

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata saat ini merupakan salah satu penyumbang devisa negara terbesar di Indonesia. Perkembangan industri Pariwisata saat ini sangat meningkat, karena adanya minat kunjungan wisatawan yang menjadikan bahwa pariwisata saat ini sangat diminati. Salah satu industri pariwisata yang banyak diminati oleh wisatawan ialah *Event*. Dalam produk pariwisata event ini merupakan salah satu bagian yang dapat menyajikan kegiatan acara seperti kegiatan festival, MICE, pemerintahan, konser musik, budaya, olahraga, dan lain sebagainya.

Secara umum pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan secara individu ataupun kelompok yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat lainnya sebagai perencanaan untuk berkunjung ke suatu wilayah dengan melakukan kegiatan yang menyenangkan guna melepas penat dari kegiatan aktivitas sehari-hari.

Musik merupakan bagian dari salah satu yang tak bisa dipisahkan. Umumnya masyarakat banyak sekali menyukai musik yang digandrungi oleh segala golongan usia, dari muda hingga tua. Musik merupakan sebagai sarana dalam hiburan untuk mengekspresikan diri sendiri serta menjadi pendorong untuk semangat awal melakukan kegiatan dalam membangkitkan *mood* saat beraktivitas. Musik terdapat berbagai jenis genre musik, seperti Metal, Rock, Pop, Indie, Klasik, dan lain sebagainya. Saat ini, musik juga memiliki genre musik yang berasal dari Korea Selatan yaitu Kpop atau *Korean Pop*. Banyak sekali masyarakat dari berbagai segala usia menyukai musik Kpop serta kemudian menggemari *boy grup* dan *girl grup*. Hal ini dikarenakan adanya ketertarikan seseorang untuk menyukai jenis musik Kpop serta terdapat dorongan akan tren *Korean Wave* yang sedang mewabah di Indonesia.

Jin (2016) dalam (Rinata & Dewi, 2019) mengatakan bahwa popularitas gelombang korean (*Korean Wave*) atau *Hallyu* berkembangnya awalnya hanya di Asia Timur lalu hingga kini menjadi populer di seluruh dunia hingga memasuki ke Indonesia.

Perkembangan budaya K-Pop di Indonesia saat ini memiliki peningkatan yang sangat pesat. Saat ini, banyak sekali masyarakat akhirnya mulai menggemari budaya K-Pop salah satunya ialah jenis musik Kpop. Hal ini memiliki latar karena adanya perkembangan internet yang semakin mudah diakses oleh masyarakat luas.

Penyebaran *Korea Wave* di Indonesia saat ini memiliki peningkatan yang cukup pesat. Penyebaran ini merupakan upaya dimana masyarakat mulai menyukai budaya Korea Selatan. Kesukaan akan Musik Kpop ini merupakan bagian tak terpisahkan dari *Korean Wave* di seluruh negara. Pada tahun 1930-an, musik K-Pop mulai pra-modern muncul pertama kalinya akibat dari dampak masuknya Musik Pop Jepang yang ikut mempengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea (Simbar, 2016) dalam (Ri'aeni et al., 2019).

Kemudahan dalam penyebaran informasi pada masa ini berkaitan dengan adanya budaya populer yang dikenal sebagai budaya pop. Secara sosiologis, budaya pop merupakan sebuah budaya yang sedang tren dan banyak diminati. Dengan perkembangan kebudayaan yang sedang populer ini memiliki hal yang berkaitan dengan keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang dari kalangan tertentu, seperti musik, film, fashion, dan lainnya (Bungin, 2006:100; Riauzie Poetri, 2014) dalam (Ri'aeni et al., 2019).

Penggemar merupakan seseorang yang menggemari dengan antusias dan secara kolektif kelompok penggemar akan membentuk kelompok dengan penggemar (*fandom*) lainnya. *Fandom* dalam hal ini digunakan oleh penggemar sebagai wadah untuk mencari informasi tentang idola mereka dan juga sebagai sarana komunikasi dengan

kelompok lainnya yang memiliki minat dan kesukaan yang sama (Mihardja & Paramita, 2019).

Penggemar yang menggemari musik Korea menjadikan sarana alternatif bahwa kemudahan akses internet serta komunikasi antar Idola dengan penggemar terasa mudah dengan adanya aplikasi penghubung komunikasi yang dapat digunakan yaitu seperti V Live, Bubble, Weverse, dan Universe. Hal ini menjadikan hubungan antar sang *Idol* dengan penggemar terasa mudah, serta perkembangan industri musik Kpop yang memiliki peluang dalam pemanfaatan teknologi sebagai media digital dalam memasarkan promosi produk mereka melalui YouTube, Naver, V Live, Weverse, Universe dan sebagainya.

Di Indonesia, banyak sekali pergelaran acara yang diadakan, khususnya yaitu konser musik. Banyak musisi-musisi dunia dari berbagai negara yang melakukan konser tur dunia, dan Indonesia merupakan salah satu *line up* yang masuk ke daftar rangkaian konser tur oleh para musisi.

Menurut Weber (2004) dalam (Hidayatullah, 2021) berpendapat bahwa konser musik merupakan sebuah hiburan berkelas dan membentuk selera masyarakatnya. Dengan adanya minat kesukaan seseorang yang menyukai musik dan minat akan permintaan yang semakin meningkat, banyak sekali jenis festival musik mulai menawarkan acara hiburan yang berkembang, termasuk pada musik elektronik yang dapat menarik jumlah pengunjung dari berbagai dunia, maka dengan adanya itu dapat memanfaatkan sebagai potensi besar untuk memperluas tujuan wisata. Menurut Kruger dan Saayman (2019) dalam (Hodak et al., 2020) musik elektronik dapat didefinisikan sebagai “musik yang didasarkan kepada penggunaan suara yang dihasilkan dengan sarana teknologi, termasuk penyintesis dan program produksi audio komputer”.

Konser musik di Indonesia saat ini sangat banyak diselenggarakan oleh pihak penyelenggara promotor dengan mendatangkan musisi lokal maupun musisi internasional. Hal ini dibuktikan bahwa eksistensi musik di

Indonesia sangat digemari oleh masyarakat dengan meningkatnya antusiasme untuk memutuskan menonton konser musik sang musisi favoritnya.

Dikutip melalui [voi.id](http://voi.id) (Santosa, 2019) Deep Purple merupakan salah satu musisi penyanyi yang melakukan konser tur mereka di Indonesia yang diadakan pada tahun 1976 yang berhasil menembus sebanyak 150 ribu penonton yang hadir di Stadion Senayan (sekarang menjadi Stadion GBK). Kemudian, hingga ada jenis genre musik alternatif di Indonesia di tahun 1996, konser Jakarta Pop Alternatif Festival digelar oleh promotor asal Indonesia, Java Musikindo. Kehadiran musisi yang mengisi acara konser tersebut yaitu Foo Fighters, Sonic Youth, dan Bestie Boys serta musisi dan band-band Indonesia seperti PAS Band, Netral, dan Nugie. Festival musik tersebut diadakan di Plaza Timur Senayan, Jakarta.

Motivasi menurut Sharpley (1994) dan Wahab dalam Pitana (2005:58) dan dalam (Fitriana et al., 2020) mendefinisikan bahwa motivasi merupakan sebuah hal yang mendasar pada studi pariwisata tentang wisatawan karena motivasi memiliki proses dalam perjalanan wisata, yang mana motivasi ini sering kali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan.

Motivasi menurut Crompton and McKay (1997) dalam (Alkhair & Budiman, 2019) menginvestigasikan bahwa terbagi beberapa jenis motivasi dalam menghadiri sebuah acara festival atau konser musik secara umum diberbagai jenis acara. Terdapat 31 jenis komponen yang terbagi dalam enam kategori, yaitu: eksplorasi budaya, keterbaruan acara, pemulihan ke kondisi awal, sosialisasi kelompok yang dikenal, sosialisasi eksternal, dan tidak sendirian.

Motivasi yang mendasari penggemar untuk datang berkunjung ke konser musik tersebut ialah adanya dorongan dan minat kesukaan yang mendasar, yang menjadikan seseorang tersebut datang untuk menonton konser yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan batin yang terpenuhi.

Namun motivasi tersebut juga mendorong seseorang karena adanya keinginan untuk bertemu sang idola atau musisi favoritnya.

Fenomena yang dilakukan oleh peneliti yaitu ialah berupa banyaknya masyarakat yang menyukai budaya Korea Selatan serta perkembangan terhadap tren *Korean Wave* di Indonesia. Fenomena inilah yang menjadikan topik penelitian karena adanya seseorang atau penggemar yang menyukai boygrup Korea Selatan, The Boyz untuk datang mengunjungi konser musik yang diadakan di Tennis Indoor Senayan. Dengan adanya dorongan akan motivasi ini yang kemudian menjadikan sang penggemar memiliki kepuasan tersendiri akan terselenggaranya konser tersebut. Tingkat kunjungan dari konser musik “The B-Zone in Jakarta” ini memiliki peningkatan kunjungan yang dominan pada konser sebelumnya, dikarenakan dari adanya kapasitas pengunjung pada lokasi area acara yang lebih besar maka tingkat pengunjung yang datang juga meningkat dan menjadi dorongan adanya keputusan pengunjung untuk datang dan menonton konser musik.

**Tabel I 1 Data Pengunjung Konser Musik THE BOYZ**

No.	Tahun	Nama Konser	Jumlah Kapasitas Pengunjung Konser	Lokasi
1.	2022	THE BOYZ WORLD TOUR: THE B-ZONE in Jakarta	3.300	Tennis Indoor Senayan, Jakarta.

Sumber: *Data Kapasitas oleh website GBK*

Berdasarkan pada tabel 1 menjelaskan bahwa minat pengunjung yang datang ke konser musik The Boyz di Jakarta pada tahun 2022 dalam rangkaian tur konser menghadirkan pengunjung sebanyak 3.300.

Dengan adanya fenomena pada penelitian ini bahwa penggemar memiliki dorongan berupa motivasi untuk datang menonton konser musik dengan adanya kapasitas yang meningkat serta memiliki penilaian dalam kepuasan pengunjung yang datang ke konser.

*Boy group* asal Korea Selatan, The Boyz mengawali karir debut mereka di industri musik yaitu pada tahun 2017 dengan meluncurkan album “THE BOYZ ALBUM [THE FIRST]”. Kesuksesan The Boyz di industri musik ini akhirnya mulai menarik penggemar dari berbagai belahan dunia, khususnya di Indonesia. The Boyz kemudian menyebutkan bahwa nama *fandom* (penggemar) mereka ialah “THE B” atau dalam pelafalan dalam bahasa Korea yaitu “[데비]” (Deo Bi).

The B-Zone merupakan rangkaian acara konser tur dunia dari *boy grup* Korea Selatan, The Boyz, yang saat ini berada dibawah naungan agensi IST Entertainment yang beranggotakan 11 anggota, yaitu Sangyeon, Jacob, Younghoon, Hyunjae, Juyeon, Kevin, New, Q, Ju Haknyeon, Sunwoo, dan Eric. The Boyz melakukan konser tur dunia mereka yang bernama “THE BOYZ WORLD TOUR: THE B-ZONE” yang diadakan di berbagai negara seperti Korea Selatan (Seoul), Eropa, Amerika Serikat, Asia Tenggara dan salah satunya ialah Jakarta. “The B-Zone in Jakarta” dilaksanakan pada tanggal 11 Juli 2022 yang berlokasi di Tennis Indoor Stadium Senayan.

Dilansir melalui laman [antaranews.com](https://antaranews.com) (Zhafira, 2022), kesuksesan rangkaian konser tur The Boyz di Indonesia yang dilaksanakan di Tennis Indoor Stadium Senayan sukses mengguncang panggung dengan menampilkan penampilan menarik dari hits lagu mereka yaitu Maverick, The Stealer, Merry Bad Ending, dan Checkmate dan tak luput juga menampilkan lagu – lagu hits lainnya. Hingga penampilan konser berakhir, The Boyz kemudian menutup penampilan mereka dalam rangkaian konser tur “The B-Zone in Jakarta” dengan menyanyikan lagu *encore* “D.D.D” dan “B.O.Y (Bet on You)”.

Peneliti memilih judul topik “Pengaruh Motivasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Konser Musik The B-Zone di Jakarta” untuk mengetahui bagaimana seorang penggemar yang menggemari *boy group*

The Boyz memiliki motivasi yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung konser musik The B-Zone di Jakarta yang diselenggarakan.

## **B. Perumusan Masalah**

- a. Apa yang menjadikan seseorang termotivasi untuk berkunjung ke konser musik The B-Zone Jakarta?
- b. Apakah motivasi tersebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung konser musik The B-Zone Jakarta?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui bagaimana pandangan penggemar akan pengaruh motivasi terhadap kepuasan pengunjung konser musik The B-Zone di Jakarta.
- b. Untuk mengetahui apakah penggemar berpengaruh pada motivasi untuk melihat dan menikmati konser musik The B-Zone yang diselenggarakan.

### **2. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah :

#### **1) Bagi Peneliti**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat berkontribusi dan mempelajari dari ilmu penerapan yang diteliti yang berkaitan langsung dengan motivasi dan kepuasan pengunjung konser The B-Zone di Jakarta.

#### **2) Bagi Perusahaan**

Hasil Kajian ini hendaknya sebagai salah satu pertimbangan dasar bagi Promotor Konser Musik “The B-Zone in Jakarta” untuk

sebuah strategi dalam menyusun rencana yang sesuai dengan sasaran yang tepat terkait pelayanan dan kepuasan yang diberikan.

### 3) **Bagi Akademisi**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat menjadikan sebagai rekomendasi, ide, dan informasi yang bermanfaat terkait dengan motivasi dan kepuasan pengunjung.

### 4) **Bagi Peneliti Lain**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi tambahan dalam mengembangkan ide-ide dalam melakukan penelitian yang akan datang serta berfungsi sebagai bahan untuk dipertimbangkan oleh peneliti atau organisasi dan lembaga terkait sesuai dengan pembahasan yang sama.

