

## Edukasi Dampak Buruk Fenomena Gaya Hidup *Clubbing* di Kota Bandung Melalui Film Dokumenter

**Aldy Adriansyah Perdana<sup>1</sup>, Agustina Kusuma Dewi<sup>2</sup>**

<sup>1)2)</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung

\*Correspondence author: Aldy Adriansyah Perdana, [aldy.adriansyah@mhs.itenas.ac.id](mailto:aldy.adriansyah@mhs.itenas.ac.id), Bandung, Indonesia.  
Agustina Kusuma Dewi, [agustina@itenas.ac.id](mailto:agustina@itenas.ac.id), Bandung, Indonesia.

**Abstrak.** Fenomena sosial gaya hidup clubbing merupakan suatu fenomena yang sedang hangat di banyak kalangan remaja dan dewasa muda di Kota Bandung. Fenomena ini membawa dampak yang buruk seperti peningkatan konsumsi alkohol, penyalahgunaan narkoba, dan perilaku menyimpang lainnya yang mengancam generasi muda dan lingkungan masyarakat sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi dampak buruk dan menyadarkan masyarakat tentang risiko dan konsekuensi yang ditimbulkan dari kegiatan gaya hidup clubbing tersebut melalui film dokumenter. Film dokumenter dianggap efektif untuk menggambarkan realitas dari fenomena clubbing di Kota Bandung, termasuk cerita individu yang terlibat dan dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup tersebut

**Kata kunci:** Kota Bandung; Wisata Malam; Gaya hidup Modern; Clubbing; Dampak Buruk; Film Dokumenter

**Abstract.** The social phenomenon of clubbing is a phenomenon that is currently hot among many teenagers and young adults in the city of Bandung. This phenomenon has adverse impacts such as increased alcohol consumption, drug abuse, and other deviant behaviors that threaten the younger generation and the surrounding community. About 80% of students have entered clubbing places and some are still students with an age range of 17-18 years. This study aims to educate the adverse impacts and make the public aware of the risks and consequences arising from clubbing cultural activities through documentary films. Documentary films are considered effective to portray the reality of the clubbing phenomenon in Bandung, including the stories of individuals involved and the impact of the culture

**Keywords:** Bandung City; Night Tourism; Modern Culture; Clubbing; Bad Impact; Documentary



This work is licensed under a CC-BY-NC, Aldy Adriansyah Perdana



## A. PENDAHULUAN

Klub malam di Kota Bandung ini semakin menarik untuk dilirik mengingat akhir tahun ini banyaknya klub malam yang berdiri di kota bandung menjadikan banyaknya pilihan klub malam untuk dikunjungi. Menurut Open data Jawa Barat terdapat 13 Bar yang ada di Kota Bandung pada 2021 (*What's New Indonesia*, 2023) dan ada juga beberapa klub yang baru buka menurut situs [whatsnewindonesia.com](https://whatsnewindonesia.com) di tahun 2023. Klub malam sendiri sudah menjadi fenomena sosial gaya hidup di kalangan remaja Kota Bandung. Gaya hidup ini disebut *clubbing* dan orang yang pergi *clubbing* disebut *clubbers*. Gaya hidup *clubbers* tidak hanya mencerminkan aktivitas malam semata, tetapi juga menjadi wadah ekspresi identitas, gaya berpakaian, dan gaya hidup yang unik bagi mereka yang mengikutinya. *Clubbing* adalah lingkungan hiburan malam yang menyajikan berbagai bentuk kesenangan dengan niatan untuk menyegarkan diri dan menjalin pertemanan, atau memperluas jaringan sosial (Elvira dan Tetha, 2024). Fenomena *clubbing* ini dapat terjadi pada seluruh kalangan dimulai dari remaja hingga kalangan dewasa, serta berbagai kelompok dengan status ekonomi yang beragam. Umumnya terjadi pada kelompok dengan status sosial ekonomi yang cukup tinggi. Namun saat ini, tidak hanya orang dengan status ekonomi tinggi saja yang dapat mengikuti aktifitas *clubbing*, tetapi kegiatan ini juga sudah sampai pada kalangan siswa dan mahasiswa (Febriani, 2023). Hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan fenomena *clubbing*. Saat ini, remaja sudah mengenal dan melakukan *Clubbing* sejak usia 17 dan 18 tahun bahkan 80 persen mahasiswa pernah memasuki tempat *Clubbing* [5]. Fenomena *clubbing* dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai tujuan sehingga membentuk pola perilaku.

Gaya hidup *clubbing* di Indonesia sendiri memiliki dampak yang negatif karena di tempat tersebut banyak terjadi kegiatan yang membawa keburukan seperti mabuk-mabukan, foya-foya, maksiat, dan bahkan tempat terjadinya transaksi obat terlarang. Oleh karena itu isu ini menjadi menarik untuk diangkat dalam bentuk dokumenter dalam upaya edukasi dampak buruk dari gaya hidup *clubbing* dan upaya preventif untuk mencegah generasi muda terjebak dalam lingkungan *clubbing*. Sebelumnya baru satu film dokumenter yang ditemukan di situs youtube (Rusmawati dan Saputra, 2013). Namun ada beberapa yang mungkin belum tersampaikan secara penuh.

Film dokumenter ini dipilih sebagai media perantara dikarenakan film sebagai salah satu media komunikasi visual yang memiliki potensi mengubah gaya interaksi sosial melalui penyajian gambar nyata yang menawarkan pemahaman dan pengetahuan yang

lebih dalam (Kusuma *et al.*, 2020). Selain itu, film dokumenter juga menyediakan cara yang menarik dan informatif untuk memahami dunia yang kompleks di sekitar kita. Selain itu, film dokumenter merupakan sebuah kegiatan yang sangat efektif dalam menyampaikan ide (Astuti *et al.*, 2023). Gaya ekspositori dipilih dalam format dokumenter ini agar narasumber dapat menyampaikan opini secara langsung dan mengemukakan sudut pandangnya (Rizqy, 2019). Diharapkan dengan film dokumenter ini dapat menyampaikan edukasi dampak buruk dengan baik dan mendalam.

Pengambilan film dokumenter gaya hidup *clubbing* memanfaatkan metode kualitatif dengan melakukan wawancara untuk mendapatkan data primer yang akan digunakan sebagai nyawa dalam film dokumenter tersebut dan juga kuesioner menggunakan Google forms. Teknik pengumpulan data melalui wawancara terhadap narasumber dan observasi ke tempat klub malam, dengan melakukan pengamatan untuk mendapatkan gambaran nyata dan detail kondisi yang terjadi pada klub malam yang ada di Kota Bandung. Metode perancangan yang digunakan dalam pembuatan film dokumenter adalah dengan menggunakan proses produksi film documenter yang terdiri dari: pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

## **B. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Hasil Kuesioner**

Hasil dari kuesioner terbagi menjadi dua bagian dimana terdapat yang sudah pernah ke tempat *clubbing* dan yang belum pernah kesana. Dari 13 responden yang telah mengisi pernah kesana, hanya 4 responden yang tidak pernah kembali, 9 lainnya bisa pergi sekitar 2 hingga 3 kali dalam satu bulan dan rata-rata mereka hanya mencari kesenangan. Responden mengatakan untuk sekali kesana minimal bisa mengeluarkan uang sekitar 200 ribu rupiah bahkan ada yang bisa mencapai 2 juta rupiah. Sedangkan 13 Responeden yang tidak pernah kesana, rata-rata dari mereka memberikan pandangan yang negatif terhadap gaya hidup tersebut dan dari 13 responden hanya 1 saja yang penasaran untuk pergi kesana, sisanya tidak mau untuk pergi kesana. Rata-rata dari responden yang tidak pernah kesana ingin melihat dalam film documenter ini apa dampak negatif yang diberikan dari gaya hidup *clubbing* itu sendiri dan bahkan dari responden yang pernah kesana pun ingin sekali film dokumenter ini menampilkan dampak dan realita yang sebenarnya mereka rasakan walaupun sebagian dari mereka juga ingin melihat apa yang sebenarnya orang lain tidak lihat atau rasakan ketika berada disana. Respon ini ternyata sesuai apa dengan yang peneliti harapkan yaitu memberikan gambaran realitas yang terjadi pada fenomena gaya hidup *clubbing*.

## 2. Hasil Observasi Klub

Hasil observasi tempat hanya mendapatkan 3 tempat berbeda karena memang untuk aksesnya sendiri terbilang susah terlebih jika membawa kamera untuk menangkap apa yang sebenarnya terjadi disana. Dari ketiga tempat tersebut memiliki kesamaan target audiens yaitu remaja hingga dewasa dan status ekonomi beragam. Audiens ini juga memiliki kesamaan perilaku ketika *clubbing*. Audiens remaja mereka rata-rata datang dengan bergerombol dan mereka datang juga karena melihat siapa *headline discjockey* yang akan memainkan musik ditempat itu. Mereka juga membeli tidak hanya satu botol minuman saja, bahkan 1 meja bisa penuh dengan botol minuman beralkohol. Dan ketika music berputar, mereka akan maju menuju *dancefloor* dan berjoged dengan lepas.

Beda halnya dengan audiens dewasa, mereka bisa saja dating sendiri ataupun berdua dengan pasangannya. Mereka pun hanya membeli 1 botol dan meminumnya dengan santai sembari mendengarkan musik yang dimainkan oleh *discjockey*. Audiens dewasa memiliki perilaku pasif ketika berada disana, mereka biasanya hanya melihat dan menonton apa yang terjadi disana. Perilaku yang kontras ini juga bisa terlihat ketika jam bubar (sekitar pukul 03.00 dini hari), biasanya audiens dewasa akan langsung pulang saja seperti tidak terjadi apa-apa, sedangkan audiens remaja biasanya lebih tidak terkontrol, bisa bertengkar diluar klub, muntah di depan klub dan bahkan ada juga audiens remaja wanita yang dibawa pulang oleh orang yang tidak dikenalnya.



Gambar A. Hi Hidden Club (Januari 2024)



Gambar B. Jiro Izakaya Bar (Januari 2024)



Gambar C. Panic Paradise Club (Februari 2024)

### Problem Statement

Fenomena gaya hidup *clubbing* ini sudah dikenal banyak oleh generasi muda di Kota Bandung terlebih sekarang di Kota Bandung sudah banyak tempat-tempat klub malam baik dari yang kecil hingga yang mewah belum lagi sekarang tempat-tempat

tersebut melakukan promosi di media sosial yang rata-rata pemakainya adalah remaja. Tempat-tempat tersebut memanfaatkan Instagram Ads untuk media promosi mereka. Banyak remaja yang tertarik dan penasaran untuk mencobanya namun tidak memikirkan kedepannya.

### Segmentasi Target

**Demografi** : Pria dan Wanita usia remaja akhir 18-24 tahun (Target Primer), Orang tua yang sudah memiliki anak remaja (Target Sekunder)

**Geografi** : Kota Bandung, Daerah Urban

**Psikografis** : Memiliki teman yang suka *clubbing*, Pernah atau suka *Clubbing*, Memiliki rasa penasaran yang tinggi

### Consumer Journey

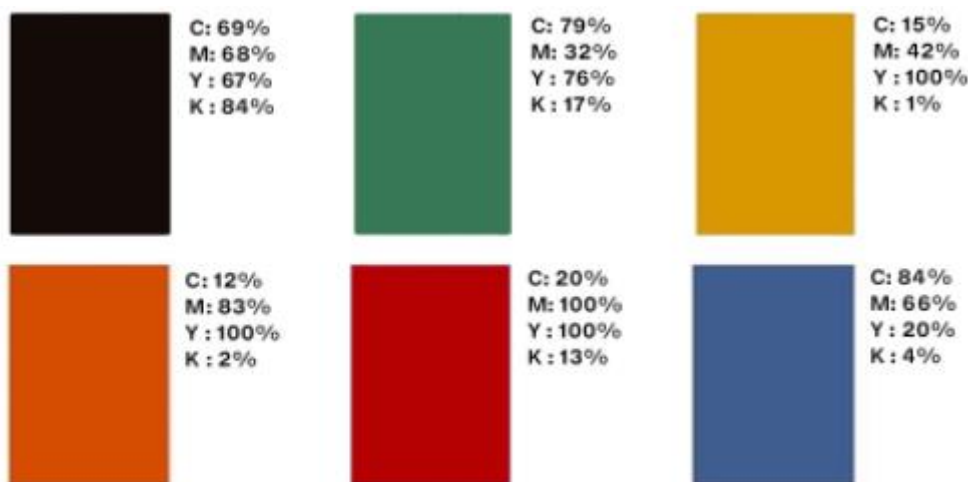


Gambar 1

Setelah diteliti lebih lanjut kembali, Ery menggunakan platform media sosial secara intens disela-sela waktunya. Urutan paling intens digunakan adalah **Instagram**. Platform media yang diakses selain Instagram juga terdapat **Tiktok** (intensitas peringkat kedua), lalu diikuti oleh **YouTube** dimana youtube sendiri ia gunakan untuk menonton konten yang berdurasi lebih lama dan juga visual yang lebih tajam.

Dapat disimpulkan bahwa Instagram, Tiktok, dan YouTube dapat digunakan sebagai media penyebaran output film yang dibuat. Pembagian penyebaran output juga bisa dibagi dua dimana Instagram dan Tiktok digunakan untuk menyebar teaser dan juga poster dan YouTube digunakan untuk mengunggah film berdurasi panjangnya. Visual yang didapatkan dari hasil consumer journey adalah Type Font Sans Serif, Typography Keyword Simple and Firm dengan visual style yang simple.

Color Tone yang didapat adalah



Gambar 2

### Problem Solution

Meningkatkan pengetahuan audiens mengenai dampak buruk gaya hidup *clubbing* melalui film dokumenter yang berisikan berbagai sudut pandang dari orang yang pernah terlibat dan juga yang belum pernah terlibat dengan gaya hidup *clubbing* sehingga diharapkan mempermudah audiens untuk mengerti apa yang sebenarnya terjadi dan dampak apa yang diberikan dari gaya hidup *clubbing* terhadap pelakunya maupun orang yang tidak pernah terlibat sekalipun.

**5W1H**

- **What?**

Apa permasalahan utamanya?

Kemajuan teknologi saat ini dimanfaatkan oleh beberapa tempat *clubbing* untuk mempromosikan tempat mereka di media sosial sehingga banyak anak remaja yang melihat dan juga penasaran untuk mengunjungi tempat tersebut

- **When?**

Permasalahan ini terjadi sejalan dengan berkembangnya teknologi dan banyaknya pengaruh gaya hidup luar masuk ke Indonesia khususnya gaya hidup *clubbing* yang banyak dipamerkan oleh artis-artis luar negeri.

- **Why?**

Kenapa gaya hidup ini dianggap gaya hidup yang memberikan dampak buruk? Karena gaya hidup *clubbing* sendiri dapat mengarahkan konsumennya untuk meningkatkan konsumsi alkohol dan juga dapat mengarah ke perilaku yang tidak terpuji seperti pergaulan bebas hingga transaksi obat terlarang. Selain itu, gaya hidup ini juga bias memengaruhi gaya hidup seseorang menjadi hedonisme.

- **Where?**

Permasalahan ini terjadi di Kota Bandung dimana banyak berdiri klub-klub malam baik yang biasa saja hingga yang mewah dengan rata-rata konsumennya berusia remaja

- **How?**

Bagaimana media luaran yang akan dibuat?

Media luaran yang akan dibuat adalah film documenter yang diharapkan bisa memberikan gambaran nyata apa yang terjadi sehingga audiens dapat mudah mengerti apa yang terjadi dan dapat mengerti pesan pesan yang akan diberikan dengan jelas.

Bagaimana dampak yang akan ditimbulkan?

Diharapkan audiens dapat mengerti dan mengetahui apa saja dampak buruk yang diberikan dari gaya hidup *clubbing* tersebut.

**Analisis SWOT****STRENGTH**

- Memiliki peran kuat untuk mengedukasi dan menyebarkan *awareness* dampak buruk gaya hidup *clubbing*

- Mengangkat pendapat yang jarang diketahui banyak orang tentang gaya hidup *clubbing*

#### WEAKNESS

- Banyak remaja yang belum sadar akan dampak negatif yang ditimbulkan dari gaya hidup *clubbing*
- Belum banyak media yang mengangkat isu gaya hidup *clubbing* beserta dampak buruknya
- Banyak remaja yang penasaran tentang *clubbing* karena banyaknya promosi dari tempat *clubbing*

#### OPPORTUNITY

- Memberikan pesan dan informasi yang mendalam bukan hanya dari orang yang melihatnya tapi juga dari orang yang terlibat didalamnya
- Sebagai sarana informasi bagi orang yang belum pernah *clubbing* bagaimana kondisi dan apa yang terjadi sebenarnya disana

#### THREAT

- Akan menjadi sebuah hal yang sensitif terhadap pelaku yang terjun dalam dunia tersebut
- Makin banyak orang yang penasaran untuk datang dan membuktikannya sendiri

#### MATRIKS SWOT

| INTERNAL<br>EKSTERNAL | Strengths                                                                                                                                                                   | Weakness                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | Memberikan edukasi dan informasi oleh orang-orang yang terlibat kepada audiens bagaimana dampak buruk yang ditimbulkan gaya hidup tersebut dan apa yang sebenarnya terjadi. | dengan banyaknya audiens yang belum sadar akan dampak buruk yang diberikan, media yang jarang mengangkat isu dampak buruk dan audiens yang penasaran ini menjadi keuntungan untuk bisa memberikan informasi tentang dampak buruk yang diberikan dan situasi yang terjadi didalam tempat tersebut. |

|                |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                 |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Threats</b> | Dengan mengangkat pendapat orang yang memiliki gaya hidup clubbing dan yang tidak memiliki gaya hidup tersebut akan menimbulkan banyak audiens yang penasaran dan ingin membuktikannya sendiri. | Semakin banyak audiens remaja yang mengunjungi tempat tersebut karena penasaran dan belum menyadari tentang dampak buruk yang akan ditimbulkan. |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Penggabungan SWOT yang dipilih adalah penggabungan antara WEAKNESS dan OPPORTUNITY.

Penggabungan ini dipilih karena masih banyak orang yang belum sadar tentang dampak buruk yang diberikan dari gaya hidup *clubbing* terutama remaja yang bisa dengan mudah terperangkap media promosi tempat *clubbing* di media sosial. Dengan dibuatnya film dokumenter yang mengangkat isu ini diharapkan remaja juga bisa dengan mudah mendapatkan edukasi dampak buruk dari gaya hidup *clubbing* dan dapat melakukan tindakan preventif secepatnya.

### Model Efek Komunikasi

Sympathize, Identify, Participate, Spread (SIPS) digunakan agar dapat membawa audience ikut serta menggali kebenaran yang terjadi didalam tempat *clubbing*.

- **Sympathize (S)**

Menumbuhkan *awareness* audiens terhadap dampak buruk yang ditimbulkan dari gaya hidup *clubbing*

- **Identify (I)**

Membeberkan hal yang terjadi didalam tempat *clubbing* kepada audiens

- **Participate (P)**

Mengikutsertakan audience dalam memahami dampak buruk gaya hidup tersebut

- **Spread (S)**

Menyebarkan dengan mengoptimalkan media social yang ada dan mudah diakses oleh semua kalangan khususnya remaja.

Model Laswell sendiri terdiri dari

- **Who** : Perwakilan Duta GenRe Jawa Barat

- **Says what** : Apa yang sebenarnya terjadi dan dampak buruk yang diberikan oleh gaya hidup *clubbing*
- **In Wich Chanel** : Media yang digunakan adalah film dokumenter
- **To Whom** : Kepada audiens remaja yang belum mengenal dampak buruk dari gaya hidup *clubbing* dan juga masyarakat luas
- **With What Effect** : Dampak yang diharapkan dari film dokumenter ini adalah memberikan edukasi serta informasi tentang gaya hidup *clubbing* seperti apa didalamnya dan apa dampak buruk sehingga audiens bisa melakukan tindakan preventif terhadap gaya hidup *clubbing*.

### **What to Say & How to Say**

#### **What to Say**

Memberikan sudut pandang dari orang-orang yang berbeda terhadap isu fenomena sosial gaya hidup *clubbing* dengan menjelaskan apa yang sebenarnya mereka rasakan dan alami.

#### **“Seek the truth behind the lights”**

menjadi what to say yang digunakan karena masih banyak orang yang belum mengetahui apa yang sebenarnya terjadi didalam klub malam dan hanya mengetahui bahwa klub malam adalah hal yang buruk.

#### **How to Say**

Memberikan gambaran senyata mungkin apa yang terjadi di tempat *clubbing* dan mengemukakan pendapat dari berbagai pihak apa yang mereka rasakan dan alami selama mengikuti gaya hidup *clubbing* sehingga audiens dapat dengan mudah dan mengerti dengan pesan yang ingin disampaikan.

### **HASIL PERANCANGAN**

Dokumenter ini menghadirkan narasumber yang memiliki sudut pandang yang berbeda dimana ada yang sudah pernah pergi clubbing, belum pernah pergi clubbing dan netral.

Narasumber yang sudah pergi clubbing:

- Reifan Budiana
- Deri Rizkiansyah
- Fauzan Utama
- Fikrii M Fadhilah

- Ery Nugraha
- Meisya nurrodiah putri
- Ditha nurathiyah

Narasumber yang belum pernah clubbing:

- Rafi Rafsanjani
- Rizky Asmara Gumilang
- Dary Ramadhan
- Gymnastiar Rahman

Narasumber perwakilan dari Duta GenRe Jawa Barat:

- Sobi Jatnika (sebagai Ketua Forum GenRe Jawa Barat)

Format video

Durasi : 40 Menit

Resolusi : 1080p

Aspect Ratio : 1920 x 1080 (16:9)

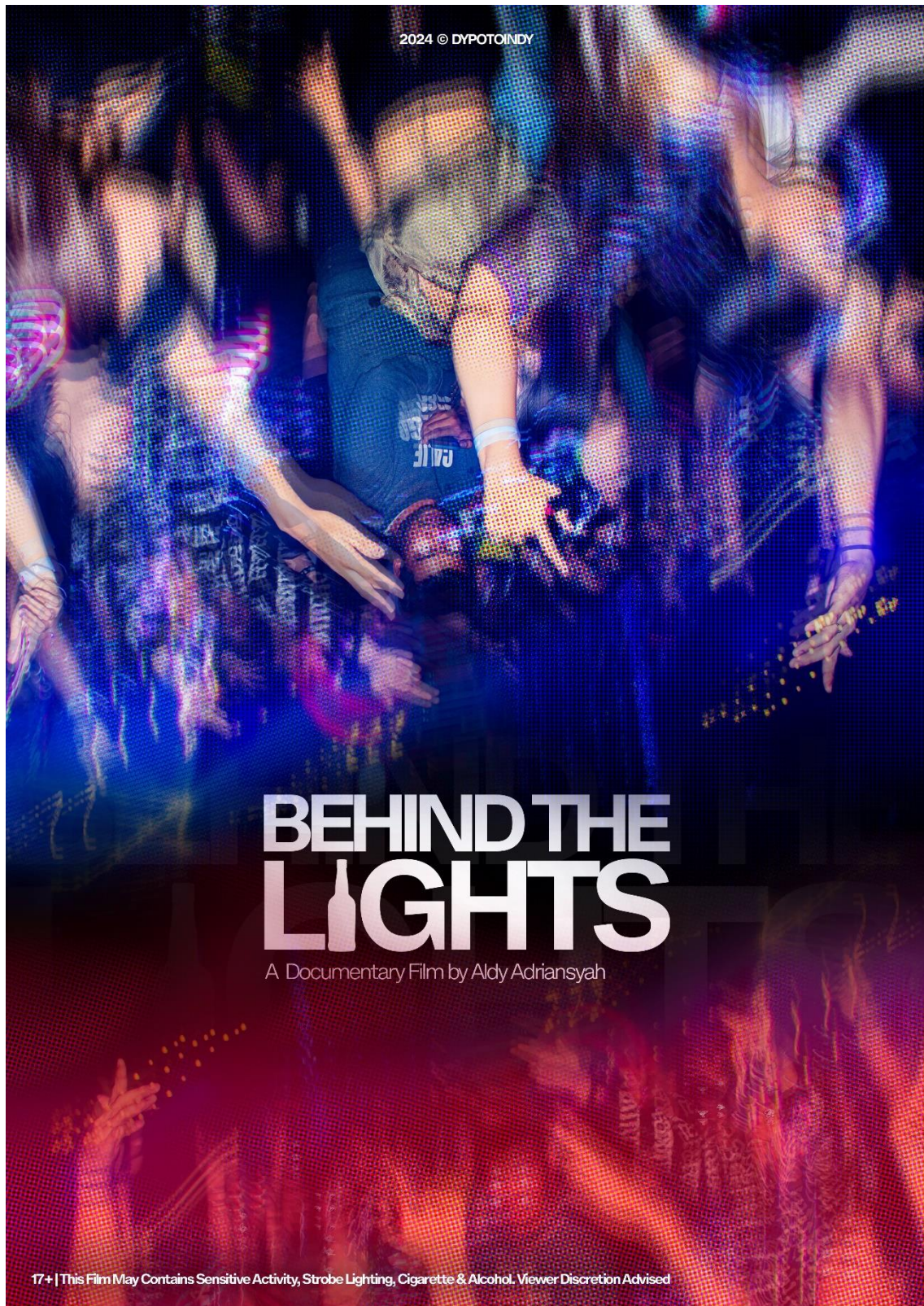
Audio : Stereo

**Still photo**



Gambar 3. (a,b,c,d,e still photo)

## Poster



Gambar 4. Poster

### C. SIMPULAN

Fenomena Sosial Gaya hidup *Clubbing* ini tidak bisa disepelekan karena dampak yang diberikan cukup serius terutama bagi generasi muda sekarang. Edukasi dampak buruk yang dikemas dalam film dokumenter ini diharapkan dapat meningkatkan *awareness* audiens remaja dan masyarakat luas tentang gaya hidup tersebut. Diharapkan film dokumenter ini dapat memberikan penjelasan dengan jelas dan efektif kepada audiens. Pesan “Seek the truth behind the lights” ditujukan untuk mengungkap apa yang terjadi dengan gaya hidup *clubbing* tersebut dengan jelas sehingga audiens dapat mengetahui apa yang selama ini mereka belum ketahui tanpa harus pergi ke tempat *clubbing* tersebut.

### D. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, E. Z., Ernawati, A., Yogananti, A. F., & Affandy, A. (2023). Menumbuhkan Minat dan Keterampilan Produksi Film Dokumenter pada Generasi Muda: Pelatihan pada Siswa-Siswi SMA Negeri 3 Kota Semarang. *Jurnal Abdidas*, 4(4), 333–345. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v4i4.818>
- Elvira S., Y., & M.A. Tetha. (2024). Gaya Hidup Clubbers pada Usia Emerging Adulthood. *Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 2(1), 1-14.
- Febriani, R.R. (2023). Perilaku Clubbing Pada Mahasiswa Di Kota Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia. 1–7.
- Kusuma Dewi, A., Amir Piliang, Y., & Iwan Saidi, A. (2020). Film sinematik-orkestra sebagai media komunikasi gaya hidup (studi kasus “setan jawa” karya garin nugroho). <http://proceedings.upi.edu/index.php/riksabahasa>
- Open Data Jabar. (2021). Jumlah Bar Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Diambil dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-bar-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Rizqy., V.J. (2019). Bergesernya Makna dan Fungsi Surau dalam Kehidupan Masyarakat Minangkabau Melalui Film Dokumenter “*SURAU KITO*” Dengan Gaya Ekpositori. *Online Journal of ISI Yogyakarta*, 2(2), 83-96
- Rusmawati, A., & A.E. Saputra. (2013). Analisis Kehidupan malam mahasiswa Kost di Kota Kediri. *Seminar Nasional dan Internasional Kediri*. 1-7.
- What's New Indonesia. (2023). What's New Bandung Best Nightclubs for Partying in Bandung. Diambil dari Best Nightclubs for Partying in Bandung | What's New Indonesia ([whatsnewindonesia.com](https://whatsnewindonesia.com))