

TESIS  
TATA KELOLA SENI

***EXPERIENCE MARKETING FESTIVAL MUSIK  
BERBASIS TEKNOLOGI *BLOCKCHAIN*  
DALAM PRAMBANAN JAZZ FESTIVAL***



Untuk memperoleh Gelar Magister  
dalam Program Studi Magister Tata Kelola Seni  
Minat Utama Manajemen Seni

**Bening Gupita Esti**  
2420291420

**PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2026**

TESIS  
TATA KELOLA SENI

***Experience Marketing Festival Musik  
Berbasis Teknologi Blockchain  
dalam Prambanan Jazz Festival***



Untuk memperoleh Gelar Magister  
dalam Program Studi Magister Tata Kelola Seni  
Minat Utama Manajemen Seni

**Bening Gupita Esti**  
2420291420

**PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2026**

TESIS  
TATA KELOLA SENI

*Experience Marketing Festival Musik  
Berbasis Teknologi Blockchain  
dalam Prambanan Jazz Festival*

Oleh:  
Bening Gupita Esti  
NIM 2420291420

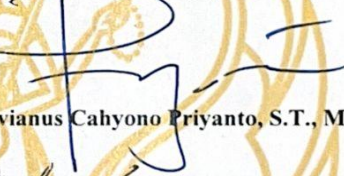
Telah dipertahankan pada tanggal 22 Juni 2026 di depan  
Dewan Penguji yang terdiri dari:

Pembimbing Utama



Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, S.E., M.Si.

Penguji Ahli



Octavianus Cahyono Priyanto, S.T., M.Arch., Ph.D

Ketua,



Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A.

Yogyakarta, 24 JUN 2026

Direktur

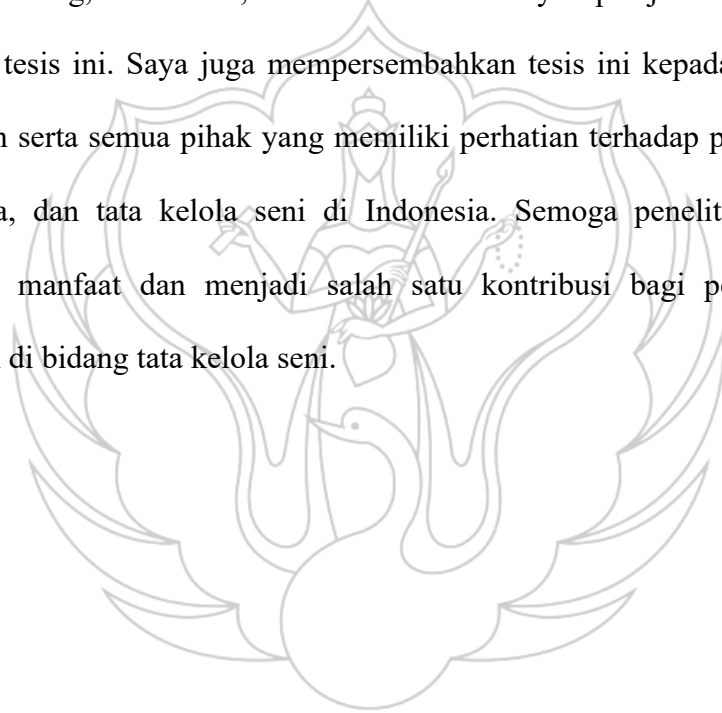


Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si.

NIP. 19721023 200212 2001

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik, dan tepat waktu. Karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi selama menempuh pendidikan. Kepada para dosen dan seluruh pihak yang telah membimbing, membantu, dan memberikan banyak pelajaran dalam proses penyusunan tesis ini. Saya juga mempersembahkan tesis ini kepada rekan-rekan seperjuangan serta semua pihak yang memiliki perhatian terhadap perkembangan seni, budaya, dan tata kelola seni di Indonesia. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi salah satu kontribusi bagi pengembangan pengetahuan di bidang tata kelola seni.



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bening Gupita Esti  
NIM : 2420291420  
Program Studi : Magister Tata Kelola Seni  
Program Pascasarjana : Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa pertanggungjawaban tesis berjudul: “*Experience Marketing Festival Musik Berbasis Teknologi Blockchain* dalam Prambanan Jazz Festival” benar-benar merupakan karya asli saya sendiri, bukan hasil jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Karya ini belum pernah dipublikasikan dalam bentuk apapun dan belum pernah dipergunakan untuk mengambil gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.

Saya bertanggung jawab penuh atas keaslian seluruh isi karya ini. Apabila terbukti ada pemalsuan dan/atau pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan akademik, termasuk hingga pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Juni 2026  
Yang membuat pernyataan,

Bening Gupita Esti

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis fungsi *Non-Fungible Token* (NFT) sebagai instrumen *experience marketing* dalam penyelenggaraan Prambanan Jazz Festival (PJF), yang menjadi salah satu festival musik pertama di Indonesia yang mengadopsi NFT sebagai sistem *membership* dan *ticketing* berbasis *blockchain* sejak 2022. Menggunakan kerangka Experiential Marketing Schmitt (1999) dengan lima Strategic Experiential Modules (SEMs), penelitian ini mengkaji bagaimana ekosistem NFT mengaktifkan dimensi-dimensi pengalaman tersebut. Pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam dilakukan terhadap empat belas narasumber, terdiri atas pemegang NFT dari berbagai tier kepemilikan serta jajaran penyelenggara festival. Hasil penelitian menunjukkan kelima modul SEMs berhasil diaktifkan, namun dengan efektivitas yang tidak merata. Modul *Feel* paling konsisten lintas seluruh *tier* melalui rasa kepemilikan aset digital yang persisten dan nilai simbolik eksklusivitas. Modul *Sense* dan *Act* hanya teraktivasi secara bermakna pada *tier* menengah keatas, sementara modul *Relate* menjadi titik terlemah akibat komunitas yang bersifat musiman. Penelitian ini juga mengidentifikasi tiga dimensi nilai NFT PJF, yakni nilai fungsional, simbolik, dan finansial. Implementasinya terkendala oleh sistem *gacha* yang menciptakan kesenjangan pengalaman antar *tier*, kompleksitas teknis bagi pengguna berliterasi rendah, serta ketidakkonsistenan benefit lintas tahun. Penelitian ini menyimpulkan NFT PJF merupakan inovasi yang hadir mendahului kesiapan ekosistemnya, namun memiliki potensi signifikan apabila dikembangkan melalui desain pengalaman yang lebih inklusif, distribusi benefit yang berkeadilan, dan strategi komunitas yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** *Non-Fungible Token*, *Experience Marketing*, Festival Musik, *Blockchain*.

## **ABSTRACT**

*This study analyses the function of Non-Fungible Token (NFT) as an experience marketing instrument in the organization of Prambanan Jazz Festival (PJF), one of the first music festivals in Indonesia to adopt NFT as a blockchain-based membership and ticketing system since 2022. Drawing on Schmitt's (1999) Experiential Marketing framework with five Strategic Experiential Modules (SEMs), this study examines how the NFT ecosystem activates these experiential dimensions. A descriptive qualitative approach with in-depth interviews was conducted with fourteen informants, comprising NFT holders across various ownership tiers and festival organizers. The findings reveal that all five SEMs were activated, albeit with uneven effectiveness. The Feel module proved most consistent across all tiers, driven by a persistent sense of digital asset ownership and the symbolic value of exclusivity. The Sense and Act modules were only meaningfully activated among mid-to-upper tier holders, while the Relate module emerged as the weakest point due to a predominantly seasonal community. This study further identifies three value dimensions embedded in PJF's NFT: functional, symbolic, and financial. Implementation was constrained by a gacha-based distribution system that created experiential disparities across tiers, technical complexity for low-literacy users, and inconsistent benefits year over year. This study concludes that PJF's NFT represents an innovation that preceded the readiness of its own ecosystem, yet holds significant potential if developed through more inclusive experience design, equitable benefit distribution, and a sustainable community strategy.*

**Keywords:** *Non-Fungible Token, Experience Marketing, Music Festival, Blockchain.*

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis yang berjudul “***Experience Marketing Festival Musik Berbasis Teknologi Blockchain dalam Prambanan Jazz Festival***” dapat diselesaikan. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Seni pada Program Studi Tata Kelola Seni, Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penyusunan tesis ini bertujuan untuk mengkaji penerapan NFT sebagai bagian dari strategi *experience marketing* dalam festival musik, khususnya pada penyelenggaraan Prambanan Jazz Festival. Penelitian ini berfokus pada bagaimana teknologi digital digunakan untuk membangun pengalaman audiens, meningkatkan keterlibatan pengunjung, memperkuat nilai eksklusivitas, serta menciptakan bentuk interaksi baru antara festival, teknologi, dan komunitas audiens di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian tata kelola seni, khususnya dalam konteks transformasi digital, pemasaran pengalaman, dan inovasi pengelolaan festival musik di Indonesia.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis memperoleh bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Irwandi, M.Sn selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A selaku Ketua Program Studi Tata Kelola Seni Program Magister & selaku Ketua Penguji Ujian Tesis atas bimbingan akademik, wawasan, dan pembelajaran yang diberikan selama masa studi.
4. Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan panduan dan bimbingan dalam proses pelaksanaan penelitian dan penulisan Tesis ini.
5. Octavianus Cahyono Priyanto, S.T., M.Arch., Ph.D selaku Penguji Ahli Ujian Tesis atas bimbingan dan pelajaran yang diberikan.
6. Seluruh tenaga pendidik di lingkungan Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pengembangan wawasan dalam bidang tata kelola seni.
7. Seluruh narasumber, praktisi, pelaku industri kreatif, serta pihak-pihak terkait yang telah membantu memberikan data, informasi, dan perspektif dalam proses penelitian.

8. Staf dan karyawan Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta atas bantuan administratif selama proses studi hingga penyelesaian tesis.
9. Kedua orang tua terkasih saya, keluarga, adik-adik, serta orang-orang terdekat saya yang telah memberikan dukungan hebat & doa terbaik sealama menempuh Pendidikan magister.
10. Teman-teman mahasiswa Program Studi Tata Kelola Seni Program Pascasarjana ISI Yogyakarta yang telah menjadi ruang bertukar pikiran, berdiskusi, dan saling mendukung selama masa perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat diharapkan guna penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, praktik tata kelola seni, serta kajian mengenai transformasi digital dalam ekosistem festival musik.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

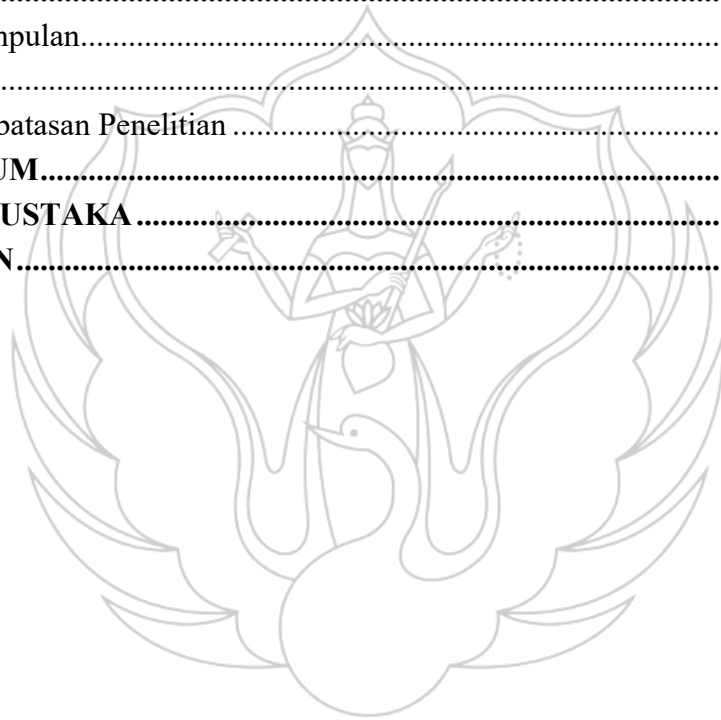
Yogyakarta, Juni 2026

Bening Gupita Esti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis .....	7
2. Manfaat Praktis .....	7
3. Manfaat bagi Masyarakat.....	8
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
<b>A. Kajian Pustaka</b> .....	<b>9</b>
<b>B. Landasan Teori</b> .....	<b>16</b>
1. Experience Marketing .....	16
2. Customer Experience dan Customer Journey .....	20
3. Perceived Value .....	24
4. TAM, UTAUT, dan Adaptasinya dalam Konteks NFT Festival .....	27
5. Non-Fungible Token (NFT) dan Teknologi Blockchain .....	30
6. Festival Musik.....	37
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	44
B. Teknik Pengumpulan Data .....	48
C. Teknik Analisis Data .....	49
D. Sistematika Penulisan.....	50

<b>BAB IV</b>	
<b>HASIL &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Profil Prambanan Jazz Festival dan Implementasi NFT .....	52
B. Persepsi dan Motivasi Pengguna NFT .....	60
C. Pengalaman Pengguna dalam Ekosistem NFT PJF .....	67
D. Nilai NFT dalam Ekosistem Experience Marketing PJF .....	72
E. Perspektif Penyelenggara: NFT sebagai Instrumen Experience Marketing	76
F. Keterbatasan, Kritik, dan Harapan Pengguna .....	79
G. Sintesis: NFT sebagai Instrumen Experience Marketing di Prambanan Jazz Festival .....	84
<b>BAB V</b>	
<b>PENUTUP.....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran .....	90
C. Keterbatasan Penelitian .....	93
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>95</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Ringkasan Kajian Pustaka dan Posisi Penelitian.....	15
<b>Tabel 3. 1</b> Profil Informan Penelitian.....	48



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b>	Kategori NFT Prambanan Jazz Festival 2025.....	2
<b>Gambar 4. 1</b>	Website Prambanan Jazz Festival 2026.....	54
<b>Gambar 4. 2</b>	Website Kemdiktisaintek Kolaborasi.....	55
<b>Gambar 4. 3</b>	Penyelenggaraan Prambanan Jazz Festival 2025.....	56
<b>Gambar 4. 4</b>	Penyelenggaraan Prambanan Jazz Festival 2025.....	57
<b>Gambar 4. 5</b>	Website Prambanan Jazz Festival NFT.....	59



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mendorong perubahan yang signifikan pada industri festival musik. Perubahan tersebut tidak hanya mempengaruhi proses produksi dan distribusi konten, tetapi juga mempengaruhi cara penyelenggara membangun dan menyampaikan nilai kepada audiens (Kotler *et al.*, 2021). Dalam konteks ini, festival musik tidak lagi dipahami hanya sebagai penyelenggaraan pertunjukan musik, tetapi sebagai ruang yang menghadirkan pengalaman bagi audiens melalui keterlibatan emosional dan sosial. Sejalan dengan perubahan tersebut, fungsi tiket festival juga mengalami perkembangan. Tiket tidak hanya berperan sebagai akses masuk ke lokasi acara, tetapi juga merepresentasikan keterlibatan dan partisipasi audiens dalam sebuah aktivitas kultural.

Perkembangan ekosistem digital dalam industri festival musik belum sepenuhnya diimbangi oleh sistem distribusi dan validasi tiket yang memadai. Kondisi ini masih memunculkan berbagai kerentanan, seperti penipuan, pemalsuan, dan duplikasi tiket digital. Dampak yang ditimbulkan tidak hanya berkaitan dengan kerugian ekonomi, tetapi juga mempengaruhi pengalaman pengunjung serta tingkat kepercayaan terhadap penyelenggara festival. Nakamoto (2008) menjelaskan bahwa persoalan tersebut berkaitan dengan penggunaan infrastruktur digital yang bersifat terpusat, dimana proses validasi dikendalikan oleh satu otoritas. Struktur tersebut dinilai memiliki risiko terhadap manipulasi dan gangguan sistem. Situasi ini

mendorong industri festival untuk mempertimbangkan penggunaan infrastruktur alternatif yang lebih aman dan memiliki sistem validasi yang lebih terpercaya.



Gambar 1. 1 Kategori NFT Prambanan Jazz Festival 2025

(Sumber: Pranala Situs Web <https://www.instagram.com/prambananjazz/>)

*Non-Fungible Token* (selanjutnya disebut NFT) hadir sebagai salah satu alternatif dalam merespons kelemahan pada sistem distribusi dan validasi tiket digital. Teknologi ini berbasis *blockchain* yang memungkinkan pencatatan kepemilikan aset

digital secara unik, dapat diverifikasi, dan sulit untuk dipalsukan tanpa bergantung pada otoritas terpusat. NFT terhubung dengan *smart contract* pada jaringan *blockchain* sehingga setiap transaksi dapat tercatat secara permanen dan transparan. Pemanfaatan NFT tidak terbatas pada fungsi validasi tiket, tetapi juga membuka peluang pengembangan nilai tambah dalam pengalaman festival. Melalui kepemilikan aset digital, penyelenggara dapat menyediakan akses terhadap konten kolektibel, fasilitas komunitas eksklusif, serta pengalaman festival yang bersifat terbatas dan personal (Nadini *et al.*, 2021). Perluasan fungsi ini yang menjadikan NFT relevan sebagai instrumen pemasaran berbasis pengalaman.

Potensi tersebut tidak hadir tanpa tantangan konkret. Dari perspektif pengguna, kerumitan antarmuka, tuntutan pengelolaan dompet digital, serta fluktuasi nilai aset menjadi hambatan nyata yang membatasi jangkauan audiens. Tren adopsi NFT secara global mengalami penurunan setelah mencapai tingkat popularitas yang tinggi pada periode 2021 hingga 2022. Penurunan volume transaksi NFT pada tahun 2023 hingga 2024 menunjukkan bahwa perkembangan adopsi sebelumnya cenderung dipengaruhi oleh spekulasi dan tren pasar dibandingkan kebutuhan fungsional yang jelas (Cho *et al.*, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa implementasi NFT memerlukan perancangan pengalaman yang relevan dengan konteks dan kebutuhan audiens. Tanpa pendekatan tersebut, penggunaan NFT berpotensi hanya menjadi simbol inovasi teknologi tanpa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman audiens dalam festival musik. Indonesia menghadapi lapisan tantangan tambahan yang dipengaruhi oleh kondisi lokal yang spesifik. Tingkat literasi masyarakat terhadap teknologi *blockchain* masih terbatas, infrastruktur digital pendukung belum tersebar

merata, dan kerangka regulasi aset digital masih berada dalam tahap pengembangan. Kondisi ini mencerminkan kesenjangan struktural antara potensi teknologi secara teoritis dan kesiapan ekosistem sosial yang mengadopsinya. Integrasi NFT dalam festival musik Indonesia dengan demikian memerlukan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada kecanggihan teknologi, tetapi juga responsif terhadap realitas sosial dan budaya penggunanya.

Prambanan Jazz Festival (selanjutnya disebut PJF) merupakan festival musik dan budaya berskala nasional yang diselenggarakan di kompleks Candi Prambanan, Yogyakarta. PJF menjadi pelopor dalam mengintegrasikan NFT ke dalam ekosistem festival musik di Indonesia sejak tahun 2022. Melalui koleksi digital "*Hanoman*", "*Roro Jonggrang*", "*Supreme*", dan "*Emperor*", PJF tidak sekadar memperkenalkan sistem tiket berbasis *blockchain*, tetapi juga membangun bentuk keterlibatan baru yang berlandaskan kepemilikan digital dan akses eksklusif. Pemegang NFT PJF mendapatkan berbagai keistimewaan yang melampaui akses standar festival: area khusus di *venue*, cinderamata resmi, akses *backstage* terbatas, hingga konten digital kolektibel yang dapat diperdagangkan di pasar sekunder. Posisi PJF sebagai festival pelopor di Indonesia menjadikannya kasus yang strategis untuk dikaji secara mendalam.

Penerapan NFT dalam PJF tidak terlepas dari kontradiksi yang memerlukan kajian kritis. NFT dihadirkan sebagai inovasi yang menjanjikan pengalaman eksklusif, sementara tingkat pemahaman pengunjung terhadap teknologi tersebut sangat beragam. Pengamatan awal terhadap komunitas pengguna pada platform Telegram yang dikelola ekosistem NFT PJF menunjukkan bahwa partisipasi aktif umumnya

adalah individu dengan pemahaman mendalam tentang ekosistem kripto dan *blockchain*, bukan pengunjung festival pada umumnya. Kelompok ini memahami bukan hanya fungsi dasar tiket sebagai akses masuk ke *venue*, tetapi juga aspek teknis seperti pengelolaan dompet digital, mekanisme transaksi di pasar sekunder, dan dinamika nilai aset digital. Audiens umum festival masih menghadapi hambatan masuk yang nyata dari sisi teknis, finansial, dan kognitif. Disparitas adopsi ini berpotensi bertentangan dengan tujuan festival sebagai ruang inklusi budaya yang terbuka bagi seluruh kalangan.

Kajian akademik tentang NFT dalam industri hiburan sebagian besar menempatkan teknologi ini dalam kerangka ekonomi digital, dengan fokus dominan pada spekulasi nilai aset dan mekanisme *blockchain* (Tewari & Pande, 2025). Pendekatan ini menjadikan NFT sebagai objek evaluasi teknologi, alih-alih sebagai medium pembentukan pengalaman bagi penggunanya. Kesenjangan ini menjadi semakin terasa pada konteks festival musik, di mana kajian *Experience Marketing* selama ini berkembang pada instrumen konvensional, seperti aktivasi merek, desain ruang, dan interaksi sosial langsung. Belum banyak menyentuh instrumen berbasis aset digital seperti NFT. Penelitian ini diposisikan untuk mengisi kesenjangan tersebut, dengan menempatkan NFT bukan sebagai objek evaluasi keberhasilan teknologi, melainkan sebagai instrumen *Experience Marketing* yang membentuk keterlibatan dan pemaknaan audiens terhadap festival musik. PJJ dipilih sebagai studi kasus karena posisinya sebagai festival pelopor integrasi NFT di Indonesia, sehingga memungkinkan penelitian ini mengamati proses pembentukan pengalaman tersebut secara mendalam dan kontekstual.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang bagaimana NFT diintegrasikan sebagai strategi pemasaran dalam festival musik, bagaimana audiens memaknai dan merespons kehadiran NFT dalam pengalaman festival. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Prambanan Jazz Festival mengintegrasikan NFT sebagai instrumen *Experience Marketing* dalam ekosistem festival, mulai dari tahap pra-acara, saat acara, hingga pasca-acara?
2. Bagaimana pengalaman audiens terhadap NFT terbentuk melalui dimensi *Sense, Feel, Think, Act,* dan *Relate,* dan nilai apa yang dimaknai audiens dari pengalaman tersebut?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki dua tujuan, yaitu:

1. Mendeskripsikan proses integrasi NFT sebagai instrumen *Experience Marketing* dalam ekosistem Prambanan Jazz Festival, mulai dari tahap pra-acara, saat acara, hingga pasca-acara.
2. Menganalisis pembentukan pengalaman audiens terhadap NFT dalam festival musik melalui dimensi *Sense, Feel, Think, Act,* dan *Relate,* serta nilai yang dimaknai audiens dari pengalaman tersebut.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian *experience marketing* dalam konteks festival musik, khususnya terkait penggunaan NFT dalam membentuk pengalaman audiens. Penelitian ini juga memberikan pemahaman konseptual mengenai bagaimana NFT diintegrasikan dalam ekosistem festival melalui tahapan pra-acara, saat acara, dan pasca-acara, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi pengalaman dan keterlibatan pengunjung. Selain itu, penelitian ini menambah literatur mengenai peran NFT sebagai medium yang tidak hanya berfungsi sebagai akses digital, tetapi juga sebagai bagian dari pengalaman, interaksi, dan pembentukan makna dalam konteks festival musik.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini menghasilkan pola implementasi NFT dalam konteks festival musik, yang dapat digunakan sebagai referensi bagi penyelenggara dalam merancang integrasi teknologi secara lebih terstruktur dan relevan dengan alur pengalaman pengunjung. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi pola respons dan hambatan audiens, termasuk tingkat pemahaman, persepsi nilai, serta kendala dalam penggunaan NFT. Temuan ini dapat menjadi dasar dalam menyusun strategi yang lebih adaptif, terutama dalam menyesuaikan kompleksitas teknologi dengan kondisi literasi digital audiens. Lebih lanjut, penelitian ini memberikan arah pengembangan

penggunaan NFT berbasis pengalaman, seperti pemanfaatan sebagai akses eksklusif, memorabilia digital, dan penguatan komunitas, sehingga implementasinya tidak berhenti pada aspek *novelty*, tetapi berkontribusi pada keberlanjutan hubungan antara festival dan audiens.

### **3. Manfaat bagi Masyarakat**

Bagi masyarakat umum, khususnya penggemar musik dan calon pengunjung festival, penelitian ini memberikan gambaran sederhana mengenai apa itu NFT dan bagaimana cara kerjanya dalam konteks tiket atau pengalaman festival, sehingga dapat membantu mengurangi kebingungan atau kekhawatiran saat pertama kali bersentuhan dengan teknologi ini. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan edukasi awal mengenai pentingnya berhati-hati dalam bertransaksi digital, mengingat masih banyak masyarakat yang rentan terhadap penipuan berkedok aset digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dengan latar belakang literasi digital yang berbeda-beda untuk lebih siap ketika menghadapi inovasi teknologi serupa di acara lain.