. Annals of Tourism Research, Vol. 38, No. 4, pp. 1225–1253
- Semiawan, R. C. 2009. *Kreativitas Keberbakatan: Mengapa, Apa dan Bagaimana*. Jakarta; PT.Index.
- Shore, S. 2010. *Cultural and heritage tourism – international*, Travel & tourism analyst, No. 8.
- Soemardjan, S. 1983. *Kreativitas, Suatu Tinjauan dari Sosiologi*, dalam Sutan Takdir Alisyahbana (ed.), *Kreativitas*. Jakarta: Penerbit Dian Rakyat.
- Syafii, S. 2009. *Udjo Diplomasi Angklung*. Jakarta: PT Grasindo

UNESCO. 2006. *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism*, Santa Fe, New Mexico, USA October 25–27.

Walliman, N. 2006. *Social Research Methods*. UK: London Sage Publication

Yahya, A. 2015. *Smart Tourism*. Konferensi Nasional Inovasi TIK untuk Indonesia Cerdas, Aula Barat ITB, Bandung, 16 Oktober 2015
<http://validnews.co/Pendapatan-Wisata-Global-2018-Ditaksir-Capai-US-5-65-Triliun-TDd>, diakses tanggal 20 Maret 2018