

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Saung Angklung Udjo merupakan destinasi budaya, edukasi serta destinasi pelestarian alat musik angklung. Di Provinsi Jawa Barat khususnya Kota Bandung destinasi ini menjadi salah satu wisata unggulan, dengan keunikan serta ciri khas yang membuat destinasi ini beda dengan destinasi yang lain. Angklung pun sudah diakui langsung oleh UNESCO sebagai warisan budaya yang berasal dari Indonesia, juga destinasi ini selalu membuahkan hasil prestasi hingga ke mancanegara. Potensi yang dimiliki Saung Angklung Udjo sangat besar, dengan daya tarik yang dimiliki yakni angklung sendiri, selain itu destinasi menyajikan suatu pertunjukan seni yang spesial berisikan budaya sunda, tari-tarian nasional, pertunjukan angklung, bernyanyi alunan lagu khas sunda/ lagu barat, hingga wisatawan ikut berpartisipasi dalam pertunjukan yakni menari dan bermain angklung bersama.

Pandemi covid-19 yang belum juga usai membuat pihak pengelola Saung Angklung Udjo untuk terus berupaya membuat strategi pengelolaan yang lebih maksimal ditengah keterbatasan yang ada, salah satunya mempromosikan melalui jejaring sosial media milik Saung Angklung Udjo agar meningkatkan minat wisatawan untuk berwisata ke destinasi ini. Selalu mengoptimalkan berbagai cara dengan membuat video atau foto yang cocok untuk sosial marketingnya, juga pada masa pandemi Saung Angklung Udjo

aktif dalam menggelar virtual *event*, virtual *performance* dan workshop secara virtual/ tidak langsung hanya melalui jejaring sosial.

Hal yang bisa diupayakan pada saat ini adalah dengan berbagai strategi yang harus dilakukan. Setelah penulis meneliti Saung Angklung Udjo kemudian menganalisis suatu destinasi, dengan mengambil sampel ke beberapa masyarakat, pihak pengelola, pihak pemerintah serta wisatawan. Lalu membuat matrik SWOT, maka dapat disimpulkan dengan beberapa strategi yakni dengan promosi yang lebih meluas seperti membuat konten lebih menarik tanpa menghapus nilai budaya sunda diplatform media sosial tiktok, instagram *reels* dan youtube, serta mengundang orang yang sudah terkenal untuk ikut serta mempromosikannya melalui media sosial masing-masing, hingga ada beberapa hal yang harus ditambahkan agar destinasi ini lebih menarik dan kualitas pelayanan lebih optimal.

B. Saran

Adapun saran yang diberikan dari penulis untuk lebih memotivasi dan meningkatkan kunjungan wisatawan ditengah pandemi covid-19, dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Mengoptimalkan upaya promosi secara lebih menarik dan meluas, dengan memperluas konsep konten juga konsisten, yang dibuat dijejaring media sosial Saung Angklung Udjo, seperti halnya platform yang sedang ramai yakni Tiktok dan Instagram *reels*. Serta mempromosikan melalui strategi analisi SWOT yang sudah dijabarkan diatas.
2. Meningkatkan kualitas pariwisata yang sudah berjalan di Saung Angklung Udjo

3. Menambahkan beberapa aspek fasilitas dan kebersihan agar menimbulkan rasa nyaman wisatawan.
4. Meningkatkan keamanan yang ada di Saung Angklung Udjo agar menimbulkan rasa aman wisatawan.
5. Lebih sering membuat kolaborasi dengan pihak-pihak organisasi pariwisata, agar hubungan terus terjalin baik dan membuat dampak yang bagus hingga berkelanjutan.
6. Meningkatkan pengembangan kreativitas seni tradisi angklung untuk terus memajukan destinasi hingga berdampak pada kesejahteraan serta membawa angklung ke level dunia.