

## **Pertunjukan Bambu Petang dalam Event Sundanese Culture Value Saung Angklung Udjo**

Bamboo Evening performances in Event Sundanese Culture Value  
Saung Angklung Udjo

<sup>1</sup>Shella Yosepha, <sup>2</sup>Zulfebriges

<sup>1,2</sup>*Bidang Kajian Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

Email : shelayosepha@gmail.com

**Abstract:** West Java is a province with a great opportunity in the industry of tourism. It is one of the many cities in West Java that has been successful in the tourism industry. One of the tourist attractions in Bandung that is very fascinating and a must for tourists to visit is a show called “Evening Bamboo” which is taken place in Saung Angklung Udjo. Many things are presented during this event, starting with Angklung show, traditional dances as well as the demonstration of “Wayang Golek”. Tourists nowadays are at luck as they are given the chance to play with Angklungs directly. The peaking trend of visits from foreign tourists to this attraction is the rationale behind the increasing interest of researcher to study the “Evening Bamboo” in the Sundanese Culture Value event located in Saung Angklung Udjo. The objective behind writing this thesis is to understand how 1) attraction 2) accessibility 3) facility 4) the owner of attraction Saung Angklung Udjo. The research methods used are descriptive along with quantitative approach. Target population investigated is foreign tourists using the accidental approach sampling method which gathered a total of 101 respondent samples through the distribution of questionnaires along with conduction of study lecturer. The writer’s result of research which refers to the results of processed data collected from questionnaires suggest that the “Evening Bamboo” show in the Sundanese Culture Value event located in Saung Angklung Udjo as tourism object that is categorised as “Satisfactory”. This can be identified by looking at the indicator of attraction categorised as Very Good; indicator of accessibility categorised as Quite Good; indicator of facilities categorised as Very Good; and indicator of tourism management categorised as Very Good.

**Keywords:** “Evening Bamboo” show, Tourism Perception, Saung Angklung Udjo.

**Abstrak:** Potensi pariwisata di Provinsi Jawa Barat sangat besar. Salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang sudah berkembang dalam dunia industri pariwisata yaitu kota Bandung. Salah satu objek wisata di kota Bandung yang sangat menarik dan wajib dikunjungi oleh para wisatawan tersebut adalah pertunjukan bambu petang di Saung Angklung Udjo. Banyak hal yang disajikan di dalam pertunjukan tersebut, mulai dari pertunjukan Angklung, tari-tarian tradisional, hingga demonstrasi wayang golek. Banyak hal yang disajikan di dalam pertunjukan tersebut, mulai dari pertunjukan Angklung, tari-tarian tradisional, hingga demonstrasi wayang golek. Pada kesempatan ini, para wisatawan bahkan berkesempatan untuk dapat memainkan angklung tersebut secara langsung. Tingginya jumlah kunjungan wisatawan asing pada objek wisata kesenian ini menyebabkan peneliti tertarik untuk lebih lanjut melakukan penelitian mengenai bagaimana pertunjukan bambu petang dalam *event Sundanese Culture Value* di Saung Angklung Udjo. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana 1) atraksi 2) aksesibilitas 3) fasilitas 4) pengelola kepariwisataan Saung Angklung Udjo. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang diteliti adalah wisatawan asing, melalui teknik penarikan *accidental sampling* diperoleh jumlah 101 orang sampel responden melalui penyebaran angket, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian penulis yang merujuk kepada hasil pengolahan data melalui angket menunjukkan bahwa pertunjukan bambu petang dalam *event sundanese culture value* Saung Angklung Udjo sebagai produk wisata dikategorikan baik. Hal itu dapat dilihat dari indikator atraksi-atraksi yang sangat baik; indikator aksesibilitas yang cukup baik; indikator fasilitas-fasilitas yang sangat baik; dan indikator pengelolaan kepariwisataan yang sangat baik.

**Kata Kunci:** Pertunjukan Bambu Petang, Persepsi Wisatawan. Saung Angklung Udjo

## A. Pendahuluan

Dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat sebagai buah dari usaha ekonomi nasional yang mandiri, maka mengembangkan industri pariwisata beserta industri kreatifnya merupakan suatu keharusan di masa sekarang. Pengembangan industri ini sangat dimungkinkan mengingat begitu kayanya Indonesia dengan banyaknya ragam pesona, mulai dari alam, sejarah, hingga budaya.

Indonesia merupakan salah satu negara memiliki industri pariwisata yang cukup besar dan terus berkembang. Pengembangan industri pariwisata ini ditunjang dengan melesatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Kesenian dan budaya di Indonesia sangat beragam, salah satunya kesenian dan budaya yang dimiliki Provinsi Jawa Barat. Potensi pariwisata di Provinsi Jawa Barat sangat besar, dilihat dari berbagai kesenian, tarian, adat istiadat, keindahan alam, kesuburan tanah dll. Salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang sudah sangat berkembang industri pariwisata yaitu kota Bandung. Bandung memiliki banyak sekali tempat wisata yang dapat dikunjungi. Berbagai tempat wisata budaya di kota Bandung sering dikunjungi oleh wisata asing dan lokal yaitu Saung Angklung Udjo, Kampung Budaya Cinangneng, Komunitas Hong, Kampung Kreatif Dago Pojok, Teras Selasar Sunaryo, Galeri Sumardja yang bisa dimasukkan juga sebagai alternatif. Tempat wisata tersebut menjadi tempat yang sering dikunjungi oleh para wisatawan asing maupun wisatawan lokal.

Mengunjungi Saung Angklung Udjo merupakan bagian dari wisata budaya. Para wisatawan lokal maupun asing selain dapat menikmati keindahan dan keragaman budaya tradisional Jawa Barat, juga menambah wawasan mengenai sejarah dan nilai-nilai filosofis yang terkandung di dalam produk budaya seperti tarian, bahasa, ataupun barang seni seperti angklung. Wisata budaya juga dapat menstimulasi masyarakat untuk tetap menjaga kebudayaan mereka sebagai daya tarik wisatawan sekaligus menambah penghasilan mereka.

Saung Angklung Udjo sudah terkenal baik di dalam negeri maupun luar negeri. Daya tarik utama dari Saung Angklung Udjo adalah pertunjukan musik bambu yang atraktif dan produksi alat musik angklung. Saung Angklung Udjo mengindikasikan memiliki 29 inovasi hingga mampu bertahan lebih dari 50 tahun lamanya. Produk yang berinovasi inilah yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung, tidak hanya dari dalam negeri, tetapi juga dari mancanegara. Dalam mengembangkan suatu inovasi dibutuhkan suatu proses. Proses inovasi Saung Angklung Udjo yang didirikan oleh Udjo Ngalagena dan Uum Sumiati, istrinya, beserta putra-putrinya menjadi hal yang penting untuk dikaji dalam menanggapi inovasi yang dibutuhkan dalam pariwisata budaya. Hal ini ke depannya, bisa menjadi pembelajaran untuk pariwisata budaya lainnya dalam melakukan suatu inovasi.

Salah satu pertunjukan kesenian yang disuguhkan Saung Angklung Udjo adalah Pertunjukan “Bambu Petang”, pertunjukan bambu petang ini ditampilkan setiap hari, mulai pukul 15.30-17.30 WIB dengan harga tiket masuk Rp 60.000,- untuk wisatawan lokal Rp 100.000,- untuk wisatwan asing. Acara tidak hanya diisi dengan pertunjukan Angklung, tetapi juga tari-tarian tradisional oleh anak-anak kecil Yayasan Saung Angklung Udjo, demonstrasi wayang golek, hingga pengalaman memainkan angklung yang bisa langsung dicoba oleh wisatawan yang disebut angklung interaktif. Setiap pengunjung, nantinya akan diberi satu angklung dan diajari cara memainkan angklung dengan benar, hingga dapat memainkan beberapa lagu yang dipimpin oleh instruktur.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan, pertunjukan bambu petang di Saung Angklung Udjo sudah mendapatkan respon yang baik di mata wisatawan lokal maupun asing. Terbukti data wisatawan yang mengunjungi Saung Angklung Udjo ada tahun 2014 sebanyak 205.932 orang, atau rata-rata 572 pengunjung setiap harinya. Hal tersebut dapat dilihat dalam data berikut ini:

**Tabel 1.** Data Wisatawan yang Berkunjung Bulan Januari-Desember 2014

No	Bulan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
1	Belanda	916	504	636	625	809	750	2,022	721	1,376	861	327	196	9,743
2	France	6	32	69	36	87	49	137	101	133	58	11	21	740
3	Indonesia	14,416	21,519	17,660	14,447	23,102	17,847	9,821	3,727	6,913	12,754	14,552	20,100	176,858
4	Inggris *	922	615	779	915	889	1,254	1,189	593	1,394	927	1,465	1,960	12,902
5	Jepang	67	60	95	26	22	40	38	62	110	37	76	109	742
6	German	161	154	297	252	281	158	225	256	357	445	148	65	2,799
7	Korea	121	92	39	11	39	16	165	109	33	4	21	50	700
8	Mandarin	55	41	52	89	93	77	67	61	91	62	86	65	839
9	Malaysia	-	2	-	-	-	-	-	-	162	-	-	445	609
	TOTAL	16,664	23,019	19,627	16,401	25,322	20,191	13,664	5,630	10,569	15,148	16,686	23,011	205,932

\* Inggris termasuk Australia, Hongkong, Singapura, dan negara-negara lain yang menggunakan Bahasa Inggris sebagai Bahasa Nasional

Sumber : *Corporate Secretary* Saung Angklung Udjo, Desember 2015

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan lokal (asal Indonesia) lebih banyak dibandingkan wisatawan asing. Adapun wisatawan asing lebih banyak berasal dari negeri Belanda, yaitu berjumlah 9.743 orang. Wisatawan yang berasal dari Inggris dan Britania Raya (Irlandia, Skotlandia, Wales) serta mantan negara persemakmuran Inggris (Hongkong, Singapura, dan lain-lain) juga berjumlah cukup besar yaitu sebanyak 12.902 orang. Untuk wilayah Asia sendiri, jumlah wisatawan terbanyak berasal dari China yaitu sebanyak 839 orang, kemudian disusul oleh Jepang (742), Korea (700) dan Malaysia (609).

Burkart dan Medlik (1976: 44) mengemukakan bahwa seberapa penting unit geografis sebagai sebuah destinasi wisatawan, atau seberapa penting ia secara potensial, ditentukan oleh empat faktor-faktor utama: atraksi-atraksi, aksesibilitas, fasilitas-fasilitas, dan pengelola pariwisata yang dapat diterminologikan sebagai kualitas-kualitas wisatawan terhadap sebuah destinasi. Aspek-aspek inilah yang akan diteliti oleh penulis yang diantaranya: 1. Atraksi wisata budaya dan wisata buatan meliputi pengemasan pertunjukan bambu petang, keberhasilan menghibur bermain angklung bersama dan menari bersama. Selain wisata budaya terdapat pula wisata buatan meliputi keunikan arsitektur. 2. Aksesibilitas meliputi lokasi pertunjukan, kondisi infrastruktur jalan, jarak lokasi, transportasi angkutan umum. 3. Fasilitas-fasilitas meliputi kenyamanan venue, kelengkapan souvenir shop, kebersihan toilet, jumlah toilet yang tersedia, kenyamanan area taman, kelengkapan makanan dan minuman, kondisi tempat parkir. 4. Pengelolaan pariwisata meliputi kebersihan tempat, keamanan, pelayanan staff front office, harga tiket, pakaian yang digunakan, kejelasan informasi, keramahan, pemberian souvenir, keramahan staff security.

Berdasarkan paparan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pertunjukan bambu petang dalam event Sundanese Culture Value kepada wisatawan asing di Saung Angklung Udjo. Hal tersebut karena minat wisatawan asing untuk mengunjungi objek wisata budaya seperti Saung Angklung Udjo cukup tinggi.

## B. Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan Teori The Tourist Qualities of A Destination Burkart dan Medlik (1976: 44) memaparkan unit geografis yang dikunjungi oleh wisatawan adalah sebagai berikut: “the geographical unit visited by a tourist may be a self-contained centre, a village, or a town or a city, a district, or a region, an island, a country or a continent. This geographical unit may be described as the tourist destination. How important any geographical unit is as a tourist destination, or how important it is potentially, is determined by three prime factors: attractions, accessibility, and amenities which may be termed as the tourist qualities of a destination. The attractions may be site attractions (for example, climatic, scenic historical) or event attractions (for example congresses, exhibition and sporting events), both of which exercise a gravitational influence on non-residents. Accessibility is a function of distance from centres of population, which constitute tourist markets, and of external transport and communications, which enable a destination to be reached. Amenities at the destination comprise accommodation, catering, entertainment, as well as internal transport and communications, which enable the tourist to move round during his stay. It is clear that amenities contribute much to many established resorts as tourist destinations, in contrast to areas which lack in particular adequate accommodations for visitors. What the three qualities are and in what measure they are present in a particular place determines not only its importance but also its likely success as a tourist destination. But in order to maximize the opportunities from tourism, a tourist destination must also have a tourist organization, in order to provide the framework in which tourism can operate to develop the tourist product and to promote it in appropriate tourist markets. In that sense, organization constitutes a fourth factor which determines the importance and success of a destination.

Dari kutipan di atas dapat diartikan bahwa unit geografis yang dikunjungi oleh wisatawan bisa berbentuk sebuah resort yang berdiri sendiri, sebuah desa, atau sebuah kota, sebuah wilayah, atau sebuah kawasan, sebuah pulau, sebuah negara atau sebuah benua. Unit geografis ini dapat dideskripsikan sebagai destinasi wisatawan.

Selanjutnya Burkart dan Medlik (1976: 44) mengemukakan bahwa seberapa penting unit geografis sebagai sebuah destinasi wisatawan, atau seberapa penting ia secara potensial, ditentukan oleh tiga faktor-faktor utama: atraksi-atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas-fasilitas yang dapat diterminologikan sebagai kualitas-kualitas wisatawan terhadap sebuah destinasi.

Atraksi – atraksi dapat berbentuk atraksi- atraksi situs ( contohnya kongres-kongres, pameran dan acara olahraga), yang kedua nya memiliki sebuah pengaruh gravitasional pada orang orang yang bukan penduduk. Selanjutnya dapat diartikan aksesibilitas adalah sebuah fungsi dari jarak antara pusat-pusat populasi, yang membentuk pasar-pasar wisatawan, dan dari transportasi eksternal dan komunikasi-komunikasi, yang memungkinkan sebuah destinasi untuk dijangkau. Sedangkan fasilitas-fasilitas di destinasi mencakup akomodasi, catering, hiburan, dan juga transportasi internal dan komunikasi-komunikasi, yang memungkinkan wisatawan untuk berkeliling selama ia tinggal. Jelas bahwa fasilitas-fasilitas menyumbang banyak pada banyak resor-resor yang terkenal sebagai destinasi yang memungkinkan wisatawan untuk berkeliling selama ia tinggal. Jelas bahwa fasilitas-fasilitas menyumbang banyak pada banyak resor-resor yang terkenal sebagai destinasi.

Poin keempat dapat diartikan sebagai berikut; apa saja ketiga kualitas-kualitas tersebut dan seberapa ukuran yang mereka presentasikan di sebuah tempat tertentu

menentukan bukan saja hanya tingkat kepentingannya tetapi juga tingkat kesuksesan sebuah destinasi wisatawan. Tetapi dengan tujuan untuk memaksimalkan peluang dari pariwisata, sebuah destinasi wisatawan harus juga memiliki sebuah organisasi kepariwisataan dengan tujuan untuk menyediakan kerangka kerja dimana pariwisata dapat beroperasi untuk mengembangkan produk wisata dan untuk mempromosikannya dalam pasar-pasar wisatawan yang sesuai. Sesuai dengan pemikiran tersebut, organisasi membentuk sebuah faktor yang keempat yang menentukan tingkat kepentingan dan kesuksesan dari sebuah destinasi.

### C. Metodologi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Metode Deskriptif. Isaac dan Michael, yang dikutip kembali oleh Jalaludin Rakhmat (2007:19), mengatakan bahwa; “Metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual”.

Berdasarkan pengertian tersebut, metode deskriptif merupakan metode yang menggambarkan/memaparkan suatu fenomena dan masalah yang diteliti secara faktual secara sistematis. Hal tersebut sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu memaparkan pertunjukan bambu petang dalam *event Sundanese Culture Value* kepada wisatawan asing di Saung Angklung Udjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan asing yang mengunjungi Saung Angklung Udjo. Peneliti tidak mengetahui jumlah pasti populasi (*undefined population*), karena penelitian ini bukan mengambil data pada wisatawan yang berkunjung pada waktu sebelumnya, melainkan pada waktu yang akan datang. Sebagai dasar dalam penentuan jumlah populasi, maka peneliti menggunakan data kunjungan wisatawan asing tahun 2014 adalah 20,704 orang.

Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling. Nasution (2011:95) mendefinisikan non-probability sampling sebagai teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini digunakan apabila peneliti tidak mengetahui jumlah pasti populasi yang akan diteliti.

Teknik non-probability sampling yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu metode memilih sampel dari siapa saja yang kebetulan ada, untuk meminta pendapat mereka tentang sesuatu fenomena yang diteliti (Nasution, 2011:98). Teknik ini digunakan mengingat wisatawan yang sangat beragam dan besar jumlahnya, sehingga dengan keterbatasan peneliti ingin mendapatkan data secara mudah, murah dan cepat tetapi sesuai dengan desain dan tujuan penelitian.

Agar sampel (responden) yang dipilih dapat memberikan data sesuai yang dibutuhkan, maka peneliti menentukan karakteristik dari wisatawan asing yang akan menjadi sampel dalam penelitian adalah yang berusia dewasa, yaitu minimal 17 tahun karena usia tersebut umumnya manusia telah memiliki kedewasaan dan kemandirian dalam memberikan opininya.

Dengan demikian, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 101 orang wisatawan asing yang menjadi responden.

#### D. Hasil Penelitian

Berdasarkan pengolahan data dari 101 responden jumlah skor total responden tentang persepsi wisatawan asing mengenai atraksi produk wisata budaya di Saung Angklung Udjo 5294, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor responden termasuk dalam kategori Sangat Baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa persepsi wisatawan asing mengenai atraksi produk wisata budaya di Saung Angklung Udjo dapat dikatakan Sangat Baik.

Pemaparan menurut Soekadijo (1997:61) dalam Anatomi Pariwisata mengenai syarat-syarat yang harus dipenuhi perihal atraksi wisata yang baik :

1. Kegiatan (act) dan obyek (artifact) yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan baik.
2. Karena atraksi wisata itu harus disajikan dihadapan wisatawan, maka cara penyajiannya (presentasinya) harus tepat.
3. Atraksi wisata adalah terminal dari suatu mobilitas spasial, yaitu akomodasi, transportasi dan promosi serta pemasaran.
4. Keadaan di tempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama.
5. Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan atraksi wisata harus diusahakan supaya bertahan selama mungkin.

Saung Angklung Udjo telah berhasil memenuhi perihal syarat tersebut sehingga mendapatkan persepsi yang sangat baik dari wisatawan asing.

Berdasarkan pengolahan data dari 101 responden jumlah skor total responden tentang Indikator Aksesibilitas diperoleh skor sebesar 1214, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor responden termasuk dalam kategori Cukup Baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa Indikator Aksesibilitas dikatakan Cukup Baik.

Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang membantu mempermudah perjalanan wisata para wisatawan yang akan berkunjung ke tempat atraksi wisata. Menurut Sammeng (2000:36) Salah satu komponen yang sangat penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lain. Perpindahan tersebut bisa berjarak dekat ataupun berjarak jauh. Hal ini harus dilakukan perbaikan dan peningkatan akan perihal aksesibilitas kualitas produk wisata yang dimiliki Saung Angklung Udjo.

Berdasarkan pengolahan data dari 101 responden jumlah skor total responden tentang Indikator Fasilitas-fasilitas diperoleh skor sebesar 2984, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor responden termasuk dalam kategori Sangat Baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa Indikator Fasilitas-fasilitas dikatakan Sangat Baik.

Pemaparan Soekadijo (1997:95) mengenai syarat-syarat fasilitas yang baik sebagai berikut: 1. Bentuk dari fasilitas harus dapat dikenal (recognizable). 2. Pemanfaatan fasilitas harus sesuai dengan fungsinya. 3. Fasilitas harus strategis, dimana pengunjung dapat menemukannya dengan mudah. 4. Kualitas dari fasilitas itu sendiri harus sesuai dengan standar-standar yang berlaku dalam kepariwisataan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi wisatawan asing terhadap fasilitas produk wisata yang dimiliki mampu memenuhi syarat-syarat fasilitas yang baik terbukti dengan persepsi wisatawan menyatakan fasilitas produk wisata yang dimiliki Saung Angklung Udjo sangat baik.

Berdasarkan pengolahan data dari 101 responden jumlah skor total responden tentang Indikator Pengelolaan Kepariwisataan diperoleh skor sebesar 3484, dan dalam pengklasifikasian jumlah skor responden termasuk dalam kategori Baik. Berdasarkan pengklasifikasian ini, maka dapat diartikan bahwa Indikator Pengelolaan Kepariwisataan dapat dikatakan Baik.

Destinasi wisata dapat menyebabkan munculnya perasaan wisatawan terhadap kebutuhan yang berkaitan dengan keramahtamahan melalui seseorang atau sesuatu, seperti yang ditulis oleh Robert Christie Mill: "The hospitality of an area is the general feeling of welcome that tourists receive while visiting the area. People do not want to go where they do not feel welcome" (1990:78). Hal tersebut menunjukkan pengelolaan kepariwisataan pihak Saung Angklung Udjo dikategorikan baik. Namun baik saja tidak cukup, harus tetap memiliki strategi untuk membuat wisatawan bertahan dalam produk wisata yang dimiliki Saung Angklung Udjo.

#### **E. Kesimpulan**

Peneliti memperoleh kesimpulan yang berdasarkan pertanyaan penelitian dan data di lapangan yang ada, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data berdasarkan angket yang telah dibagikan dapat disimpulkan bahwa Pertunjukan Bambu Petang dalam event Sundanese Culture Value di Saung Angklung Udjo terhadap atraksi produk wisata yang dimiliki dikategorikan Sangat Baik. Hal ini dapat dilihat dari pengemasan pertunjukan kesenian demonstrasi wayang golek, pengemasan pertunjukan upacara adat tradisional helaran, pengemasan pertunjukan tarian merak, pengemasan pertunjukan kesenian angklung mini, pengemasan pertunjukan kesenian alat musik arumba, pengemasan pertunjukan kesenian dan tarian angklung masal nusantara, pengemasan pertunjukan hiburan bermain angklung bersama, pengemasan pertunjukan kesenian angklung orchestra, pengemasan pertunjukan adat istiadat menari bersama, keunikan arsitektur tempat pertunjukan, keberhasilan menghibur wisatawan dengan bermain angklung dan menari bersama yang dipersepsi sangat baik oleh mayoritas wisatawan asing.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data berdasarkan angket yang telah dibagikan dapat disimpulkan bahwa Pertunjukan Bambu Petang dalam event Sundanese Culture Value di Saung Angklung Udjo terhadap aksesibilitas produk wisata yang dimiliki dikategorikan Sangat Baik. Hal tersebut dapat dilihat dari lokasi pertunjukan yang strategis dari pusat kota, kondisi infrastruktur jalan menuju lokasi, jarak lokasi pertunjukan dari bandara, stasiun, terminal dan transportasi angkutan umum menuju lokasi. Dalam suatu perjalanan wisata, terdapat pula faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu faktor aksesibilitas, yang berarti kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata, sehingga secara umum dapat mempengaruhi budget perjalanan tersebut.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data berdasarkan angket yang telah dibagikan dapat disimpulkan bahwa Pertunjukan Bambu Petang dalam event Sundanese Culture Value di Saung Angklung Udjo terhadap fasilitas produk wisata yang dimiliki dikategorikan Sangat Baik. Hal ini dapat dilihat dari kenyamanan tempat duduk menonton pertunjukan bambu petang di pendopo Saung Angklung Udjo, kelengkapan oleh-oleh khas Jawa Barat di souvenir shop, kebersihan toilet yang tersedia, jumlah toilet yang tersedia, kenyamanan untuk relaksasi di garden area, kelengkapan makanan dan minuman yang disajikan di kantin area, kondisi tempat parkir yang memadai. Fasilitas wisata ialah pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata. Fasilitas wisata dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Karena itu selain daya tarik wisata, kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan

membutuhkan adanya fasilitas wisata yang menunjang kegiatan wisata tersebut. Sehingga pada akhirnya setiap komponen saling berkaitan dalam rangkaian wisata perjalanan mulai dari daya tarik wisata, kegiatan wisata, sampai dengan fasilitas wisata merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

4. Berdasarkan hasil pengolahan data berdasarkan angket yang telah dibagikan dapat disimpulkan bahwa Pertunjukan Bambu Petang dalam event Sundanese Culture Value di Saung Angklung Udjo terhadap pengelolaan kepariwisataan produk wisata yang dimiliki dikategorikan Baik. Hal tersebut dilihat dari kebersihan tempat menonton pertunjukan bambu petang, keamanan menyimpan barang di tempat menonton pertunjukan bambu petang, pelayanan staff guest relation officer dalam melayani wisatawan membeli tiket, harga tiket menonton pertunjukan bambu petang, pakaian yang digunakan staff guest relation officer mencirikan pakaian tradisional Jawa Barat, kejelasan informasi pertunjukan bambu petang yang diberikan oleh staff guest relation officer, keramahan staff souvenir shop dalam melayani, pemberian souvenir sebagai pengganti tiket masuk berupa kalung angklung, keramahan staff sekuriti di tempat parkir. Pengelolaan kepariwisataan haruslah pengelolaan yang berkelanjutan untuk menjadikan pariwisata tersebut sebagai daya tarik bagi wisatawan. Pengelolaan yang dapat memenuhi kebutuhan dan aspirasi manusia saat ini, tanpa mengorbankan potensi pemenuhan kebutuhan dan aspirasi manusia di masa mendatang.

### **Daftar Pustaka**

- Burkart, A. J. 1976. *Tourism: Past, Present & Future*. New York: International Pubns. Service.
- Mill, R.C dan Morisson, A. M. 1990. *The Tourism System: An Introduction Text*. Englewood Cliffs. Printice-Hall. Inc.
- Nasution. 2011. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Rakhmat, Jalaludin, Drs,M. Sc. 1991. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Soekadijo, R.G, 1996. *Anatomi Pariwisata*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.