

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Hiburan malam adalah salah satu usaha yang telah menjadi daya tarik istimewa bagi para pengunjung dalam mengisi liburan di kota besar. Dalam pasal 3 ayat 2 Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata menjelaskan mengenai usaha penyelenggaraan hiburan dan rekreasi, dan salah satu jenisnya adalah hiburan malam (Permenpar No.18, 2016). Hiburan malam beberapa aktivitasnya yaitu seperti mendengarkan musik, menikmati minuman dan bersantai di cafe, bar atau klub malam.

Tempat hiburan malam tersebar di kota-kota besar, sehingga menjadi sebuah *trend* aktivitas yang tidak lepas dari gaya hidup masyarakat di kota besar. Tempat hiburan malam merupakan tempat hiburan yang menawarkan hiburan dengan gaya hidup budaya barat yang dibuka pada larut malam. Dulunya tempat hiburan malam seperti klub malam hanya dinikmati oleh orang dewasa saja. Bahkan pada akhir tahun 1990-an tempat hiburan malam hanya dikunjungi kalangan tertentu saja. Baru pada awal 2000-an tempat hiburan malam seperti klub malam mulai dinikmati oleh kalangan yang lebih luas di Indonesia (Senduk, 2016). Seiring perkembangan waktu tempat hiburan malam menjadi tempat yang dapat dikunjungi oleh semua kalangan yang ingin menikmatinya.

Pengunjung klub malam berasal dari berbagai kalangan, dari orang yang sudah bekerja, berstatus mahasiswa, ataupun seseorang yang baru lulus Sekolah Menengah Atas, dengan syarat sudah memiliki kartu identitas penduduk. Gea (2013) mengungkapkan bahwa motivasi pengunjung memilih gaya hidup dunia gemerlap dengan berkunjung ke klub malam atau *clubbing* dikarenakan oleh beberapa faktor motivasi. Ada yang awalnya hanya penasaran saja ingin mencoba dan mengeksplorasi jenis hiburan dan aktivitas yang ditawarkan di sana, dan ada juga yang disebabkan oleh ajakan teman. Bahkan, ada juga dari mereka yang mengikuti aktifitas hiburan malam dikarenakan faktor prestise, gengsi dan ingin disebut “gaul” dan dianggap memiliki identitas sebagai seseorang yang modern dan

tidak ketinggalan zaman. Keberadaan fasilitas hiburan malam juga dianggap sebagai salah satu opsi pilihan aktivitas rekreasi untuk menghilangkan kepenatan.

Selain didorong oleh motivasi, keikutsertaan seseorang dalam dunia *clubbing* juga dipengaruhi oleh modal dan selera yang mereka miliki (Agusman, 2018). Sesuai dengan gagasan Agusman (2018), diyakini bahwa modal atau keadaan ekonomi suatu individu dapat mempengaruhi motivasi kunjungan dan pilihan aktivitas bagi pengunjung klub malam. Aktivitas *clubbing* beserta gaya hidup yang menyertainya sangat jelas membutuhkan dana ekstra, mulai dari pemilihan pakaian yang bermerk, properti klub malamnya itu sendiri, kendaraan yang digunakan, hingga perangkat *clubbing*-nya itu sendiri (Perdana, 2004). Dalam motivasi berkunjung ke klub malam, menurut Tjahjanto (2009) terdapat berbagai motivasi intrinsik dan ekstrinsik yang menjadi pendorong untuk pengunjung mendatangi tempat tersebut. Salah satu motivasi intrinsik berkunjung ke klub malam dilakukan untuk mencari kesenangan dan melepaskan diri dari rasa penat akan rutinitas harian yang dijalaninya. Sedangkan motivasi ekstrinsik berkunjung ke klub malam yaitu diakibatkan dari pengaruh dan ajakan orang lain.

Selain kedua motivasi yang disebutkan sebelumnya, motivasi mengunjungi klub malam adalah keinginan untuk melakukan kontak sosial bertatap muka dengan orang-orang yang memiliki frekuensi yang sama. Kontak sosial ini dapat terjalin antara pengunjung dan tuan rumah serta pengunjung dan pengunjung lainnya, kontak sosial ini sangat penting dalam memelihara kualitas interaksi tuan rumah dengan tamunya (Fan et al, 2017). Konsep kontak sosial pada awalnya digambarkan sebagai interaksi tatap muka di antara individu yang berbeda (Lee, 2014). Kontak sosial dalam klub malam diidentifikasi memiliki empat kelompok pihak yang terlibat. Choo dan Petrick (2014) mengidentifikasi empat pihak yang terlibat dalam interaksi di klub malam yaitu: penghuni, pelanggan lain, penyedia layanan, dan juga pendamping.

Berbeda dengan Choo & Petrick, Pearce (2005) membagi kontak sosial di klub malam berdasarkan interaksi resiprokal, yaitu pengunjung dengan masyarakat lokal, penyedia layanan dengan pengunjung, dan pengunjung dengan pengunjung.

Perbedaan kontak sosial ini berimplikasi pada klasifikasi atau tipologi masing-masing pengunjung dalam melakukan aktivitas rekreasi pilihannya di klub malam.

Menurut Fan, Buhalis dan Lin (2019) ada banyak penelitian yang mengeksplorasi tipologi wisata (seperti Cohen, 1972, 1979b, Pearce dan Lee, 2005; Smith, 1989). Namun, beberapa penelitian meneliti banyaknya pola perilaku dari kontak sosial dan menghubungkannya dengan tujuan dari pengunjung. Selain itu, upaya secara terbatas telah dilakukan untuk mempertimbangkan kontak sosial *online* bersama dengan kontak sosial tatap muka dalam studi tipologi wisata. Kurangnya pengelompokan yang mutakhir dan akurat mengenai kontak sosial juga menimbulkan kesulitan bagi peneliti untuk menarik strategi pemasaran yang efektif untuk segmen yang beragam salah satunya untuk klub malam, oleh karena itu diperlukan penelitian lebih spesifik terhadap teori yang ada dan pola sosial yang muncul dari pengunjung.

Menurut penelitian Locker dan Ryan (2007) ada contoh kasus dari dua kelompok yang terbentuk ketika seseorang mengunjungi seorang teman dan seseorang mengunjungi seorang kerabat. Meskipun perbedaannya kecil, kunjungan seseorang tersebut menunjukkan bahwa apabila teman yang berkunjung, akan lebih cenderung untuk mengunjungi bar, klub malam, dan kasino dan apabila kerabat yang berkunjung, mereka akan lebih cenderung mengunjungi taman atau kebun. Pola spesifik muncul terlihat ketika berkaitan dengan daya tarik, usia, alasan berkunjung. Maka dari itu kontak sosial dapat menarik untuk menjadi penentu untuk tipologi.

Tipologi sendiri adalah ilmu mengenai tipe atau pola sifat suatu individu dalam suatu kelompok (Allport, 1967). Tipologi digunakan sebagai sarana klasifikasi karakteristik pribadi atau kelompok yang berguna untuk tujuan analisis data. Murphy (1985) memandang bahwa tipologi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu tipologi berdasarkan tipe interaksi (*interactional type*) dan tipologi berdasarkan model kognitif-normatif (*cognitive-normative models*). Pada tipologi berdasarkan interaksi, penekanannya kekhasan kelompok dilihat dari sifat-sifat interaksi antara pengunjung dengan masyarakat lokal. Sedangkan dalam tipologi

berbasis kognitif-normatif, pengkalsifikasian lebih ditekankan pada motivasi yang melatarbelakangi dilakukannya aktivitas wisata atau rekreasi tersebut.

Bandung adalah kota yang menyenangkan untuk rekreasi, terutama untuk warga Jakarta. Jarak yang tidak terlalu jauh juga menjadi faktor pendorong Bandung dipilih sebagai kota favorit para warga Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa Bandung memiliki potensi yang besar untuk pengembangan produk wisatanya. Untuk mendukung hal itu, maka perlu adanya variasi objek wisata. Kebutuhan untuk mengembangkan fasilitas rekreasi yang baru juga disebutkan dalam Rencana Induk Pariwisata yang mana bertujuan untuk mewujudkan potensi tersebut. Itulah sebabnya mengapa Bandung mengembangkan atraksi buatan salah satunya hiburan malam (Wardhani, 2012). Kota Bandung adalah Ibu Kota Provinsi Jawa Barat, dimana perekonomian Jawa Barat berpusat. Sebagai ibu kota provinsi, Kota Bandung yang memang merupakan salah satu kota besar, memiliki beragam klub malam yang menawarkan hiburan yang bervariasi. Selain keindahan alam dan suasana yang selalu dirindukan, Bandung juga memiliki beragam objek wisata, termasuk tempat klub malam terpopuler dan memukau (Naufal, 2021). Ragam Jenis dan variasi klub malam di Kota Bandung, menjadikan kota ini sebagai destinasi wisata malam khususnya untuk kegiatan *clubbing*.

Salah satu klub malam yang cukup populer di Kota Bandung adalah *WU Backroom*. Klub malam ini yang terletak di lokasi strategis, dekat pusat kota, di jalan Jl. Sulanjana No.7, Tamansari, Kec. Bandung Wetan. Selain karena lokasinya yang strategis, juga mencegah masuknya anak di bawah umur untuk menikmati aktivitas hiburan malam, yang bisa saja mengganggu kenyamanan pengunjung lainnya. Faktor penarik lain dari klub malam *WU Backroom* adalah desain interiornya yang tidak monoton, makanan dan minumannya yang bervariasi, serta yang utama adalah pemutaran music atau *liveshow* yang tidak “kampungan”. Faktor ini memperkuat klub malam *WU Backroom* juga banyak diminati karena memiliki sistem keamanan, privasi dan peraturan yang sangat baik sehingga membuat pengunjung merasa nyaman. Peraturan yang diberlakukan daya tarik *WU Backroom* sebagai destinasi wisata malam yang populer di Kota Bandung, selain juga faktor aksesibilitas kota ini yang sangat mudah dicapai dari luar kota.

Fenomena menarik yang menjadi dasar pemilihan topik penelitian ini adalah kecenderungan pengunjung klub malam yang berasal dari luar kota, termasuk dari kota-kota yang juga memiliki fasilitas hiburan serupa, justru memilih datang ke Kota Bandung untuk melakukan aktivitas clubbing. Hal ini menunjukkan adanya daya tarik tersendiri yang dimiliki klub malam di Bandung. Pengamatan di lapangan juga menunjukkan bahwa pihak manajemen klub malam, termasuk yang berlokasi di pusat kota, belum memiliki data atau informasi yang memadai terkait karakteristik, motivasi, maupun bentuk interaksi sosial dari para pengunjungnya. Padahal, informasi ini sangat penting untuk dijadikan dasar dalam menyusun strategi pemasaran, merancang konsep untuk memberikan pengalaman yang tepat pada pengunjung, serta mengembangkan layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar.

Belum optimalnya pemahaman pelaku industri hiburan malam terhadap karakteristik dan motivasi pengunjungnya menjadi letak urgensi penelitian ini, padahal informasi tersebut krusial untuk pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan pengalaman pelanggan, khususnya dalam aktivitas wisata seperti hiburan malam di Kota Bandung. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengidentifikasi tipologi pengunjung berdasarkan motivasi dan kontak sosial mereka, dengan harapan dapat memberikan kontribusi ilmiah sekaligus praktis bagi pengelola destinasi hiburan malam di kawasan perkotaan. Dengan alasan tersebut, kiranya perlu untuk diteliti dan dikaji secara mendalam alasan pengunjung memiliki *WU Backroom* sebagai tujuan utamanya ketika datang ke Kota Bandung. Selain itu untuk menganalisis tipologi pengunjung yang datang tersebut, perlu diteliti jenis interaksi kontak sosial dari pengunjung tersebut, apakah kontak sosial dengan kerabat, kontak sosial dengan pelanggan lain, atau hanya sekedar kontak sosial dengan penyedia layanan.

Tipologi dalam penelitian ini akan ditentukan berdasarkan jenis interaksi ataupun atas dasar kognitif-normatif dari motivasi yang memengaruhi pengunjung menikmati aktivitas klub malam. Indikator yang menjadi acuan untuk menentukan tipologi motivasi berkunjung ke klub malam ini adalah modal ekonomi, *fashion*,

tren sosial dan aksesibilitas. Fokus penelitian ini dilakukan di klub *WU Backroom* Bandung, sehingga judul yang diberikan peneliti ini yaitu “Tipologi Pengunjung Hiburan Malam Berdasarkan Motivasi dan Kontak Sosial di Bandung (Studi Kasus klub *WU Backroom* Bandung)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana motivasi perjalanan pengunjung ke klub malam *WU Backroom*?
2. Bagaimana kontak sosial pengunjung klub malam *WU Backroom*?
3. Bagaimana tipologi pengunjung Klub Malam *WU Backroom* berdasarkan motivasi dan kontak sosial?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui persepsi motivasi pengunjung ke klub malam *WU Backroom*.
2. Mengetahui persepsi kontak sosial pengunjung klub malam *WU Backroom*.
3. Menganalisis tipologi pengunjung Klub Malam *WU Backroom* berdasarkan motivasi dan kontak sosial.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharap dapat berguna bagi pihak-pihak terkait, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan motivasi pengunjung untuk berkunjung ke klub malam.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan penulis dan memberi pengalaman secara personal, dan juga menjadi bentuk penerapan dari perkuliahan yang sudah dilaksanakan.

b. Bagi Pengelola

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi untuk mengetahui tipe tipe pengunjung klubnya. Juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak pengelola dalam mengembangkan klub malam *WU Backroom*.

c. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah informasi mengenai berbagai motivasi pengunjung klub malam *WU Backroom*, dan diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya sebagai sumber data penelitian.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan penelitian yang akan dilakukan yang disesuaikan dengan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UPI Tahun Akademik 2019.

1. BAB I – Pendahuluan

Pada pendahuluan terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

2. BAB II – Kajian Pustaka

Pada kajian pustaka berisi mengenai kajian teori para ahli maupun penelitian sebelumnya terkait hipotesis penelitian, dan kerangka pemikiran.

3. BAB III – Metode Penelitian

Pada metode penelitian berisi mengenai metode dan desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur penelitian, variable penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

4. BAB IV – Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan pembahasan dari analisis hasil temuan selama penelitian.

5. BAB V – Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Pada bab ini memuat simpulan dari hasil analisis temuan penelitian, implikasi, dan saran yang direkomendasikan bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.