

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Event adalah kegiatan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan sosial, budaya, hiburan atau komersial audiens tertentu. Acara dapat berupa perayaan, festival, konser, seminar, atau pameran yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu (Smith, 2007). *Event* juga didefinisikan sebagai pengalaman yang dirancang secara kreatif untuk memberikan dampak secara emosional dan intelektual bagi para peserta. Dalam konteks industri hiburan, konser adalah jenis acara yang mencakup berbagai elemen seperti produksi panggung, manajemen penonton, dan layanan pendukung lainnya (Goldblatt, 2011). Konser musik diselenggarakan untuk menghibur dan memberikan pengalaman istimewa bagi penonton, sekaligus menjadi sarana komunikasi antara musisi dan penggemarnya. Melalui konser, tercipta ikatan emosional antara keduanya, yang membuat penonton semakin menghargai karya musik yang (Christianata, 2023). Suatu agenda atau kegiatan tertentu yang menunjukkan, menampilkan, dan merayakan sesuatu untuk memperingati hal-hal penting yang diselenggarakan oleh suatu organisasi/kota pada waktu tertentu dengan tujuan mengomunikasikan pesan-pesan kepada pengunjung dapat digolongkan menjadi *event* (Noor, 2009). Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa *event* adalah kegiatan yang diciptakan untuk memberikan pengalaman yang berbeda dari sebelumnya serta memberikan berbagai manfaat, mulai dari memenuhi kebutuhan baik secara emosional maupun intelektual. *Event* merupakan bagian penting dari industri hiburan, baik pariwisata

maupun ekonomi kreatif yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap berbagai bentuk hiburan. Keberhasilan sebuah *event organizer* sangat bergantung pada antusiasme para penonton sebagai pelanggan utama (Herwandi et al., 2021). Dalam konteks industri musik, konser merupakan salah satu bentuk *event* yang paling diminati, baik di kalangan masyarakat maupun di kalangan pelaku industri musik itu sendiri. Konser tidak hanya menjadi sarana hiburan, namun juga menjadi ajang apresiasi para musisi, serta wadah interaksi antara penyanyi dan para penggemarnya (Mahadewi et al., 2024)

Karena itu, *event* dapat dibagi ke dalam beberapa jenis, salah satunya adalah *special event*. *Special Event* dapat didefinisikan sebagai suatu acara khusus yang tidak terjadi setiap hari, biasanya diadakan untuk tujuan hiburan, budaya, pribadi, atau organisasi. Acara ini berbeda dari aktivitas sehari-hari dan bertujuan untuk memberikan pengalaman baru, seperti merayakan sesuatu, memberikan hiburan, sebagai sarana edukasi, atau menghadirkan tantangan bagi pesertanya (Shone & Parry, 2019).

Salah satu contoh dari *Special Event* adalah festival. Festival sendiri merupakan sebuah perayaan publik bertema yang diselenggarakan oleh komunitas atau organisasi tertentu, dan umumnya berkaitan dengan aspek-aspek khas dari budaya atau warisan suatu masyarakat (Getz, 2010). Menurut Nuansya (Elly, 2020), terdapat empat jenis festival yang lazim diadakan di Indonesia, yaitu festival film, musik, seni, dan budaya. Keempat jenis festival ini sering dilaksanakan dengan berbagai variasi tema dan konsep yang unik di tiap penyelenggaraannya.

Waktu Indonesia Tribute to The Beatles Tour Bandung 2025 (WIT) adalah salah satu festival musik yang bersifat *intimate* untuk memberikan pengalaman

eksklusif bagi para penonton. Dengan konsep yang lebih personal dan interaktif, WIT menargetkan penonton sebanyak 2.500 orang. Sebelumnya, WIT telah terlaksana sebanyak tiga kali pada 31 Agustus 2024, 01 November 2024, dan 31 Januari 2025 di kota Jakarta. Pada 10 Mei 2025, WIT juga sudah diselenggarakan di kota Bandung dengan konsep yang sama dengan sebelumnya di kota Jakarta. Berdasarkan pengalaman penonton di kota Jakarta yang dihimpun melalui sosial media Instagram, ditemukan bahwa terdapat keluhan pada kolom komentar instagram @waktuindonesiatribute.

GAMBAR 1

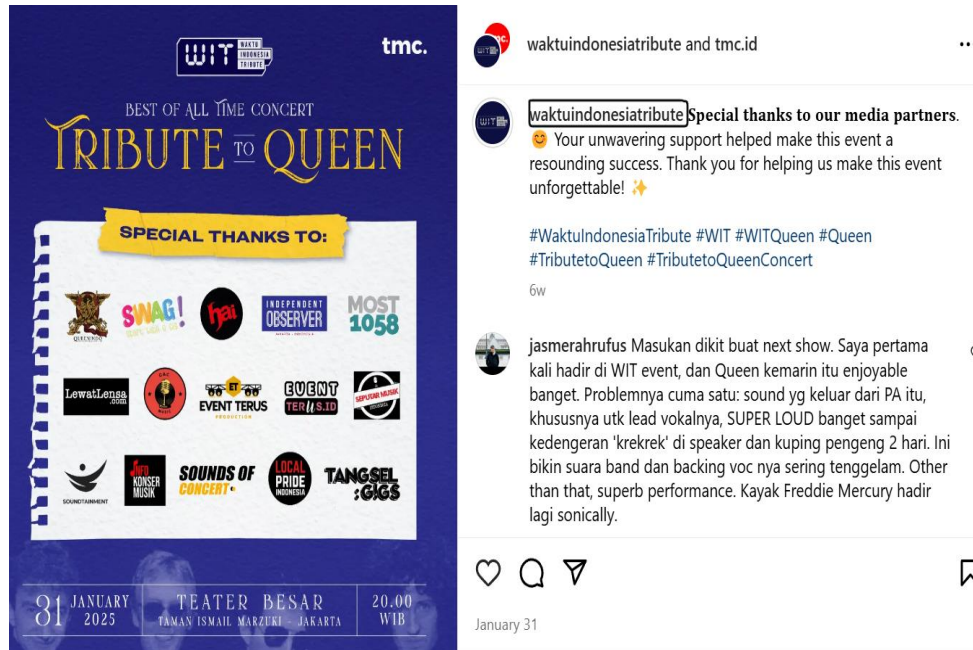
KOMENTAR I PADA INSTAGRAM @waktuindonesiatribute



Sumber: Instagram @waktuindonesiatribute

GAMBAR 2

KOMENTAR II PADA INSTAGRAM @waktuindonesiatribute



Sumber: Instagram @waktuindonesiatribute

Pada penyelenggaraan konser WIT sebanyak 3 kali berturut-turut, terdapat beberapa komentar dari penonton yang memberikan kritik serta masukan kepada pihak penyelenggara terkait aspek teknis, khususnya dalam hal kualitas tata suara (*sound system*). Beberapa pengunjung mengeluhkan bahwa suara yang dihasilkan dari sistem audio terdengar kurang nyaman di beberapa area, terutama di bagian atas *venue*. Beberapa komentar menyebutkan bahwa kualitas suara yang terlalu nyaring atau tidak merata menyebabkan ketidaknyamanan bagi penonton, sehingga mengurangi kepuasan penonton untuk menikmati pertunjukan. Oleh karena itu, penonton menyarankan agar pihak penyelenggara melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap sistem tata suara, baik dari segi teknis maupun penyesuaian akustik di lokasi acara, guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan audiens di konser mendatang.

Event yang disukai pengunjung menurut Osti et al (2012) adalah *event* yang menciptakan kepuasan. Namun, masih ada beberapa *event* yang mendapatkan keluhan dari pengunjung, terutama mengenai pelayanan dan kenyamanan. Hal-hal seperti kualitas layanan, harga tiket, dan cara promosi secara langsung sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan penonton dalam suatu *event* (Prihatin, 2021). Kepuasan konsumen pada sebuah *event* tercipta dari salah satu faktornya adalah pelayanan. Pengunjung akan merasa puas jika penyelenggara memberikan pelayanan terbaik juga pada acara tersebut. Pelayanan terbaik akan menciptakan suasana dan pengalaman terbaik bagi pengunjung. Pelayanan didefinisikan sebagai suatu yang tidak berwujud namun nyata, dan sekali-sekali hasil dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak dapat diprediksi. Maka dari itu, evaluasi terhadap pelayanan umumnya baru dapat dilakukan setelah dialami secara langsung oleh penonton (Osti et al., 2012).

Sementara itu, (Drengner et al., 2010) menyatakan bahwa penyediaan pelayanan selama acara merupakan hal yang menarik. Elemen penting yang menjadi pusat dalam menciptakan pengalaman terbaik adalah interaksi dengan penonton. Ketika sebuah penyelenggara memberikan pelayanan yang baik, penonton merasa terhubung, merasa memiliki dan bahkan dapat menjadi awal dari loyalitas penonton. Oleh karena itu, pentingnya penelitian ini dilakukan untuk menciptakan *event* yang memberikan pelayanan terbaik kepada penonton untuk meningkatkan loyalitas pada *event* mendatang. Untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para penonton tentunya mempunyai tantangan tersendiri bagi penyelenggara, terkhususnya tentang persepsi dan realita penonton yang akan mempengaruhi bagaimana pengalaman mereka dalam menyaksikan *event* tersebut

(Radbourne et al., 2016). Di sisi lain, situasi ini menjadi kesempatan bagi penyelenggara acara untuk meningkatkan pelayanan dengan lebih baik. Dengan begitu, acara selanjutnya akan memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan dan berkesan bagi penonton, serta meningkatkan minat mereka untuk datang kembali pada kesempatan berikutnya (Erhan & Bangun, 2024).

Pada tahun 1985, (Parasuraman. A et al., n.d.) merumuskan teori kualitas pelayanan atau *service quality* sebagai skala multi-item yang dikembangkan untuk menilai kualitas layanan yang didefinisikan sebagai persepsi dan harapan layanan pelanggan. Skala SERVQUAL menguraikan definisi dari kualitas pelayanan menjadi lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Seiring berjalannya waktu, para peneliti mengukur *servqual* dan hubungannya dengan kepuasan pelanggan. (Tkaczynski & Stokes, 2010) mengembangkan FESTPERF (*Festival Performance*) untuk mengukur *service quality* di berbagai acara khusus. Studi ini bertujuan untuk menyempurnakan skala SERVQUAL agar lebih relevan dan sesuai dengan karakteristik industri festival. Dalam penelitian tersebut, kualitas layanan dalam festival dikategorikan ke dalam tiga faktor utama, yaitu *Professionalism*, *Core service*, dan *Environment* yang masing-masing mencerminkan aspek penting dalam kualitas pelayanan pengunjung.

Berdasarkan teori FESTPERF, salah satu indikator dalam aspek *core service* yang mencakup berbagai elemen pendukung kenyamanan pengunjung, termasuk *ability*, *music volume*, *sound quality*, *creativity* dan *equipment*. Observasi awal melalui analisis umpan balik penonton pada akun Instagram resmi acara Waktu Indonesia Tribute menunjukkan adanya ketidakpuasan yang signifikan

terhadap kualitas tata suara selama pertunjukan. Beberapa penonton menyampaikan keluhan mengenai ketidakseimbangan audio yang menyebabkan ketidaknyamanan dalam menikmati konser. Hal ini menunjukkan bahwa aspek teknis dalam penyelenggaraan acara, khususnya dalam pengelolaan sistem tata suara, menjadi faktor krusial yang mempengaruhi pengalaman dan kepuasan pengunjung. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengalaman serta persepsi pengunjung terhadap layanan yang disediakan dalam aspek *Professionalism*, yang meliputi *trust*, *promptness*, *support*, *transactionsafety*, *understanding* dan *accurate information*. Lalu dalam aspek *Environment*, penelitian ini menilai kepuasan pengunjung terhadap *cleanliness*, *crowding*, *toilets*, *seating* dan *viewing*.

Dengan demikian tujuan dari penelitian ini untuk mengeksplorasi lebih lanjut aspek lain dalam teori FESTPERF untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh *organizer* kepada pengunjung pada acara Waktu Indonesia Tribute to The Beatles Tour Bandung 2025 yang sudah diselenggarakan pada tanggal 10 Mei 2025 di Sabuga ITB, Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai standar kualitas layanan di konser atau acara musik sejenis serta menjadi rekomendasi untuk peningkatan layanan di masa mendatang.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah yang telah diuraikan, peneliti merumuskan permasalahan yaitu bagaimana kualitas pelayanan yang ada di konser Waktu Indonesia Tribute to The Beatles Tour Bandung 2025 (WIT) dengan identifikasi masalah:

1. Bagaimana *Professionalism* pada konser WIT 2025?
2. Bagaimana *Core service* pada konser WIT 2025?
3. Bagaimana *Environment* pada konser WIT 2025?

C. Tujuan Penelitian

1. Formal

Tujuan dalam penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi studi program Diploma IV jurusan Perjalanan, program studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Operational

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengalaman serta persepsi pengunjung terhadap layanan yang disediakan dalam aspek *core service* yang mencakup berbagai elemen pendukung kenyamanan pengunjung, termasuk *ability*, *music volume*, *sound quality*, *creativity* dan *equipment*. Selain itu, penelitian ini menganalisis aspek *Professionalism*, yang meliputi *trust*, *promptness*, *support*, *transactionsafety*, *understanding* dan *accurate information*. Lalu dalam aspek *Environment*, penelitian ini menilai kepuasan pengunjung terhadap *cleanliness*, *crowding*, *toilets*, *seating* dan *viewing*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai standar kualitas layanan di konser atau acara musik sejenis serta menjadi rekomendasi untuk peningkatan layanan di masa mendatang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan informasi terkait topik yang dibahas. Oleh karena itu, manfaat dari penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperkenalkan serta memperluas pemahaman pembaca mengenai teori kualitas pelayanan dalam konteks *Festival Performance*, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lokus Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi penyelenggara konser Waktu Indonesia Tribute to The Beatles Tour Bandung 2025 yaitu The Mahariza Company mengenai kualitas layanan yang mereka berikan dari perspektif pengunjung. Dengan menganalisis hasil skor dari skala FESTPERF, sehingga penyelenggara dapat mengetahui aspek *Professionalism*, *Core service*, dan *Environment* yang telah memenuhi ekspektasi pengunjung serta aspek yang masih perlu ditingkatkan. Penyelenggara dapat menggunakan penelitian ini sebagai dasar evaluasi layanan serta sebagai referensi dalam pengambilan keputusan yang lebih terinformasi untuk pengembangan acara dan strategi pemasaran di masa mendatang.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi masyarakat, khususnya penikmat konser, dengan mendorong terciptanya layanan acara musik yang lebih nyaman, aman, dan memuaskan. Masyarakat juga dapat lebih terlibat secara aktif dalam memberi masukan demi perbaikan kualitas pengalaman hiburan di masa depan.

c. Bagi Penulis

Penyusunan penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis dalam mengembangkan kompetensi penelitian kuantitatif serta memperdalam keterampilan menganalisis kualitas layanan dalam konteks acara musik. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi terhadap pengembangan pengetahuan di bidang manajemen pelayanan dan industri hiburan, khususnya dalam penyelenggaraan konser.