

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

*Event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2013).

Terdapat berbagai jenis *event*, salah satunya adalah *special event*. *Event* yang banyak diketahui publik seperti *festival* dan *special event* memiliki peran penting untuk menciptakan pengetahuan umum dengan membuka komunikasi antar masyarakat untuk tujuan informasi komunikasi sosial (Chwe 1998). Menurut Goldblatt (2002) terdapat 5 kategori tujuan diselenggarakan *special event* yaitu : Perayaan (*celebration*), Edukasi (*education*), Pemasaran (*marketing*), dan Reuni (*reunion*). Terkini *festival* dan *special event* berkembang pesat karena berada dalam bagian strategi untuk memajukan sebuah daerah (Morgan, 2008).

Berkendara motor adalah aktivitas rekreasi yang populer. Terdapat artikel tentang *event* motor yang jarang disebutkan dalam literatur pariwisata. Salah satu hal yang dapat membuat berkendara menjadi minat yang tinggi yaitu adalah sebuah penyelenggaraan acara dengan skala besar

sepeda motor, yang mempertemukan pengendara sepeda motor dan penggemar sepeda motor untuk tujuan tertentu dan untuk berbagi budaya, gaya hidup, dan kecintaan mereka pada sepeda. Acara ini dapat dimanfaatkan untuk menarik lebih banyak pengendara sepeda motor ke suatu tujuan dan mendorong mereka untuk tetap tinggal selama liburan turing (Strategi Wisata Sepeda Motor, 2013-2016).

Menurut Diane Sykes (2012) *event* motor dalam pariwisata adalah wisata dengan pangsa pasar besar dan mempunyai nilai ekonomi yang besar. Jenis *event* motor mempunyai bentuk perorangan atau partisipasi kehadiran di acara yang diselenggarakan untuk keuntungan komersial dan / atau amal, atau diselenggarakan secara mandiri.

Sakle Motorcycle Group merupakan sebuah paguyuban motor yang sudah terbentuk dari tahun 2013. Berlokasi di Jalan Sadakeling nomor 1, Bandung. Sakle Motorcycle Group beranggotakan dari club HDCI Bandung, Outsider, HOG Chapter Siliwangi Bandung, Bikers Advocat dan club motor lainnya. Ketua Sakle Motorcycle Group, Dadang Rusnandi berencana ingin menyelenggarakan sebuah acara ulang tahun hari jadi Sakle yang ke 7 tahun. Menyadari akan pandemi yang sedang terjadi ini, Dadang Rusnandi berencana akan menggelar acara tersebut secara sederhana saja. Dadang Rusnandi dan panitia inti telah melakukan *brain storming* konsep, survei tempat, survei izin, permohonan sponsorship dan pembentukan panitia dari tanggal 1 Juli 2020. Maka akhirnya diputuskan bahwa acara

tersebut akan digelar di Hotel and Resort Rancabango Garut , pada hari dan tanggal Sabtu, 29 Agustus 2020.

Acara ulang tahun hari jadi tersebut, tidak menggunakan *jasa event organizer*, melainkan oleh panitia inti Sakle Motorcycle Group. Acara tersebut mempunyai tema *Ride, Charity and Celebration* dimana nantinya akan ada konvoi bersama dengan titik kumpul di Jalan Sadakeling no. 1, bentuk kegiatan sosial dan selebrasi acara ulang tahun hari jadi itu sendiri. Konsep yang direncanakan adalah *outdoor party* dengan target pengunjung adalah 200 orang. Sehubung dengan pandemi yang sedang terjadi ini, panitia sepakat untuk menyebarkan undangan dengan memberikan surat undangan khusus kepada beberapa club motor yang ada di Bandung dan sudah memberikan informasi untuk kuota pengunjung lain yang akan ikut partisipasi dan peraturan untuk mengikut standar COVID 19. Sehingga pengunjung yang datang sesuai dengan kuota yang sudah ditentukan dan sudah mempersiapkan diri dengan peraturan yang ada. Acara tersebut pun mempunyai tujuan yaitu ingin menyatukan seluruh bikers di Bandung tepatnya di Jawa Barat dengan maksud adalah ingin menyampaikan agar para pengendara baru mempunyai etika berkendara yang baik sesuai peraturan dan memperkenalkan para tokoh atau *iconic* sesepuh yang sudah lama berkecimpung di dalam lingkungan motor. Dimana dalam hal tersebut akan menumbuhkan suatu pengalaman bagi pengendara motor baru untuk bisa mengetahui siapa saja tokoh yang mempunyai arti dalam lingkungan motor. Tidak hanya itu, kegiatan bakti sosial yang dilakukan

yaitu kepada warga sekitar Rancabango sebagai bentuk izin acara dan menyediakan alat kesehatan berupa 200 masker, 100 face shield, 500 seragam APD, 2 thermometer gun, 2 alat semprot disinfektan beserta cairannya.

Pengalaman merupakan hal penting dalam menyelenggarakan sebuah *special event*. Menurut Richards (2017) pengalaman yang berkesan adalah inti dari sebuah penyelenggaraan event selain itu event juga sering dipandang sebagai pengalaman yang unik dan istimewa (Getz D. 2012). Analisis tentang hal tersebut digunakan untuk mengkaji elemen pengalaman *event* dan cara bagaimana seseorang mengevaluasi hal (Morgan, 2006). Maka dari itu *special event* menjadi tempat yang diburu oleh pengunjung yang menginginkan pengalaman tersebut. Pengunjung yang mengikuti *event* tersebut akan mempunyai kesan dan pengalaman yang berbeda-beda, baik dari kualitas fasilitas, kualitas musik sebagai penentu potensial kepuasan keseluruhan peserta dan faktor penunjang lainnya.

Namun (Getz, 2012) dalam (Geus, Richards, & Toepoel, 2015), membahas mengenai literatur tentang *event experience* masih jarang dan informasinya masih terpecah-pecah. Contoh yang dapat diketahui adalah Pettersson dan Getz pada tahun 2009 melakukan penelitian kualitatif tentang *event experience* pada jurusan olahraga di Swedia dan menyimpulkan bahwa ini sebagian besar dibentuk oleh interaksi sosial. (Morgan, 2008) dalam (Geus, Richards, & Toepoel, 2015) mengusulkan penyatuan model pada unsur eksternal dan internal untuk mengetahui *event*

*experience festival* dengan menambah faktor *push and pull*. Kemudian berpendapat bahwa *festival* menyediakan ruang dan waktu yang berbeda dari kehidupan sehari-hari di mana sebuah pengalaman bisa diciptakan dan dibagi bersama-sama.

Maka dari itu (Geus, Richards, & Toepoel, 2015) membuat sebuah model konseptual mengenai *event experience* yang diketahui mempunyai cara untuk mengukur *event experience* menggunakan *Event Experience Scale* (EES). Terdapat 4 Sub Variabel yaitu *affective engagement*, *cognitive engagement*, *physical engagement*, dan *experiencing novelty*. Dijelaskan bahwa *affective engagement* merupakan sebuah pengalaman yang membangkitkan emosi atau perasaan sebagai sebuah perilaku wisatawan (Larsen, 2007). *Cognitive engagement* merupakan tingkah laku yang dibutuhkan seseorang untuk memperoleh dan menggunakan pengetahuan (Patmonodewo, 2003:27). *Physical engagement* merupakan keterlibatan fisik dari bentuk afektif dan kognisi. *Experiencing novelty* merupakan suatu hal yang menjadi kekhasan, keunikan dan keadaan yang berbeda dari kegiatan sehari-hari.

Melihat dari keunikan *Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020* membuat penulis untuk melakukan penelitian karena *event* tersebut baru diselenggarakan pada tahun ini dan berada ditengah pademi COVID19. Penulis merasa hal ini akan membentuk sebuah pengalaman baru sehingga penulis memutuskan untuk mengetahui Pengalaman Pengunjung di *Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary*

*Ride, Charity and Celebration* 2020. Penulis melakukan penelitian dikarenakan belum ada penelitian mengenai judul ini sebelumnya, maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul “**PENGALAMAN PENGUNJUNG DALAM EVENT 7<sup>TH</sup> SAKLE MOTORCYCLE GROUP ANNIVERSARY RIDE, CHARITY AND CELEBRATION 2020**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana pengalaman para pengunjung di *Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration* 2020.

Dengan masalah yang telah disebutkan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Affective Engagement* para pengunjung di *Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration* 2020 ?
2. Bagaimana *Cognitive Engagement* para pengunjung di *Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration* 2020 ?
3. Bagaimana *Physical Engagement* para pengunjung di *Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration* 2020 ?

4. Bagaimana *Experiencing Novelty* para pengunjung di *Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020* ?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu tujuan formal dan tujuan operasional, diantaranya :

1. Tujuan Formal

Tujuan formal dari penyusunan penelitian ini adalah memenuhi dan melengkapi persyaratan akademik Proyek Akhir Semester VIII untuk mahasiswa/I Program Studi Manajemen Konvensi dan Event.

2. Tujuan Operasional

Tujuan operasional dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengalaman Pengunjung di *Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020* dilihat dari sub variabel *affective engagement, cognitive engagement, physical engagement*, dan *experiencing novelty*.

### D. Pembatasan Masalah

Pada penelitian mengenai “*Pengalaman Pengunjung di Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020* ”, peneliti membatasi permasalahan terhadap empat sub variabel yaitu

*affective engagement, cognitive engagement, physical engagement, dan experiencing novelty.*

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian “Pengalaman Pengunjung di *Event 7<sup>th</sup> Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020*” yaitu:

##### 1. Praktik

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai evaluasi dalam meningkatkan kualitas konten acara dalam membangun pengalaman yang berkesan untuk pengunjung pada penyelenggaraan acara selanjutnya.

##### 2. Akademis

Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan penulis dalam membuat penelitian yang berkaitan dengan Pengalaman Pengunjung di acara lainnya.