

ABSTRAK

PERSEPSI KONSUMEN TENTANG MUSIK JAZZ

Studi Kasus pada Komunitas Jazz Jogja

Graciades Hadi Herdanto

052214056

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap konser musik jazz. Konsumen diteliti pada jenis kelamin dan pendapatan atau uang saku perbulan, sedangkan persepsi konser musik jazz terdiri atas : arransemen musik , penampilan, sound sistem, tata panggung, tata cahaya, multimedia, ketenaran, cinderamata, harga tiket, lokasi pentas, sponsor, MC. Penelitian bersifat kuantitatif, mengambil lokasi di Bentara Budaya, berlangsung pada bulan Maret 2011, dan subyek penelitian Komunitas Jazz Jogja.

Sampel yang digunakan berukuran 60, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner dan observasi, metode yang digunakan untuk mengambil sampel ialah *purposive sampling*. Persepsi responden terhadap atribut konser musik jazz dapat diketahui dengan menggunakan analisis Nilai Indeks (NI) ; perbedaan persepsi responden terhadap jenis kelamin menggunakan *ANOVA* ; perbedaan persepsi responden terhadap pendapatan atau uang saku dapat diketahui dengan menggunakan analisis Kruskal Wallis.

Penelitian menunjukkan ada beda persepsi konsumen konser musik jazz terhadap jenis kelamin yaitu pada : sound sistem, cinderamata, harga tiket, sponsor ; penelitian ini juga memberi hasil ada beda pada semua persepsi konsumen konser musik jazz terhadap pendapatan atau uang saku konsumen.

ABSTRACT

CONSUMERS' PERCEPTION ON JAZZ MUSIC CONCERT

A Case Study on Jogja Jazz Community

Graciades Hadi Herdanto

052214056

This research aims at analyzing consumers' perception on jazz music concert. Consumers' perception is analyzed based on consumers' gender and income. Whereas, perception on jazz music concert covers music arrangement, performance, sound system, stage setting, lighting, multimedia, popularity, souvenirs, ticket prices, venues, sponsors, hosts. This quantitative research took place in Bentara Budaya on March 2011. The subjects were Jogja Jazz Community members.

The samples were 60 persons who were selected using *purposive sampling* method. Questionnaire and observation were used for data collection. The *Index Score* analysis was utilized to reveal respondents' perception towards jazz music concert attribute. *ANOVA* analysis was used to test respondents' perception differences based on income differences.

Results show that consumers with difference gender have difference perception towards jazz music concert attributes of sound system, souvenirs, ticket prices, and sponsor. Results also show that there are differences on consumers' perception of jazz music concert based on consumers' income.