

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Realitas Gaya Hidup *Clubbing*

1. Pengertian Realitas

K.J. Veeger (1990:8-9) Realita adalah keadaan sesuai kenyataan. Istilah ini bermakna luas, termasuk segala sesuatu yang ada, apakah dapat diselidiki atau sesuatu yang bertentangan dengan pengetahuan, filsafat, atau sistem. Realita dalam pengertian ini bisa termasuk keberadaan atau kenihilan. Dalam perenungan ini, realita yang dimaksud adalah "keadaan atau situasi yang sedang terjadi". Semua orang yang hidup dalam sistem ini adalah objek utama dari pengertian ini. Mereka yang hidup (menganut) sistem ini adalah lawan nyata yang sedang dihadapi. Realita dominan yang berpengaruh hari ini adalah "kekuatan-kekuatan" ideologi (idea; ideology), cara pandang (worldview) tentang hidup, dan sikap (behaviour) yang bertentangan dengan sistem iman dan telah merasuk banyak orang. Realita dapat dilihat, seperti :

- (1) **penekanan pada rasio dan rasionalisme** yang tanpa batas, Rasionalitas Realitas ini identik dengan kecerdasan dan logika. Segala sesuatu harus direspons dengan intelektual dan logika
- (2) **individualisme**, Ini menyangkut "suatu relasi atau hubungan individu". Realitas mementingkan diri sendiri membuat manusia tidak mampu mengenal dan peduli dengan pihak lain.
- (3) **oportunis atau prospektif**, Tindakan prospektif oportunis ialah tindakan yang didasarkan pada kemungkinan dan presumsi. Pada area ini, istilah

"percaya" dan "tidak percaya" atau "suka" atau "tidak suka" sangat dominan. Intinya mengharapkan yang terbaik dan menguntungkan. Tidak jauh berbeda dengan istilah oportunis, yakni bertindak untuk suatu keuntungan walau dalam kondisi tidak etis dan tidak bermoral. Istilah alkitabiahnya: "hidup secara duniawi", "mengejar keuntungan", "cinta uang", "mengejar kedudukan", dan sebagainya.

- (4) **Relativisme**, Realitas yang menekankan bahwa "kebenaran dan nilai moral itu tidak mutlak dan semua bergantung kepada pribadi atau kelompok yang berkepentingan" adalah realitas yang mengondisikan nilai dan kebenaran. Relativitas ini sangat terikat dengan berbagai kecenderungan rasionalitas, individualitas, dan oportunitas. Apa yang tidak realistis dan tidak menguntungkan adalah sesuatu yang patut diabaikan.

2. Tinjauan Gaya Hidup

Gaya hidup berasal dari kata "life style". Life artinya kehidupan. Sedangkan style adalah cara menyusun atau mengkomobinasikan elemen-elemen di dalam seni, sastra, desain dan arsitektur sehingga menghasilkan komposisi yang bermakna (Piliang, 2003). Gaya hidup berbeda dengan cara hidup (way of life). Cara hidup ditampilkan dengan ciri-ciri seperti norma, ritual, pola-pola tatanan sosial yang dekat dengan pengertian budaya berasal dari pekerjaan, gender, lokalitas, etnisitas dan umur. Sedangkan gaya hidup berkaitan "hal-hal dan proses yang memiliki kesamaan dalam tema-tema tertentu".

Konsep gaya hidup adalah istilah sosiologis dan antropologis yang menjelaskan mengenai "pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain". Didasarkan dari tindakan dan sikap rasional dalam konteks tertentu. Tinjauan gaya hidup tidak terlepas dari konsep dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Erving Goffman (1959) menunjukkan bahwa kehidupan manusia pada hakikatnya adalah penampilan *teatrikal* dalam sebuah panggung. "Teater" atau "panggung sandiwara"

memerlukan ruang, barang, bahasa tubuh, ritual, interaksi sosial untuk memfasilitasi gerak dan keinginan manusia tersebut.

Beda dengan budaya yang didefinisikan sebagai keseluruhan gaya hidup suatu masyarakat termasuk kebiasaan, adat istiadat, sikap dan nilai-nilai mereka. Menurut Sobel dalam Ibrahim (2003) definisi gaya hidup adalah :

- (1) Bagian dari kehidupan sehari-hari ekspresif yang bersifat khas yang dipraktikkan oleh sekelompok manusia dan secara tidak langsung menunjukkan identitas mereka.
- (2) Gaya hidup dapat dipandang ” estetisasi ” sebagai reaksi fungsional terhadap modernitas yang sangat fungsional, sarana integrasi baru dalam, tanggapan terhadap sekularisasi dan hilangnya makna kehidupan sehari-hari.

Sejalan dengan peningkatan ekonomi masyarakat dan difusi kebudayaan maka cara-cara masyarakat menggunakan barang untuk membangun batas sosial merupakan aspek utama. Proses konsumsi merupakan tanda penting dari pembentukan gaya hidup dimana produk sebagai simbol identitas lebih penting dari nilai fungsionalnya. Dengan demikian juga *Clubbing* bisa terjadi merupakan bagian dari “gaya hidup” yang disuarakan oleh para pemakainya dan jaringan ekonomi yang memproduksinya.

Melalui studi gaya hidup kita dapat memahami apa yang mereka lakukan, mengapa mereka melakukan dan apa makna tindakan tersebut bagi diri sendiri maupun orang lain. Ada pandangan yang menempatkan gaya hidup harus dipahami dalam kerangka modernitas. Menurut anggapan penulis pribadi, hal ini tidak sepenuhnya benar meskipun untuk modernitas tidak bisa dipahami tanpa membahas gaya hidup. Gaya hidup telah tumbuh bersamaan dengan kehidupan manusia sendiri ketika ” mereka merasa memerlukan

bahwa tindakan mereka harus dibentuk untuk mencitrakan pola hidup mereka”. Gaya hidup dapat di manifestasikan pada fashion, selera masakan, pilihan untuk bertempat tinggal, cara mengkonsumsi sesuatu hingga bacaan dan masih banyak lagi.

Plummer (1983) gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya. Adler (dalam Hall & Lindzey, 1985) menyatakan bahwa gaya hidup adalah hal yang paling berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang dalam hubungannya dengan tiga hal utama dalam kehidupan yaitu pekerjaan, persahabatan, dan cinta, sedangkan Sarwono (1989) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah konsep diri. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kottler dalam Sakinah,2002). Menurut Susanto (dalam Nugrahani,2003) gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku. Oleh karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang di masyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, gaya hidup metropolis, gaya hidup global dan lain sebagainya.

Hawkins (dalam Nugroho, 2002) yang mengatakan bahwa pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu dilaksanakan oleh seseorang berhubungan dengan keputusan. Orang yang sudah mengambil suatu

keputusan langkah selanjutnya adalah tindakan. Orang yang sudah mengambil keputusan untuk mencari kesenangan dari uang yang dimiliki seperti melakukan aktivitas nyata untuk berbelanja di mall atau supermarket, tentu saja memberi nilai tambah dari pada berbelanja di toko biasa.

Adapun penggunaan waktu dengan gaya hidup merupakan kreativitas individu dalam memanfaatkan waktu yang ada untuk kegiatan yang bermanfaat atau kegiatan untuk bersenang-senang. Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya dan dimensi self orientation.

Dalam perkembangannya istilah *Clubbing* ini berubah dan pada saat ini para hedonis mendefinisikan *Clubbing* adalah gaya hidup yang menuntut serba keren, *cool*, *trendi* dan mewah. *Clubbing* merupakan istilah *prokem* (symbol) khas anak muda yang berarti suatu dunia malam yang bernuansa aktivitas kebebasan, ekspresif, modern, teknologis, hedonis, konsumeristik dan metropolis yang menjanjikan segala bentuk kegembiraan sesaat.

3. Gaya Hidup Kota

Selain menimbulkan kelas baru, kota juga menciptakan gaya hidup (way of life) yang baru. Di kota-kota disamping pentingnya fungsi ekonomi, juga cukup berarti fungsi sosial budaya yang bertalian dengan sekularisasi. Intinya adalah penghalusan perilaku manusia atau kesopan santunan. Sama halnya bahwa difreniasi individu itu merupakan ekspresi sosial di dalam arena

perekonomian, demikian juga penghalusan perilaku merupakan syarat mutlak bagi penduduk yang padat di dalam ruang serta terbatas tanpa melahirkan disiplin kesangsian.

Sebaliknya ada kenyataan bahwa orang kota ditantang oleh cara-cara berfikir dan perilaku yang tak dibungkus oleh kesopanan; mereka mengembangkan suatu toleransi dan selera terhadap apa-apa yang baru (*novelty*). Ini berlatar belakang pada rasa saing, suatu hal yang tak dapat diterangkan oleh difrensiasi dan spesialisasi. Maka terciptalah rasa ketidak-tetapan (*impermanence*) dan selera serba coba-coba (*tentativeness*). Dua arus pengaruh ini menimbulkan gejala yang di sebut mode (*Fasion of Style*) yang nampak jelas pada pakaian, mebel, seni, pendidikan, hiburan termasuk *Clubbing*; juga pada aspek keagamaan dan pemerintah. Dalam mode ada rangsangan untuk meniru, menciptakan dan menemukan yang baru. Ini merupakan kemampuan dari individu untuk mengekspresikan dirinya secara bebas tanpa dibatasi dengan tradisi, kecurigaan dan perlawanan dari sekitarnya

Louis (1985:71) dalam membahas gaya hidup kota menjelaskan terdapatnya tiga kondisi yang menciptakan gaya hidup tersebut: (1) Jumlah manusianya, (2) kepadatannya. Dan (3) keheterogenitasnya. Semakin banyak jumlah manusianya di kota makin banyak bermunculan kegiatan dan lembaga baru.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut pendapat Armstrong dalam skripsi Nugraheni, P.N.A. (2003:52). Perbedaan Kecenderungan gaya Hidup Hedonis ditinjau dari lokasi tempat

tinggal yaitu gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Armstrong (dalam Nugraheni, 2003:53) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi (Nugraheni, 2003:54) dengan penjelasannya sebagai berikut :

- a. Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.
- b. Pengalaman dan pengamatan. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
- c. Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
- d. Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal perilaku.
- e. Motif Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.
- f. Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni (2003:57) sebagai berikut: Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota di dalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu, berdasarkan kelompok di dalam kehidupan *clubbers* yaitu:

- a. **Keluarga**, memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.
- b. **Kelas sosial**, adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.
- c. **Kebudayaan**, meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup berasal dari dalam (internal) dan dari luar (eksternal). Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan,

kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Adapun faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan adat dan tradisi masa lalu. *Clubbing* merupakan salah satu gaya hidup di zaman sekarang yang merupakan hasil adopsi dari negara-negara barat. Seseorang melakukan *clubbing* ada kemungkinan besar karena terinspirasi akan kehidupan para selebritis, orang-orang terkenal, orang-orang yang bekerja di bidang entertainmen dalam memperoleh kesenangan.

Clubbing dipandang oleh individu sebagai gaya hidup yang modern, bahwa individu dalam mengikuti gaya hidup modern dipengaruhi oleh faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu berhubungan dengan minat dan dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan yang diinginkan sesuai dengan perasaan hati. Selain itu, faktor intern individu melakukan *clubbing* dipengaruhi sikap. Sikap lebih cenderung berhubungan dengan kepribadian individu dalam menentukan suatu fenomena yang ditemui dalam kehidupannya. Faktor ekstern merupakan faktor di luar individu yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari. Faktor ekstern ini dibedakan atas faktor keluarga dan faktor lingkungan sosial. Faktor lingkungan keluarga yang kurang harmonis berdampak pada anggota keluarga untuk mencari kesenangan di luar rumah dan *clubbing* merupakan satu pilihan untuk mencari kesenangan tersebut. Adapun faktor lingkungan sosial merupakan faktor sosial individu dalam kegiatannya sehari-hari.

Individu yang memiliki sifat tidak tetap pendiriannya akan mudah terpengaruh oleh keadaan lingkungan sosial, di mana individu melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari. Apabila lingkungan sosial cenderung dalam kehidupan *clubbing*, maka ada kemungkinan besar individu tersebut juga masuk dalam lingkungan yang menyenangkan gaya hidup *clubbing*.

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi generasi muda untuk melakukan *clubbing* adalah faktor intern dan ekstern. Faktor intern yang berasal dari individu berhubungan dengan minat, motivasi, dan sikap (untuk hidup **fun** dan *happy*). Adapun faktor ekstern berasal dari lingkungan keluarga dan lingkungan sosial (berhubungan dengan pergaulan individu). Menurut Chaney (dalam Idi Subandy,1997:43) ada beberapa bentuk gaya hidup remaja hedonisme, antara lain:

1) **Industri Gaya Hidup**

Dalam abad gaya hidup, penampilan-diri itu justru mengalami estetisasi, “estetisasi kehidupan sehari-hari” dan bahkan tubuh/diri (body/self) pun justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. “Kamu bergaya maka kamu ada!” adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

2) **Iklan Gaya Hidup**

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan (korporasi), para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (image culture) dan budaya cita rasa (taste culture) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (subtle) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

3) **Public Relations dan Journalisme Gaya Hidup**

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti (celebrity based-culture), para selebriti

membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesori fashion”. Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (celebrity-inspired identity)-cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

4) Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami betul setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

B. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Dari uraian di atas dapat dinyatakan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan, melalui media iklan, modeling dari artis yang di idolakan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya.

Hedonisme atau falsafah mencari kenikmatan cukup populer di kalangan remaja. Dalam masyarakat kita, banyak orang hidup bagaikan murid setia

hedonisme, bahkan yang terjadi saat ini adalah falsafah tersebut menjadi pegangan hidup oleh sebagian orang. Menjadi Pecandu Narkoba : Sesungguhnya yang dicari oleh setiap hedonis adalah kenikmatan. Demikian juga bagi para pecandu narkoba. Hanya dengan satu alasan bahwa dengan menggunakannya maka mereka akan mendapat kenikmatan dan kebahagiaan. Di balik daya tarik dan khasiat dari narkotika tersebut, ternyata akhirnya mendatangkan kerugian yang tidak sedikit bagi pengguna, baik, kesehatan, kehidupan keluarga, bahkan harus sering dibayar dengan nyawa.

Hubungan antara *Clubbing* dan hedonisme adalah di karenakan oleh kejenuhan hidup yang sering dialami oleh pelaku tersebut, dan akhirnya jalan keluar didapati ketika seseorang mengkonsumsi minuman keras dan menggunakan narkoba karena pengaruh *clubbing*. Beranjak dari pernyataan tersebut maka para pengguna *clubbing* sesungguhnya selalu menghindari penderitaan. Kenyataan ini juga ditunjang oleh gaya hidup hedonis dan serba mewah di tengah-tengah gebyar lampu-lampu kelab malam, *Clubbing*, dan pub. Keranjang disko: Bukan hanya itu, melainkan *Clubbing* pun sekarang dikemas dengan berbagai macam cara, bukan hanya lampu dan musik yang bagus tapi praktek-praktek yang berbau pornografi pun masuk didalamnya, seperti berbagai tarian *erotis*, *ladis night* dan *free charge for ladis*. Keranjang *Clubbing* bagi para pemburu kenikmatan di mata sebagian masyarakat identik dengan *sex*, narkotika, minuman keras, atau aktivitas-aktivitas lainnya yang berakses pada hal-hal negatif. *Clubbing* adalah sebuah kenikmatan. Seperti cinta, *seks*, *alkohol*, judi, dan berbagai kenikmatan lain yang mencandu, bisa membuat orang kecanduan.

Kecanduan ini muncul ketika *Clubbing* bukan lagi sebuah sarana untuk bersenang-senang atau sekadar melepas ketegangan, melainkan sudah menjadi sebuah kebutuhan. *Clubbing* sebagai satu istilah yang sangat *familiar* dan populer dikalangan orang-orang perkotaan. Tidak sedikit remaja yang keranjingan dugem (dunia gemerlap malam) atau istilah lainnya dulalip (dunia kelap kelip malam) atau keranjingan diskotik. *Clubbing* adalah kebiasaan sebagian remaja perkotaan mereka rata-rata berasal dari keluarga berada, dan gemar mengikuti berbagai tren gaya hidup.

C. Tinjauan *Clubbers*

Mayoritas para *clubbers* adalah para generasi muda yang memiliki status sosio-ekonomi yang cukup baik. Ini terlihat dari kebutuhan-kebutuhan material yang menopang aktivitas *clubbing* yang jelas membutuhkan dana ekstra. Mulai dari pemilihan pakaian yang bermerek, properti, kendaraan, hingga perangkat *clubbing* itu sendiri (Perdana.2004). Selain itu menurut Susanto (2001), konsumen atau para pelaku *clubbing* itu tidak hanya para generasi muda yang notabennya sebagai pelajar dan mahasiswa, tetapi para eksekutif muda, pengusaha-pengusaha sukses, bahkan ibu rumah tangga ada juga yang menjadi para pelaku *clubbing*.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa para pelaku *clubbing* itu mayoritas berasal dari para generasi muda, para eksekutif muda, pengusaha-pengusaha sukses dan ibu rumah tangga pun juga ada yang melakukan *clubbing*. Biasanya, melakukan aktifitas mulai dari nongkrong di kafe, mendengarkan musik di pub, nyanyi di rumah karaoke, joget di *Clubbing*

atau jalan-jalan keliling kota lalu nongkrong di tempat tertentu hingga menjelang pagi. Penampilan remaja yang menyukai *clubbing* juga sangat khas. Mereka itu suka bersolek modis, gemar begadang, mempunyai bahasa pergaulan sendiri, dan tidak keberatan mengeluarkan uang (hingga berapa pun) demi membayar cover charge dan makanan yang mereka nikmati di tempat *Clubbing* atau aktivitas kumpul-kumpul di tempat hiburan malam).

Motivasi *Clubbing* bermacam-macam, ada yang beralasan untuk melepas stres, melepaskan kelelahan, membangun relasi bisnis di kalangan eksekutif, ada pula yang ingin mencari kesenangan atau refreshing di akhir pekan. Tak sedikit pula yang datang ke disko dengan alasan untuk melepaskan tekanan atau kepenatan di rumah dan berharap untuk mendapatkan kenikmatan dan kebahagiaan, khususnya sex, ada juga yang pergi ke *club* lantaran mengaku sudah hobi berat. Bahkan di salah satu program televisi swasta telah hadir suatu acara hiburan bertajuk "*Clubbing*" dengan slogannya "Gemerlapnya Dunia Gemerlap." Acara yang ada dalam program tersebut bermuatan kehidupan yang serba glamour dan pesta pora. Tidak heran para hedonis yang mengambil informasi tentang dunia hiburan di kota metropolitan melalui acara tersebut.

D. Tinjauan Kota

1. Pengertian Peradaban Kota

Peradaban, suatu istilah terjemahan dari *civilization*, bertalian erat dengan kata latin *civis* (warga kota) dan *civitas* (kota; kedudukan warga kota). Peradaban

acapkali dalam berbagai literature dibandingkan bahkan dikonfrontasikan dengan kebudayaan atau budaya.

Masyarakat kota sebagai system dinamis berarti di sini dimungkinkan terjadinya perubahan. Perubahan tersebut dapat dipandang sebagai suatu proses yang selain berlangsung terus, juga bermakna bagi masyarakat itu sendiri. Material yang hingga sekarang tersedia untuk menunjukkan arah kemungkinan membuat perumusan mengenai perubahan sosial, banyak digali dari proses yang terjadi dalam kota seperti *urbansisasi*, *industrialisasi*, dan *moderenisasi*.

2. Sifat -sifat Masyarakat Kota

Masyarakat kota adalah masyarakat yang anggota-anggotanya terdiri dari manusia yang bermacam-macam lapisan/ tingkatan hidup, pendidikan, kebudayaan dan lain-lain. Mayoritas penduduknya hidup berjenis-jenis usaha yang bersifat non agraris. Yang dapat kita rasakan sistim kehidupan masyarakat kota mempunyai corak-corak kehidupan tertentu yang jauh berbeda apabila dibandingkan dengan masyarakat di desa. Sifat-sifat yang tampak menonjol pada masyarakat di kota, Daldjoeni (1985: 59) dalam bukunya *Seluk Beluk Masyarakat Kota* yaitu:

a. Sikap Kehidupan

Sikap hidupnya cenderung pada induviduisme/egoisme. Yaitu masing-masing anggota masyarakat berusaha sendiri-sendiri tanpa terikat oleh anggota masyarakat lainnya, hal mana menggambarkan corak hubungan

yang terbatas, di mana setiap individu mempunyai otonomi jiwa atau kemerdekaan pribadi sebagaimana yang disebut oleh Djodjodiguno. dengan istilahnya masyarakat PATEMBAYAN atau sama dengan yang dimaksud oleh sosiologi Jerman Ferdinand Tönnies yang terkenal dengan istilahnya GESSELLSCHAFT.

b. Tingkah Laku

Tingkah lakunya bergerak maju mempunyai sifat kreatif, radikal dan dinamis. Dari segi budaya masyarakat kota umumnya mempunyai tingkah budaya yang lebih tinggi karena kreativitas dan dinamikanya kehidupan kota lebih lekas menerima yang baru atau membuang sesuatu yang lama, lebih lekas mengadakan reaksi, lebih cepat menerima mode-mode dan kebiasaan-kebiasaan baru.

Kedok peradaban yang diperoleh ini dapat memberikan sesuatu perasaan harga diri yang lebih tinggi, jauh berbeda dengan seni budaya dalam masyarakat desa yang bersifat statis. Derajat kehidupan masyarakat kota terdiri dari berbagai macam tingkatan yaitu dari tingkatan tertinggi sampai dengan tingkatan terendah, sehingga timbulnya golongan masyarakat yang atau kelompok-kelompok kecil yang mempunyai corak tersendiri, sesuai dengan warna hidup kepribadian anggota-anggotanimaksudkannya. Yang dimaksudkan adalah “Masyarakat dalam arti sempit” sebagaimana dikemukakan oleh Prof. Djodjodiguno, S.H.

c. Perwatakan Masyarakat Kota

Perwatakannya cenderung pada sifat materialistis. Akibat dari sikap hidup yang egoism dan pandangan hidup yang radikal dan dinamis menyebabkan masyarakat kota lemah dalam segi religi, yang mana menimbulkan efek-efek negative yang berbentuk tindakan a moral, indisipliner, kurang memperhatikan tanggungjawab sosial.

E. Kerangka Pikir

Dalam realitas gaya hidup *Clubbing* Salah satu alasan yang sering dikemukakan orang ketika *Clubbing* adalah untuk menghilangkan stress dan menyelesaikan permasalahan. Akan tetapi anggapan ini belum tentu terbukti. Kesenangan dan kebahagiaan yang dirasakan saat *Clubbing* tentunya tidak bisa menjadi solusi terbaik atas permasalahan yang dihadapi. Bisa jadi, kesenangan tersebut adalah reaksi emosi sementara yang terjadi pada saat sedang melakukan *Clubbing*. Artinya, pada saat *Clubbing*, orang bisa menikmati kesenangan dan merasa terbebas dari permasalahannya. Akan tetapi setelah itu, pastinya permasalahan yang belum terselesaikan kembali muncul bahkan bisa jadi menimbulkan permasalahan baru.

Sayangnya ada banyak anggapan, yang menilai bahwa menjadi anak *gaul* itu harus kenal *Clubbing*. Minimal pernah mencoba. Apabila belum mengenal *Clubbing* atau dunia malam berarti “nggak gaul”, “jadul”, “cupu” “katrok”. Akibatnya banyak anak muda yang tersugesti dengan pernyataan nggak *Clubbing* berarti nggak gaul. Kaum *clubbers* secara logis dalam konteks ini adalah kaum plagiator yang mengimpor secara mentah-mentah gaya hidup

dunia barat kedalam kehidupan sosial mereka. Di kalangan para *clubbers*, ada tiga narasi yang selalu melandasi cara pandang dan perilakunya, yakni *gaul*, *funcy*, dan *happy*. Dimana kesemuanya berlabuh pada satu narasi besar yakni gengsi akan mudah terpengaruh oleh keadaan lingkungan sosial, di mana individu melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari.

Apabila lingkungan sosial cenderung dalam kehidupan *Clubbing*, maka ada kemungkinan besar individu tersebut juga masuk dalam lingkungan yang menyenangkan gaya hidup *Clubbing* dengan kesenangan Sesaat, dan gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Melalui *Clubbing* pelaku *Clubbing* merasa menemukan jati diri, disana mereka bisa sebebasnya, meneguk alcohol, narkoba dan memesan jasa wanita, tertawa sampai pagi, lalu pulang dalam keadaan mabuk dan lelah dengan mendatangkan konflik dan masalah baru. Kenakalan merupakan bagian masyarakat secara menyeluruh akibat dari perbuatan yang nakal dapat merugikan diri dan orang disekitarnya sehingga tidak dapat diandalkan untuk memperbaiki lingkungan dan bagi remaja akan mendapat kendala dalam meneruskan cita-cita. Adapun penggunaan waktu dengan gaya hidup merupakan kreativitas individu dalam memanfaatkan waktu yang ada untuk kegiatan yang bermanfaat atau kegiatan untuk bersenang-senang. Dapat dinyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di

ekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya dan dimensi *self orientation* atau yang sering di sebut orientasi diri.

Dalam perkembangannya istilah *Clubbing* ini berubah dan pada saat ini para hedonis mendefinisikan *Clubbing* adalah gaya hidup yang menuntut serba keren, *cool*, *trendi* dan mewah. *Clubbing* merupakan istilah *prokem* (symbol) khas anak muda yang berarti suatu dunia malam yang bernuansa aktivitas kebebasan, ekspresif, modern, teknologis, hedonis, konsumeristik dan metropolis yang menjanjikan segala bentuk kegembiraan sesaat.

Kerangka Pemikiran

