

**PENGEMBANGAN SEGMENTASI DEMOGRAFIS DAN PSIKOGRAFIS
PADA PENONTON PERTUNJUKAN MUSIK KLASIK: STUDI PADA
JAKARTA CITY PHILHARMONIC ORCHESTRA**



TUGAS AKHIR

**Program Studi Magister Tata Kelola Seni
Institut Seni Indonesia Yogyakarta**

Nandya Abror Nurmusabih

NIM. 1620111420

PROGRAM TATA KELOLA SENI

PASCASARJANA INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2019

Tesis Magister Tata Kelola Seni

**PENGEMBANGAN SEGMENTASI DEMOGRAFIS DAN PSIKOGRAFIS
PADA PENONTON PERTUNJUKAN MUSIK KLASIK: STUDI PADA
JAKARTA CITY PHILHARMONIC ORCHESTRA**

Diajukan oleh :

Nandya Abror Nurmusabih

NIM. 1620111420

Tesis ini telah dipertahankan pada tanggal 17 Desember 2019 di depan
Dewan Penguji yang terdiri dari :


Kurniawan Adi Saputro, Ph.D.

Pembimbing


Prof. Dr. Shellyana Junaedi, M.Si.

Penguji Ahli


Dr. Dewanto Sukistono, M.Sn

Ketua Tim Penilai

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Master Seni

Yogyakarta, ... 05 FEB 2020

Direktur Program Pascasarjana

Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Prof. Dr. Djohan, M.Si

NIP. 1961 1217 199403 1001

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Jurusan Tata Kelola Seni Konsentrasi Seni Pertunjukan :

Nama : Nandya Abror Nurmusabih

NIM : 1620111420

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul : **“PENGEMBANGAN SEGMENTASI DEMOGRAFIS DAN PSIKOGRAFIS PADA PENONTON PERTUNJUKAN MUSIK KLASIK: STUDI PADA JAKARTA CITY PHILHARMONIC ORCHESTRA”**:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, studi lapangan dan buku, serta artikel acuan yang tertera dalam daftar pustaka.
- 2) Bukan menggunakan duplikasi tulisan yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, kecuali yang secara tertulis diacu dan disebutkan dalam daftar pustaka.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau artikel acuan yang tertera dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 12 Januari 2020

Yang membuat pernyataan,

Nandya Abror Nurmusabih

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah menuntun dan memampukan penulis hingga tesis yang berjudul: “Pengembangan Segmentasi Demografis dan Psikografis pada Penonton Pertunjukan Musik Klasik: Studi pada *Jakarta City Philharmonic Orchestra*” ini berhasil diselesaikan dengan baik.

Melalui ini, secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi langsung pada pengerjaan dan penyelesaian penelitian ini:

1. Bapak Kurniawan Adi Saputro, Ph.D selaku dosen pembimbing yang memberikan banyak masukan, arahan, dan motivasi peneliti untuk terus menembus batas kemampuan dan berujung sampai akhir.
2. Prof. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si, selaku dosen penguji ahli yang memberikan banyak masukan berharga selama sidang maupun selama masa perbaikan (revisi) penelitian ini.
3. Bapak Tomi Prabowo dan Mas Fafan Isfandiar serta tim manajemen *Jakarta City Philharmonic Orchestra* yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan perizinan, akses informasi dan dukungan material maupun moral yang sangat berharga bagi penelitian ini.
4. Kharisa Rachmi Khoirunisa wanita yang selalu memberi semangat dan setia membantu untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Rekan seperjuangan penulis Jurusan Tata Kelola Seni 2016.

6. Roid, Johanes, Aprilia, Arfa, Fanny, Marlina, rekan-rekan tim peneliti yang sudah membantu peneliti dalam melakukan pencuplikan data.
7. Seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa di dalam penelitian ini masih terdapat kelemahan di berbagai sisi dan oleh karenanya kritik dan saran sangat diharapkan dari pembaca agar penelitian dapat berkembang lebih baik ke depannya. Akhir kata, semoga penelitian ini bermanfaat dan memberikan wawasan bagi para pembaca. Salam kebudayaan!



Yogyakarta, 12 Januari 2020

Nandya Abror Nurmusabih

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Demografis.....	8
2.2. Motivasi	10
2.3. Psikografis	12
2.4. Kerangka Konseptual.....	13
2.5. Pengembangan Hipotesis	14
2.5.1 Demografis dan Pengaruhnya Terhadap Kehadiran.....	14
2.5.2 Motivasi dan Pengaruhnya Terhadap Kehadiran.....	17

2.5.3 Psikografis dan Pengaruhnya Terhadap Kehadiran.....	18
---	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian	20
3.1.1. Desain Penelitian	20
3.1.2. Instrumen Penelitian.....	20
3.1.3. Data Penelitian.....	21
3.1.4. Metode Sampel Data	22
3.1.5. Struktur Kuesioner.....	24
3.1.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.1.7. Metode Analisis Data	29
3.1.8. Pengukuran Instrumen Pra Pengujian.....	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....

34

4.1 Analisis Karakteristik Responden Terkait Demografi.....	35
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.1.2 Berdasarkan Profesi.....	36
4.1.3 Berdasarkan Rerata Pengeluaran.....	38
4.1.4 Berdasarkan Status Pernikahan.....	39
4.1.5 Berdasarkan Pendidikan.....	40
4.2 Analisis Karakteristik Responden Terkait Motivasi.....	41
4.3 Analisis Karakteristik Respoden Terkait Kehadiran.....	42
4.3.1 Jumlah Kehadiran.....	42

4.3.2 Rencana Hadir di Pertunjukan Berikutnya.....	43
4.3.3 Kebersamaan Saat Menonton.....	44
4.4 Rangkuman Analisis Karakteristik Demografis dan Motivasi Responden	45
4.5 Tabulasi Silang Demografi dan Jumlah Kehadiran.....	46
4.5.1 Kehadiran Ditinjau Berdasarkan Jenis kelamin.....	46
4.5.2 Kehadiran Ditinjau Berdasarkan Profesi.....	47
4.5.3 Kehadiran Ditinjau Berdasarkan Rerata Pengeluaran.....	48
4.5.4 Kehadiran Ditinjau Berdasarkan Status.....	49
4.5.5 Kehadiran Ditinjau Berdasarkan Pendidikan.....	49
4.6 Rangkuman Tabulasi Silang Demografis dan Jumlah Kehadiran....	51
4.7 Analisis Psikografis dengan ANOVA Satu Arah (<i>One Way ANOVA</i>)	51
4.6.1 Analisis ANOVA untuk Aktivitas.....	52
4.6.1.1 Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.6.1.2 Ditinjau Berdasarkan Profesi.....	52
4.6.1.3 Ditinjau Berdasarkan Pengeluaran.....	53
4.6.1.4 Ditinjau Berdasarkan Status Pernikahan.....	54
4.6.1.5 Ditinjau Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
4.6.2 Analisis ANOVA untuk Kelompok Minat.....	55
4.6.2.1 Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.6.2.2 Ditinjau Berdasarkan Profesi	56
4.6.2.3 Ditinjau Berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	56
4.6.2.4 Ditinjau Berdasarkan Status Pernikahan.....	57

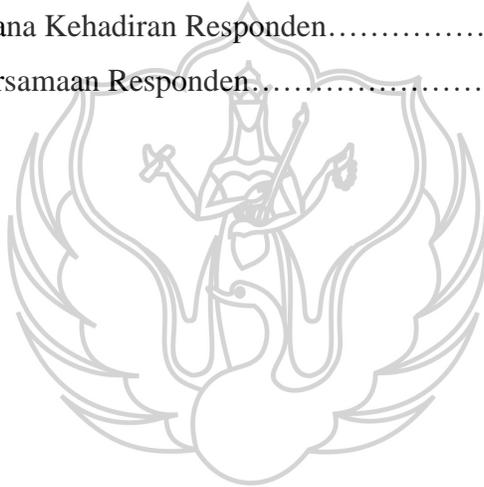
4.6.2.5 Ditinjau Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
4.6.3 Analisis ANOVA untuk Kelompok Opini.....	58
4.6.3.1 Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.6.3.2 Ditinjau Berdasarkan Profesi	59
4.6.3.3 Ditinjau Berdasarkan Pengeluaran.....	59
4.6.3.4 Ditinjau Berdasarkan Status Pernikahan.....	60
4.6.3.5 Ditinjau Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
4.7 Rangkuman Analisis ANOVA.....	61
4.8 Analisis Gaya Hidup.....	62
4.8.1 Segmen I : Penikmat.....	62
4.8.2 Segmen 2: Wanita Aspirasional.....	63
4.8.3 Segmen 3: Sarjana Milenial.....	63
4.8.4 Segmen 4: Lajang Berjiwa Seni.....	64
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3 Saran Bagi Peneliti Mendatang.....	68
5.4 Saran Implikasi Manajerial.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Daftar Pengeluaran Konser Jakarta <i>City Philharmonic Orchestra</i>	4
Tabel 2	Dimensi Psikografi menurut Plummer.....	13
Tabel 3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
Tabel 4	Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 5	Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 6	Data Pengambilan Sampel.....	34
Tabel 7	Distribusi Karakteristik Demografi Responden.....	35
Tabel 8	Tabulasi Silang Kehadiran dan Jenis kelamin.....	46
Tabel 9	Tabulasi Silang Kehadiran dan Profesi.....	47
Tabel 10	Tabulasi Silang Kehadiran dan Rerata Pengeluaran.....	48
Tabel 11	Tabulasi Silang Kehadiran dan Status.....	49
Tabel 12	Tabulasi Silang Kehadiran dan Pendidikan.....	50
Tabel 13	Rangkuman Analisis Demografis terhadap Jumlah Kehadiran ..	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	13
Gambar 2	Jenis Kelamin Responden.....	36
Gambar 3	Profesi Responden.....	37
Gambar 4	Rerata Pengeluaran Responden.....	38
Gambar 5	Status Responden.....	39
Gambar 6	Pendidikan Responden.....	40
Gambar 7	Motivasi Kehadiran Responden.....	41
Gambar 8	Jumlah Kehadiran Responden.....	43
Gambar 9	Rencana Kehadiran Responden.....	43
Gambar 10	Kebersamaan Responden.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Analisis ANOVA untuk aktivitas ditinjau berdasarkan jenis kelamin	74
Lampiran 2	Analisis ANOVA untuk aktivitas ditinjau berdasarkan profesi	75
Lampiran 3	Analisis ANOVA untuk aktivitas ditinjau berdasarkan pengeluaran	78
Lampiran 4	Analisis ANOVA untuk aktivitas ditinjau status pernikahan	80
Lampiran 5	Analisis ANOVA untuk aktivitas ditinjau berdasarkan pendidikan terakhir	82
Lampiran 6	Analisis ANOVA untuk minat ditinjau berdasarkan jenis kelamin	85
Lampiran 7	Analisis ANOVA untuk minat ditinjau berdasarkan profesi	86
Lampiran 8	Analisis ANOVA untuk minat ditinjau berdasarkan pengeluaran per bulan	88
Lampiran 9	Analisis ANOVA untuk minat ditinjau berdasarkan status pernikahan	89
Lampiran 10	Analisis ANOVA untuk minat ditinjau berdasarkan pendidikan terakhir	90
Lampiran 11	Analisis ANOVA untuk opini ditinjau berdasarkan jenis kelamin	92
Lampiran 12	Analisis ANOVA untuk opini ditinjau berdasarkan profesi	93
Lampiran 13	Analisis ANOVA untuk opini ditinjau berdasarkan pengeluaran per bulan	96
Lampiran 14	Analisis ANOVA untuk opini ditinjau berdasarkan status pernikahan	98
Lampiran 15	Analisis ANOVA untuk opini ditinjau berdasarkan pendidikan terakhir	100
Lampiran 16	Pedoman Denah Tempat Duduk untuk Pembagian Kuesioner	102
Lampiran 17	Hasil Olah Acak Tempat Duduk Responden menggunakan <i>Research Randomizer</i>	104
Lampiran 18	<i>Layout</i> Tempat Duduk Penonton Jakarta <i>City Philharmonic</i> di Teater Besar Taman Ismail Marzuki (TIM)	105
Lampiran 19	Lembar Ketersediaan dan Kuesioner Penelitian	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Segmentasi pasar adalah proses pengkotak-kotakan pasar (yang heterogen) ke dalam kelompok-kelompok “*potential customers*” yang memiliki kesamaan kebutuhan dan/atau kesamaan karakter-yang memiliki respons yang sama dalam membelanjakan uangnya (Kotler & Keller, 2012; Wells dan Kamakura, 2000; Kasali, 2001; Sciffman dan Kanuk, 2007). Segmentasi, seperti halnya konsep induknya yaitu manajemen pemasaran menjadi sesuatu yang belum familiar di telinga para seniman maupun pengelola seni sehingga di Indonesia penerapan segmentasi penonton seni pertunjukan masih menjadi sesuatu yang dihindari oleh pengelola. Perihal segmentasi penonton seni sebenarnya merupakan hal yang penting, terutama bagi “industri pertunjukan” yang sedang bertumbuh. Jika hal ini direspons dengan benar, maka akan berdampak positif bagi pengelola maupun industri itu sendiri secara keseluruhan. Sebaliknya jika gagal, maka pengelola melewatkan peluang terbaiknya untuk mengambil posisi dalam kebangkitan dunia seni pertunjukan di Indonesia. Oleh sebab itu, diperlukan respons-respons manajerial dari pengelola untuk mengakomodasi pertumbuhan kuantitas dan kualitas penonton pertunjukan musik klasik, salah satunya lewat praktik segmentasi.

Segmentasi merupakan salah satu bagian terpenting dari manajemen pemasaran. Huntington (2007) dalam penelitiannya berpendapat bahwa terbentuknya segmen penonton seni akan mempermudah bagi manajemen untuk menentukan target marketingnya, sehingga strategi marketing yang disusun lebih tepat sasaran.

Segmentasi merupakan gabungan dari seni dan ilmu dalam memilih target pasar, mendapatkan, menjaga, serta menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian nilai-nilai unggul yang dimiliki pelanggan (Kotler & Keller, 2012). Kotler memberikan gambaran kepada peneliti untuk melakukan klasifikasi penonton ke dalam kriteria-kriteria tertentu, ini berguna sebagai referensi bagi pengelola untuk mengenali karakteristik penontonnya, menetapkan sasaran (*targeting*) dan menentukan posisi (*positioning*) produk seni dan atau jasanya. Tujuan dari segmentasi adalah untuk menemukan penonton yang paling mungkin dipuaskan oleh produk yang hendak ditawarkan sehingga bisa melayani kebutuhan dan keinginan kelompok dengan baik. Harapannya, penonton yang terpuaskan adalah penonton yang akan kembali lagi dan merekomendasikan tontonan ini kepada relasinya. Melihat besarnya kontribusi segmentasi bagi kehadiran penonton, maka peran segmentasi bisa dikatakan cukup besar dalam kesuksesan pengelolaan sebuah pertunjukan.

Besarnya peran segmentasi tersebut tidak serta merta mendorong setiap pengelola untuk secara sadar menerapkan ini di dalam populasi penonton. Hal ini terjadi tidak hanya pada konser format *ansambel* (orkestra kecil) yang sepi penonton, tetapi juga bahkan pada orkestra besar yang memiliki jumlah penonton cukup tinggi, seperti *Jakarta City Philharmonic Orchestra* (JCP). JCP merupakan sebuah program gagasan Dewan Kesenian Jakarta yang disponsori oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Tujuan utama pembentukan JCP adalah memberikan identitas orkes kota sebagai sarana edukasi bagi masyarakat mengenai pertunjukan musik klasik.

Sejak pertama kali dilaksanakan pada November 2016, pertunjukan konser musik klasik ini rutin dilaksanakan delapan kali dalam satu tahun. Pada setiap pertunjukannya, antusiasme penonton cukup tinggi, hal ini dibuktikan dengan konser pada edisi ke-9, yang mengalami peningkatan audiens secara signifikan, saat itu pertunjukan yang semula diadakan di Gedung Kesenian Jakarta (GKJ) dengan kapasitas 425 kursi kemudian dipindah ke Teater Besar, Taman Ismail Marzuki (TIM) yang berkapasitas 1.000 kursi. Meningkatnya jumlah reservasi mendorong tim JCP untuk memindahkan tempat konser (diakses dari <http://dkj.or.id/program/jakarta-city-philharmonic-edisi-9/> pada pukul 11.30 WIB, 25 Februari 2019). Selain itu, sebagai orkestra kota milik DKI Jakarta, JCP memiliki prestasi yang baik ketimbang orkestra lainnya, yang semula konser diadakan dengan cuma-cuma, pada penampilan Bulan September 2018 sebagai konser ke-15 *Jakarta City Philharmonic Orchestra* mulai diberlakukan sistem donasi dengan nominal minimal Rp 50.000,- (di akses dari <https://dkj.or.id/program/jakarta-city-philharmonic-edisi-15/> pada pukul 20.39 WIB 10 Februari 2019), meskipun begitu tiket tetap terjual habis. Biaya donasi penonton digunakan untuk kebutuhan operasional JCP, namun tetap saja tidak bisa menutupi biaya secara keseluruhan. Karena seperti kebanyakan organisasi lain yang ingin mandiri secara finansial, JCP juga ingin melakukan hal yang sama. Seperti dalam Dias (2012), kemandirian finansial suatu organisasi terutama organisasi budaya sangat penting karena dapat menjaga misi budaya mereka.

Penelitian ini ingin memberikan gambaran kepada JCP untuk menentukan *break even point* (BEP), dalam bahasa Indonesia berarti titik impas. *Break even point*

ditentukan ketika total pendapatan sama dengan total pengeluaran (Tsorakidis et al, 2008). Berdasarkan hasil wawancara dengan Anita, manajer keuangan JCP, diperoleh data mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan oleh JCP untuk satu kali konser. Data ini yang mendasari perhitungan *Break Even Point* (BEP) yang disajikan dalam tabel di bawah ini :

No	Pengeluaran	Jumlah Personel	Nominal Per Item	Total
<i>Biaya Tetap (Fixed Costs)</i>				
1	Fee musisi	60	Rp 2.500.000	Rp 150.000.000
2	Fee crew	40	Rp 2.500.000	Rp 100.000.000
3	Fee pengaba	1	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000
4	Fee concert master	1	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
5	Konsumsi		Rp 100.000.000	Rp 100.000.000
<i>Biaya Variabel (Variable Costs)</i>				
1	Sewa partitur		Rp 32.000.000	Rp 32.000.000
2	Sewa alat		Rp 40.000.000	Rp 40.000.000
3	Cetak buku program		Rp 15.000.000	Rp 15.000.000
Total				Rp 450.000.000

Tabel 1. Daftar Pengeluaran per Konser Jakarta *City Philharmonic Orchestra*

Berdasarkan tabel di atas, jika diasumsikan total penonton tiap pertunjukan konser sejumlah 1000 penonton, maka rata-rata tiap penonton harus membayar Rp 450.000,00 agar JCP bisa mencapai titik impas. Usaha untuk menerapkan kebijakan mengenai harga tiket tersebut seharusnya didukung oleh data segmentasi penonton. Namun data mengenai segmentasi tersebut belum tersedia di JCP dikarenakan belum adanya survei mengenai segmentasi penonton. Hal ini juga didukung melalui wawancara singkat peneliti terhadap pengelola yang menyebutkan bahwa penonton JCP berasal dari kelas menengah yang mencari alternatif tontonan yang membebaskan

dan mencerdaskan (Helda, Humas JCP). Tommy Prabowo juga menyatakan bahwa penonton umumnya menyukai pertunjukan yang diberikan JCP karena repertoar yang dimainkan adalah repertoar standar orkestra profesional karya komponis barat dan Indonesia.

Akan tetapi, informasi tersebut masih terbatas dan belum mampu memberi gambaran yang jelas tentang profil dan motivasi kedatangan penonton secara rutin hampir setiap pertunjukan *Jakarta City Philharmonic Orchestra*. Itulah sebabnya identifikasi yang mendalam terhadap para penonton ini tetap harus dilakukan. Selain dapat menyediakan materi acuan yang komprehensif bagi pengelola dalam melakukan pemasaran dan produksi karya, ini juga dapat memberikan informasi bagi pengelola pertunjukan sejenis tentang kondisi pasar saat ini.

Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian mengenai segmentasi di *Jakarta City Philharmonic Orchestra*. Penelitian ini berusaha mengidentifikasi penonton yang ada dengan pendekatan demografis. Melalui demografi akan tergambar profil umum dari penonton sedangkan motivasi akan memberikan gambaran alasan kedatangannya. Mengingat pentingnya penerapan segmentasi pada penonton di *Jakarta City Philharmonic Orchestra*, maka diharapkan temuan yang diperoleh dapat menjadi masukan yang berharga tentang kondisi penonton musik klasik di Indonesia pada umumnya dan *Jakarta City Philharmonic Orchestra* pada khususnya.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana profil demografis yang terbentuk pada penonton *Jakarta City Philharmonic Orchestra*?
2. Apakah motivasi yang mempengaruhi kedatangan penonton *Jakarta City Philharmonic Orchestra*?
3. Bagaimana gaya hidup (psikografis) penonton *Jakarta City Philharmonic Orchestra*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi interaksi antar-variabel demografis pada penonton *Jakarta City Philharmonic Orchestra*
2. Mengidentifikasi motivasi kedatangan penonton *Jakarta City Philharmonic Orchestra*
3. Mengidentifikasi gaya hidup penonton *Jakarta City Philharmonic Orchestra*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya segmentasi dalam produksi dan pemasaran karya seniman dan pengelola seni pertunjukan. meskipun penelitian ini dilakukan hanya pada satu tempat dengan jumlah yang sangat terbatas, namun menurut hemat peneliti hasilnya dapat menjadi dorongan bagi pengelola seni pertunjukan yang lain untuk melakukan upayaserupa.

2. Jakarta City Philharmonic Orchestra

Bagi *Jakarta City Philharmonic Orchestra* sendiri, hasil yang diperoleh dapat menjadi informasi mengenai segmen-segmen yang terbentuk di dalam sampel penonton *Jakarta City Philharmonic Orchestra*. Melalui itu, *Jakarta City Philharmonic Orchestra* dapat memilih model pemasaran yang efektif dan tepat sasaran.

3. Akademik

Bagi ranah akademik, penelitian ini akan berkontribusi positif bagi pengembangan pengetahuan mengenai interaksi antar-variabel demografis, motivasi dan gaya hidup yang mempengaruhi kehadiran para penonton pertunjukan musik klasik yang diselenggarakan di kota metropolitan seperti Jakarta.

