

PERAN GENERASI Z DALAM MELESTARIKAN OGOH-OGOHO MELALUI MEDIA SOSIAL

Ni Kadek Chintya Indrasari
Universitas Mahasaraswati Denpasar

ABSTRAK

Tulisan ini berusaha menjelaskan tentang ogoh-ogoh yang kini telah menjadi budaya masyarakat Bali juga telah menjadi peluang bisnis yang menggiurkan khususnya pada hari menjelang perayaan hari raya Nyepi. Memahami pendapat Keesing tentang kebudayaan sebagai totalitas pengetahuan manusia, pengalaman yang terakumulasi dan ditransmisikan secara sosial (Maran, 2007), dapat dipahami bahwa ogoh-ogoh tercipta dari adanya kreatifitas manusia yang memanfaatkan pengetahuan dan estetika yang dimilikinya. Ogoh-ogoh meski bukan merupakan sebuah hal yang patut dan atau harus ada pada perayaan hari raya Nyepi yang terkait dengan ritual agama Hindu, namun keberadaanya hingga saat ini tetap dipertahankan karena merupakan sebuah budaya yang diciptakan oleh masyarakat Bali yang telah mampu memberi manfaat ekonomi bagi siapapun yang terlibat di dalamnya. Bagaimana juga peran Gen Z yang telah melekat teknologi dalam melestarikan kebudayaan ogoh-ogoh ini.

Kata Kunci: Gen Z, Budaya, Media Sosial

ABSTRACT

This article attempts to explain about ogoh-ogoh, which has now become the culture of the Balinese people, and has become a lucrative business opportunity, especially on the days leading up to Nyepi. Understanding Keesing's opinion about culture as the totality of human knowledge, experiences that are accumulated and transmitted socially (Maran, 2007), it can be understood that ogoh-ogoh are created from human creativity that utilizes the knowledge and aesthetics they possess. Ogoh-ogoh, although it is not an appropriate thing and or must be present at the celebration of Nyepi day which is related to Hindu religious rituals, its existence is still maintained today because it is a culture created by the Balinese people that has been able to provide economic benefits for anyone. involved in it. What about the role of Gen Z who are technologically literate in preserving this ogoh-ogoh culture.

Keywords: Gen Z, Culture, Social Media

Pendahuluan

Era globalisasi menjadi tantangan besar bagi setiap bangsa. Pada era ini, batas atau koridor antarnegara seolah tidak terlihat lagi (Widiyono, 2019). Tantangan ini juga akan lebih besar lagi bagi negara-negara yang tidak dapat berdaya saing di kancah internasional, di mana negara tersebut hanya menikmati budaya luar tanpa dapat mengenalkan budaya bangsanya sendiri pada masyarakat lokal dan masyarakat asing. Era globalisasi sendiri sebetulnya mulai berkembang seiring perkembangan teknologi dan informasi yang begitu pesat. Atau dengan kata lain, pertumbuhan teknologi merupakan penggerak terbesar adanya globalisasi. Kemajuan bidang teknologi kemudian memberi pengaruh kuat terhadap bidang-bidang kehidupan lainnya, seperti bidang ekonomi, sosial, budaya, politik, dan lain-lain. Contoh konkretnya adalah ketika internet hadir, orang dari berbagai negara mampu mengetahui berita di negara lainnya dengan waktu yang sangat cepat (Agustin, 2011).

Globalisasi tidak dapat dipungkiri memang dapat memberi dampak positif. Akan tetapi, globalisasi juga dapat memberi pengaruh negatif yang tidak sedikit kepada generasi Z di masa kini, terutama dalam aspek nasionalisme dan rasa cinta pada tanah air. Hal ini ditunjukkan dengan sikap Gen Z yang cenderung apatis, lebih menyukai

budaya asing ketimbang budaya bangsa sendiri, menggeser nilai-nilai ketimuran menjadi kebarat-baratan, dan lain-lain.

Melestarikan warisan budaya telah menjadi tugas anak cucu yang diwarisinya. Banyak cara telah dilakukan untuk melestarikan warisan itu agar tidak hilang tergilas kemajuan jaman dan tergulung modernisasi. Pemahaman informasi (literasi informasi) akan warisan budaya pun juga harus dilakukan dan diperkuat agar upaya yang telah dilakukan sebelumnya berhasil dan menemui sasaran. Ogoh-ogoh yang dikenal sebagai kebudayaan yang dimiliki oleh Provinsi Bali ini wajib dilestarikan agar anak atau cucu kita mendatang tetap dapat menikmati keunikan ogoh-ogoh ini. Berbagai macam bentuk daya dan upaya telah dilakukan oleh seluruh elemen masyarakat dan pemangku kebijakan yang ada di Bali dalam pelestarian dan pemahaman informasi mengenai warisan budaya tersebut.

Indonesia menjadi salah satu Negara yang memiliki ratusan budaya yang masih terjaga dan bisa kita nikmati hingga saat ini. Hampir seluruh budaya tersebut memiliki karakteristik menyesuaikan daerah asalnya. Hal itu lah yang menjadikan Indonesia memiliki daya tarik lebih jika dibandingkan Negara lain. Keanekaragaman seni dan budaya inilah yang membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang kaya akan kebudayaan, berbekal keunikan dan kekayaan budaya itulah Indonesia berhasil menarik minat masyarakat dunia untuk mengenalnya bahkan mempelajarinya lebih dalam lagi (Safira dalam Handayani,2016). Namun tantangan yang nyata dan harus dihadapi oleh semua elemen masyarakat perihal itu adalah pelestariannya. Pelestarian budaya menjadi tugas dan kewajiban seluruh elemen masyarakat untuk terus menjaga supaya budaya tersebut tidak hilang termakan perubahan zaman. Kemajuan teknologi dan semakin pragmatisnya masyarakat menjadikan agenda ini sangat perlu untuk dilakukan demi terjaganya warisan budaya. Tidak mudah memang untuk melakukannya, butuh kesabaran, ketenangan dan komitmen tinggi dalam menjalankannya. Hal ini juga dirasakan oleh masyarakat Bali yang notabene menyandang predikat sebagai Provinsi yang memiliki banyak keunikan kebudayaan termasuk ogoh-ogoh tentunya.

Metode

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2003), penelitian kualitatif adalah sebuah proses mendalam dengan mengacu pada tradisi-tradisi metodologi untuk mengeksplorasi permasalahan manusia. Peneliti membangun interaksi kompleks, gambaran realitas keseluruhan, analisis isi, laporan dari informan, dan seluruh data yang didapat di lapangan. Creswell mengatakan pendekatan kualitatif adalah pendekatan untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif-konstruktif (misalnya, makna-makna yang bersumber dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial dan sejarah, dengan tujuan untuk membangun teori atau pola pengetahuan tertentu), atau berdasarkan perspektif partisipatori. dan sulit untuk di olah. Penelitian studi kasus adalah penelitian empiris. Dugaan peneliti melalui pengamatan di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengamati penggunaan media sosial oleh komunitas yang dibangun oleh remaja sebagai sarana melestarikan budaya lokal. Dalam menguraikan analisis, peneliti menggunakan metode studi kasus. Studi kasus adalah penelitian empiris yang menggunakan banyak sumber untuk melakukan investigasi terhadap sebuah fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, di mana antara batas fenomena dan konteksnya tidak nyata. Studi kasus sering kali menyita banyak waktu dan menghasilkan data yang sangat banyak.

Metode penelitian studi kasus bertujuan untuk memahami obyek yang ditelitinya. Meskipun demikian, berbeda dengan penelitian yang lain, penelitian studi kasus bertujuan secara khusus menjelaskan dan memahami obyek yang ditelitinya secara khusus sebagai suatu 'kasus'. Berkaitan dengan hal tersebut, Yin (2003, 2009) menyatakan bahwa tujuan penggunaan penelitian studi kasus adalah tidak sekedar untuk menjelaskan seperti apa obyek yang diteliti, tetapi untuk menjelaskan bagaimana keberadaan dan mengapa kasus tersebut dapat terjadi. Sementara itu, Stake (2005) menyatakan bahwa penelitian studi kasus bertujuan untuk mengungkapkan kekhasan atau keunikan karakteristik yang terdapat di dalam kasus yang diteliti. Kasus itu sendiri merupakan penyebab dilakukannya penelitian studi kasus, oleh karena itu, tujuan dan fokus utama dari penelitian studi kasus adalah pada kasus yang menjadi obyek penelitian. Untuk itu, segala sesuatu yang berkaitan dengan kasus, seperti sifat alamiah

kasus, kegiatan, fungsi, kesejarahan, kondisi lingkungan fisik kasus, dan berbagai hal lain yang berkaitan dan mempengaruhi kasus harus diteliti, agar tujuan untuk menjelaskan dan memahami keberadaan kasus tersebut dapat tercapai secara menyeluruh dan komprehensif.

Hasil dan Pembahasan

A. Gen Z

Generasi Z merupakan generasi yang paling muda yang baru memasuki angkatan kerja, lahir di antara tahun 1995-2010. Generasi ini biasanya disebut dengan generasi internet atau I-generation. Generasi Z lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya. Sejak kecil, generasi ini sudah banyak dikenalkan oleh teknologi dan sangat akrab dengan smartphone dan termasuk ke dalam kategori generasi yang kreatif. Umur manusia dapat dibagi menjadi beberapa rentang atau kelompok yang mana masing-masing kelompok menggambarkan tahap pertumbuhan manusia tersebut. Salah satu pembagian kelompok umur atau kategori umur remaja dibagi dalam dua kelompok remaja yakni masa remaja awal pada umur 12-16 tahun dan masa remaja akhir pada umur 17-25 tahun. Masa remaja merupakan periode terjadinya pertumbuhan dan perkembangan yang pesat baik dari segi fisik, psikologis maupun intelektual. Remaja memiliki sifat yang khas, yakni memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, menyukai petualangan dan tantangan serta berani menanggung segala macam risiko atas perbuatan yang dibuatnya tanpa berpikir panjang. Apabila keputusan yang diambil tidak tepat, mereka akan terjerumus ke dalam perilaku berisiko. Remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa, masa ini merupakan masa yang amat baik untuk mengembangkan segala potensi yang positif yang dimiliki. Remaja dihadapkan dengan masa sulit dalam perkembangan baik secara mental, sosial dan kultural. Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2010 memaparkan data mengenai pernikahan dini dan eksperimentasi seksual pada usia dini.

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, salah satunya ialah smartphone memiliki pengaruh pada perilaku seksual. Hal tersebut senada

dengan penjelasan dari Sarwono (2011:188) “kecendrungan pelanggaran makin meningkat oleh karena adanya penyebaran informasi dan rangsangan seksual melalui media massa yang dengan adanya teknologi canggih”. Menurut Sarwono (2008), kecenderungan pelanggaran seksual yang dilakukan remaja semakin meningkat karena adanya penyebaran informasi dan rangsangan seksual melalui media massa yang dengan adanya teknologi canggih (video cassette, foto copy, satelit, VCD, telepon genggam, internet dan lain-lain) menjadi tidak terbendung lagi. Adapun Santrock (2003), menyatakan bahwa remaja yang terpapar media pornografi secara terus menerus semakin besar hasrat seksualnya. Remaja menerima pesan seksual dari media pornografi secara konsisten berupa kissing, petting, bahkan hubungan seksual pra-nikah, tapi jarang dijelaskan akibat dari perilaku seksual yang disajikan seperti hamil di luar nikah atau kehamilan yang tidak diinginkan.

B. Media Sosial

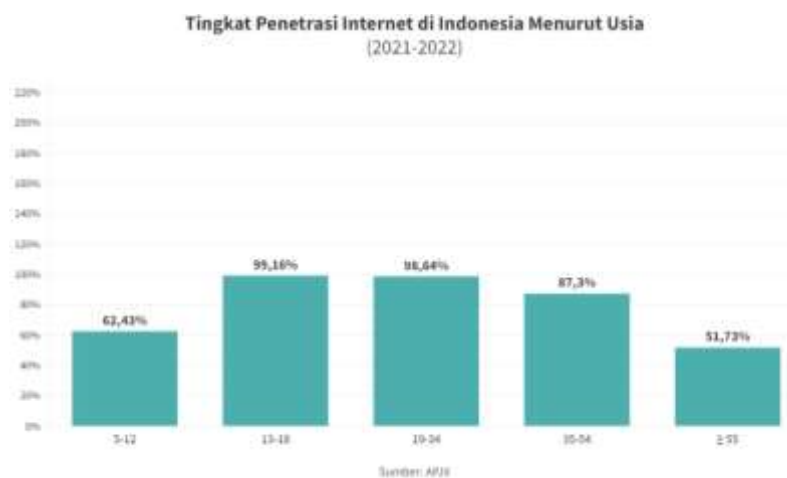
Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan duniavirtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, Instagram, Tiktok, dan Youtube. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan

internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberikan komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Sosial media mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ketahun, Jika pada tahun 2002 Friendster merajai sosial media karena hanya Friendster yang mendominasi sosial media di era tersebut, kini telah banyak bermunculan sosial media dengan keunikan dan karakteristik masing-masing. Sejarah sosial media diawali pada era 70-an, yaitu ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem. Pada tahun 1995 lahirlah situs GeoCities, GeoCities melayani webhosting (layanan penyewaan penyimpanan data-data website agar website dapat diakses darimanapun). GeoCities merupakan tonggak awal berdirinya website-website. Pada tahun 1997 sampai tahun 1999 munculah sosial media pertama yaitu Sixdegree.com dan Classmates.com. Tak hanya itu, di tahun tersebut muncul juga situs untuk membuat blog pribadi membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun. Pada tahun 2002, Friendster menjadi sosial media yang sangat booming dan kehadirannya sempat menjadi fenomenal. Setelah itu, pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai karakter dan kelebihan masing-masing seperti LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, Wiser, Google, Tiktok, Instagram dan Youtube. Sosial media juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital marketing seperti sosial media maintenance, sosial media endorsment dan sosial media activation. Oleh karena itu, Sosial media kini menjadi salah satu service yang ditawarkan oleh Digital Agency.

Dengan pemanfaatan sosial media yang semakin berkembang ini, hal ini lah yang memunculkan sebuah gagasan untuk memanfaatkan juga kecanggihan teknologi ini dalam pelestarian budaya. Seperti halnya budaya dan tradisi ogoh-

ogoh ini, bagaimana cara masyarakat luar Provinsi Bali bahkan luar negeri juga mengetahui keunikan dari budaya atau tradisi yang dimiliki oleh Indonesia ini. Untuk itu penting masyarakat Indonesia yang telah dikatakan melek teknologi ini untuk memanfaatkan kecanggihan yang ada untuk ikut melestarikan budaya ini. Ogoh-Ogoh menjadi bagian dari ritual masyarakat Hindu jelang perayaan Nyepi. Menurut situs Pemerintah Kabupaten Buleleng, ogoh-ogoh berasal dari kata ogoh-ogoh yang merupakan bahasa Bali dengan makna sesuatu yang digoyang-goyangkan.



C. Budaya Ogoh-ogoh

Ogoh-ogoh adalah karya seni patung yang diarak dalam sebuah pawai menuju perayaan Hari Raya Nyepi. Ogoh-ogoh menggambarkan sebuah tokoh Hindu yang bernama Bhuta Kala Ogoh-ogoh yang berukuran besar menyerupai patung raksasa, dibawa oleh sekelompok masyarakat mengelilingi desa pada saat menjelang malam sebelum Hari Raya Nyepi. Ogoh-Ogoh menjadi bagian dari ritual masyarakat Hindu jelang perayaan Nyepi.

Menurut situs Pemerintah Kabupaten Buleleng, ogoh-ogoh berasal dari kata ogah-ogah yang merupakan bahasa Bali dengan makna sesuatu yang digoyang-goyangkan. Pada tahun 1983, wujud Bhuta Kala mulai dibuat berkaitan dengan ritual Nyepi di Bali. Presiden juga menyatakan Nyepi sebagai hari libur nasional.

Semenjak saat itu, masyarakat di beberapa tempat di Denpasar mulai membuat perwujudan onggokan yang disebut ogoh-ogoh. Budaya baru ini juga semakin meluas saat ogoh-ogoh diikutkan dalam Pesta Kesenian Bali ke XII. Ogoh-ogoh dalam kebudayaan Bali menggambarkan kepribadian Bhuta Kala. Dalam ajaran Hindu Dharma, Bhuta Kala merupakan kekuatan (Bhu) alam semesta dan waktu (Kala) yang tak terukur dan tak terbantahkan. Dalam perwujudan ogoh-ogoh, Bhuta Kala digambarkan sebagai sosok yang besar, menakutkan, dan berwujud raksasa. Ogoh-ogoh juga sering digambarkan seperti wujud makhluk-makhluk yang hidup di Mayapada, Syurga dan Naraka, seperti: naga, gajah, dan widyadari. Bahkan, ogoh-ogoh ada yang dibuat menyerupai orang-orang terkenal, seperti para pemimpin dunia, artis, atau tokoh agama. Ogoh-ogoh sebenarnya tidak memiliki hubungan langsung dengan acara Hari Raya Nyepi. Namun, benda itu tetap boleh dibuat sebagai pelengkap kemeriahan upacara. Terkadang, ogoh-ogoh dijadikan satu dengan acara masyarakat mengelilingi desa (acara ngerupuk) dengan membawa obor.

Biasanya, ogoh-ogoh diarak setelah upacara pokok selesai dengan diiringi irama gamelan khas Bali yaitu bleganjur patung. Berikut rangkaian acara pawai dengan ogoh-ogoh. Sebelum acara dimulai, para peserta upacara biasanya melakukan minum-minuman keras tradisional (arak). Pada umumnya, ogoh-ogoh diarak menuju sema (tempat persemayaman umat Hindu sebelum dibakar dan pada saat pembakaran mayat), kemudian ogoh-ogoh yang sudah diarak mengelilingi desa tersebut dibakar.

D. Cara Melestarikan Kebudayaan Melalui Sosial Media

Indonesia merupakan negara yang memiliki kebudayaan sangat beraneka ragam, dilihat dari bentuk negara ini yang berbentuk kepulauan. Dimana Indonesia memiliki banyak sekali pulau, budaya, tradisi dan suku bangsa. Hal ini lah yang menyebabkan Indonesia memiliki banyak sekali budaya dan tradisi. Pada Pulau Bali sendiripun, banyak sekali budaya dan tradisi, seperti Tari Kecak sendiri contohnya. Untuk menikmati Tari Kecak sendirim banyak tempat yang dapat

dikunjungi oleh wisatawan. Misalnya pada Pantai Uluwatu, di tempat ini wisatawan dapat menikmati Tari Kecak dan Api yang dikemas dengan unik sehingga menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan menonton pementasan Tari Kecak ini. Setelah virus corona mereda, kini wisatawan luar maupun lokal kini telah kembali datang untuk menikmati keindahan alam dan keunikan kebudayaan yang ada di Bali. Dengan kembalinya fenomena ini, hal ini dapat mengangkat kebudayaan yang hampir tenggelam ini kembali naik dan semakin dikenal dengan masyarakat luas. Kini banyak masyarakat menonton pementasan Tari Kecak, bukan hanya menonton saja. Banyak anak muda yang memiliki sosial media kini mengabadikannya dengan video atau foto lalu membagikannya ke media sosialnya dan dilihat oleh banyak orang. Dengan hal ini, kebudayaan Indonesia semakin dilihat juga.

Banyak content kreator muda yang membuat video kreatif yang bisa menghasilkan video yang menarik sehingga menarik masyarakat juga ikut menonton kebudayaan tersebut. Seperti pada aplikasi tiktok sendiri, banyak sekali konten kreator yang memberikan informasi mengenai sejarah tarian kecak, bagaimana cara mengakses tempat tersebut, dan juga informasi mengenai harga tiket. Dengan informasi yang cukup dan dibagikan oleh konten kreator tersebut, hal ini akan memudahkan masyarakat lain untuk mengunjungi destinasi ini.

Kesimpulan

Media sosial merupakan hal yang penting untuk dimiliki, karena media sosial sendiri memiliki keunggulan untuk dipergunakan oleh masyarakat dalam upaya pelestarian budaya, menginformasikan budaya lokal dan menarik minat khalayak untuk ikut serta melestarikan budaya lokal. Potensi ini dapat tergali apabila dikelola secara baik dan teratur oleh konten kreator muda yang menggunakan media sosial untuk melestarikan budaya tersebut.

Dengan kemudahan hal ini, dari generasi milenial yang belum atau kurang mengetahui tentang kebudayaan, kini menjadi mengetahui lebih tentang kebudayaan. Karena menjadi seorang konten kreator juga harus mempelajari sebelumnya mengenai

destinasi wisata yang akan di bagikan, dan secara tidak langsung hal ini akan menambah wawasan bahkan kecintaannya terhadap kebudayaan tersebut. Tidak selamanya hal yang berhubungan dengan kebudayaan adalah hal yang bersifat tabu dan tidak pantas untuk dibagikan di social media. Tapi dengan keunikan yang dimiliki oleh Indonesia sendiri, seharusnya dari masyarakat Indonesia sendiri akan meningkatkan kecintaan kepada budayanya sendiri.

Ucapan Terimakasih

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-nya, kami dapat menyelesaikan artikel ilmiah ini. Penulisan karya ilmiah ini dilakukan dalam rangka partisipasi dalam pembuatan artikel untuk PEKAN ILMIAH PELAJAR X TAHUN 2023.

Kami menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, cukup sulit bagi kami untuk menyelesaikan artikel ilmiah ini. Oleh sebab itu kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Putu Kepramareni, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar.
2. Ni Putu Yuria Mendra, SE., M. Si., Ak. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan serta masukan kepada penulis.
3. Kakak Pembina UKM KIM Universitas Mahasaraswati Denpasar yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis.
4. Orang tua serta keluarga dirumah yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis dan pihak-pihak yang sudah membantu dan menjadi sumber informasi selama pengerjaan artikel ilmiah ini sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ilmiah ini.

Penulis menyadari dalam penulisan artikel ilmiah ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan karya tulis ilmiah

ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga artikel ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membutuhkan.

Daftar Pustaka

- A Hani, U., Azadina, I., Sianipar, CPM., Setyagung, E.H., Ishii, T. 2012. Preserving Cultural Heritage through Creative Industry: A Lesson from Saung Angklung Udjo. *Procedia Economics and Finance* 4(2012)
- Belshek, Jalal Ali. 2006. *The Influence of Culture on The Negotiation Styles of British Students*.
- Ekwelem, V.O., Okafor, V.N., and Ukwoma, S.C. 2011. *Preservation of Cultural Heritage: The Strategic Role of the Library and Information Science Professionals in South East Nigeria*. Univerity of Nigeria Nsukka
- Jokilehto, J. 2005. *Definition of Cultural Heritage, References to Documents in History*. ICCROM Working Group „Heritage and Society“. Pambudi, Joko. 22 Oktober 2018. Saung Angklung Udjo: Selamatkan Warisan Udjo Ngalagena.
- Ritchie and Zins. 1989. *Tourism in Contemporary Society, An Introductory Text*. Chapter 19: Social and Cultural Impacts. Page 221. London: Pearson Sumardjo,
- Jakob. 2010 *Tekad Ucap Lampah Udjo Ngalagena. (Sebuah Tafsir Budaya) Saung Angklung Udjo*, November Syafii, Sulhan. 2009. *Udjo (Diplomasi Angklung)*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Syarifuddin, Didin. 2016. *Nilai Wisata Budaya Seni Pertunjukkan Saung Angklung Udjo Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia*. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure* 13(2), (Oktober).
- Alo, Liliweri. (2003). *Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alwi, Hasan. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Balai Pustaka.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT.

Remaja Rosdakarya.

Griffin, E.M. (2003). *A First Look at Communication Theory*. London: McGraw-Hill
Companies