Karakteristik Demografis dan Psikografis Audiens Musik Klasik Jakarta City Philharmonic Orchestra

EKSPRESI:
Indonesian Art Journal
14(1) 55-64
©Author(s) 2025
journal.isi.ac.id/index.php/ekspresi
DOI: <https://doi.org/10.24821/ekspresi.v14i1.15865>

Nandya Abror Nurmusabih¹

Abstrak

Artikel ini memberikan identifikasi dan penjelasan mengenai karakteristik demografis dan psikografis penonton, serta motivasi yang mempengaruhi kehadiran mereka dalam sebuah pertunjukan musik. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, penelitian ini melibatkan 600 responden yang datanya diambil pada pertunjukan Jakarta City Philharmonic Orchestra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas penonton adalah perempuan dengan presentase 61%, dengan profesi dominan sebagai karyawan perusahaan swasta dengan presentase 36% dan rerata pengeluaran bulanan antara 3-5,9 juta dengan presentase 35%. Sebagian besar responden berstatus lajang dengan presentase 86% dan memiliki pendidikan terakhir sarjana (S1) dengan presentase 59%. Motivasi utama penonton untuk hadir adalah untuk relaksasi dan hiburan, diikuti oleh keinginan untuk memperoleh wawasan baru tentang seni. Analisis tabulasi silang mengungkapkan bahwa perempuan lebih banyak hadir dibandingkan laki-laki dengan presentase 61% dan 39%, dan penonton lajang cenderung lebih sering menghadiri pertunjukan dengan presentase 86%. Penelitian ini juga mengidentifikasi empat segmen penonton berdasarkan gaya hidup, yaitu "penikmat", "wanita aspirasional", "sarjana milenial", dan "lajang berjiwa seni". Hasil kajian dapat memberikan rujukan bagi pengelola seni dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan menarik bagi penonton musik orkestra.

Kata kunci: audiens, Jakarta City Philharmonic Orchestra, musik orkestra, segmentasi penonton

Abstract

Demographic and Psychographic Characteristics of the Jakarta City Philharmonic Orchestra's Classical Music Audience. This article identifies and explains the demographic and psychographic characteristics of concert attendees, as well as the motivations influencing their presence at a musical performance. Utilizing a descriptive quantitative approach, the study surveyed 600 respondents whose data were collected during a Jakarta City Philharmonic Orchestra concert. The findings reveal that the majority of attendees were female (61%), predominantly employed in private sector companies (36%), with average monthly expenditures ranging between 3 to 5.9 million IDR (35%). Most respondents were single (86%) and held an undergraduate degree (59%). The primary motivation for attendance was relaxation and entertainment, followed by a desire to gain new insights into the arts. Cross-tabulation analysis indicates that women attended in greater numbers than men (61% vs. 39%), and single individuals were more likely to participate in performances (86%). The study further categorizes the audience into four lifestyle-based segments: "enthusiasts," "aspirational women," "millennial graduates," and "arts-spirited singles." These findings offer valuable insights for arts organizers in designing more effective and appealing marketing strategies targeted toward orchestral music audiences.

Keywords: audience, Jakarta City Philharmonic Orchestra, orchestral music, audience segmentation

¹ Prodi Seni Karawitan, Institut Seni Indonesia Surakarta
Korespondensi: Jl. Ki Hajar Dewantara No. 19, Jebres, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia.
Email: nandyaabrор@isi-ska.ac.id

Pendahuluan

Pembacaan atas kondisi dan dinamika pasar memiliki peran dalam memetakan maupun menyusun strategi bisnis. Dalam konteks panggung seni pertunjukan dan lingkup manajemennya, langkah ini dilakukan sebagai upaya untuk mengetahui kategori penonton dan sajian pertunjukan yang disuguhkan. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini menyoroti segmentasi pasar. Ada pun segmentasi pasar merupakan proses pengelompokan pasar dari yang semula heterogen ke dalam kelompok pelanggan potensial. Kelompok pelanggan potensial memiliki kesamaan kebutuhan dan karakteristik. Segmentasi ini penting dalam diskursus manajemen pemasaran, terutama dalam konteks seni pertunjukan. Segmentasi juga memiliki fungsi dalam memahami karakteristik penonton (Hill et al., 2003). Pada kajian ini, penonton yang dimaksud penulis adalah penonton seni pertunjukan, khususnya musik klasik yang sedang mengalami pertumbuhan di Indonesia.

Sejauh yang penulis ketahui dan telusuri, pemetaan terhadap segmentasi penonton seni pertunjukan masih jarang dilakukan oleh pengelola seni di Indonesia. Hal ini menjadi tantangan, karena segmentasi penonton dapat memberikan dampak positif bagi pengelola dan industri seni secara keseluruhan. Dengan pertumbuhan industri pertunjukan yang pesat, pengelola perlu merespons dengan strategi manajerial yang tepat untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas penonton, salah satunya melalui praktik segmentasi. Penelitian oleh Langenberg & Giebelhausen (2022) menunjukkan bahwa banyak organisasi seni, khususnya di negara berkembang, belum menerapkan strategi segmentasi secara sistematis, meskipun potensinya besar dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan keterlibatan penonton.

Penelitian ini mengambil studi kasus pada Jakarta City Philharmonic Orchestra (selanjutnya JCP) sebagai kelompok musik yang disponsori oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. JCP bertujuan untuk memberikan identitas orkestra kota dan edukasi kepada masyarakat mengenai musik klasik. Jakarta sebagai ibu kota negara membutuhkan simbol-simbol budaya yang memperkuat identitasnya sebagai pusat seni nasional. Jakarta City Philharmonic berfungsi sebagai "ikon seni kota" yang menunjukkan bahwa Jakarta tidak hanya berkembang dalam aspek ekonomi, tetapi juga dalam ranah estetika dan kultural (Colbert, 2014).

Jakarta City Philharmonic merupakan orkestra yang lahir dan diinisiasi oleh Komite Musik Dewan Kesenian Jakarta (DKJ) dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Tujuan dibentuknya orkestra ini untuk melengkapi identitas Jakarta selaku kota metropolitan. Sebagaimana kota-kota besar di dunia, eksistensi orkestra profesional merupakan kebutuhan kultural dari sebuah wilayah metropolitan modern. Terhitung 1.555 orang mendaftarkan diri sebagai penonton sementara kapasitas Gedung Teater Jakarta hanya bisa menampung sebanyak 1.200 penonton. Jakarta City Philharmonic kemudian semakin bergerak untuk mengadakan program edukasional dan informatif setiap bulannya (Tobing, 2019). Biaya yang diperoleh dari donasi penonton dialokasikan untuk kebutuhan operasional orkestra meskipun belum mampu menutup biaya lain secara keseluruhan. Jakarta City Philharmonic juga sebenarnya berkeinginan untuk mandiri secara finansial selayaknya organisasi profesional di luar sana. Seperti dalam Dias (2012), kemandirian finansial suatu organisasi terutama organisasi budaya sangat penting karena dapat menjaga misi budaya mereka.

JCP menghadapi tantangan dalam hal kemandirian finansial, di mana biaya operasional tidak sepenuhnya tertutupi oleh donasi dari penonton. Oleh karena itu, penting untuk memahami profil dan motivasi penonton agar dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif. Jakarta City Philharmonic (JCP) merupakan orkestra kota yang didanai oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, menjadikannya objek penelitian yang penting dan menarik karena merepresentasikan sinergi antara seni pertunjukan dan kebijakan publik, sesuatu yang masih jarang ditemui di Indonesia. Keberadaannya relevan dengan implementasi Undang-Undang No. 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan, khususnya dalam hal pengembangan seni, edukasi publik, dan pelibatan masyarakat dalam budaya. JCP juga menawarkan peluang untuk mengkaji strategi segmentasi penonton musik klasik, perubahan perilaku penonton, dan efektivitas program edukatif yang bersifat inklusif. Selain itu, penelitian terhadap JCP dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan wacana manajemen seni pertunjukan di Indonesia, yang hingga kini masih minim kajian akademik, terutama dalam konteks orkestra kota. Studi kasus seperti ini sangat dibutuhkan sebagai model praktik baik dalam membangun ekosistem seni yang berkelanjutan dan mendorong akses kesenian yang merata bagi masyarakat urban.

Segmentasi penonton menjadi kunci dalam membantu pengelola merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran dan meningkatkan jumlah serta kualitas penonton. Dengan tren yang menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap pertunjukan musik klasik, penelitian ini diarahkan untuk memberikan gambaran lebih mendalam mengenai profil dan motivasi penonton serta memberikan panduan bagi pengelola seni

untuk mengoptimalkan pengelolaan pertunjukan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada tiga pertanyaan utama: pertama, bagaimana profil demografis yang terbentuk pada penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra; kedua, apa saja motivasi yang mempengaruhi kedatangan penonton; dan ketiga, bagaimana gaya hidup atau psikografis penonton yang hadir dalam pertunjukan tersebut. Rumusan masalah ini dirancang untuk mengungkap berbagai aspek yang memengaruhi pola kehadiran penonton, sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memaksimalkan strategi pemasaran dan pengelolaan pertunjukan seni. Selain itu juga, artikel ini akan mengidentifikasi interaksi antar-variabel demografis penonton, menggali motivasi kedatangan mereka, serta mengenali gaya hidup yang melekat pada penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra.

Landasan Teori

Kajian mengenai karakteristik audiens musik klasik Jakarta City Philharmonic Orchestra berlandaskan pada konsep segmentasi pasar. Segmentasi pasar sendiri merupakan proses pengkotak-kotakan pasar heterogen ke dalam kelompok-kelompok pelanggan potensial yang memiliki kesamaan kebutuhan dan karakteristik. Segmentasi pasar menjadi aspek penting dalam manajemen pemasaran, karena membantu pengelola seni dalam menentukan target dan strategi yang tepat untuk menjangkau penonton yang diinginkan (Kotler & Keller, 2012). Selain itu, karakteristik demografis seperti jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, dan status pernikahan digunakan sebagai dasar segmentasi. Pendekatan demografis ini populer di kalangan pemasar karena kemudahannya dalam pengukuran dan relevansinya

dengan kebutuhan konsumen (Kotler & Keller, 2012). Dengan menganalisis demografi penonton, pengelola dapat menggambarkan profil umum penonton dan menyesuaikan penawaran mereka untuk memenuhi harapan penonton.

Aspek motivasi penonton untuk menghadiri pertunjukan seni juga menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Motivasi dapat dibagi menjadi beberapa kategori, termasuk pengalaman estetis, hiburan, penghargaan diri, dan interaksi sosial (Harger & Winkler, 2012). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa motivasi berperan signifikan dalam kehadiran penonton. Selain itu, pendekatan psikografis yang menggabungkan psikologi dan demografi digunakan untuk memahami konsumen lebih dalam, dengan mengukur dimensi gaya hidup yang meliputi aktivitas, minat, dan opini (Plummer, 1974). Kerangka konseptual penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi profil dan gaya hidup penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra melalui variabel demografis dan psikografis serta motivasi kehadiran. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai karakteristik dan motivasi penonton pertunjukan musik klasik di Jakarta City Philharmonic Orchestra.

Aspek penting yang berkaitan dengan segmentasi demografis dan psikografis penonton pertunjukan musik klasik. Pertama, karakteristik demografis seperti jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, suku, ras, status pernikahan, dan kelas sosial sering digunakan sebagai dasar segmentasi. Pendekatan demografis ini populer di kalangan pemasar karena kemudahan dalam pengukuran dan relevansinya dengan kebutuhan konsumen. Misalnya, jenis kelamin merupakan variabel yang sering digunakan dalam segmentasi, di

mana preferensi jenis kelamin dapat mempengaruhi produk atau jasa yang dibeli. Selain itu, status pernikahan juga menjadi faktor penting, karena dapat memberikan wawasan bagi pengelola seni pertunjukan mengenai kehadiran penonton.

Selanjutnya, motivasi penonton untuk menghadiri pertunjukan seni juga menjadi fokus dalam tinjauan pustaka ini. Motivasi ini dapat dibagi menjadi beberapa kategori, seperti pengalaman estetis, hiburan, penghargaan diri, dan interaksi sosial. Pengalaman estetis mendorong penonton untuk mengapresiasi karya seni, sementara hiburan menjadi alasan utama bagi penonton untuk mencari pelarian dari rutinitas sehari-hari. Selain itu, penghargaan diri dan interaksi sosial juga berperan penting dalam mendorong kehadiran penonton di pertunjukan seni.

Aspek psikografi, yang menggabungkan psikologi dan demografi, juga dibahas dalam tinjauan pustaka ini. Psikografi mencakup dimensi *Activities*, *Interests*, dan *Opinions* (AIO) yang membantu dalam memahami bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan pandangan mereka terhadap dunia. Memahami gaya hidup penonton sangat penting untuk segmentasi pasar dan pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kerangka konseptual penelitian ini berfokus pada identifikasi profil dan gaya hidup penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra, menggambarkan hubungan antara demografi, psikografi, dan motivasi penonton. Dalam pengembangan hipotesis, penelitian ini menguji hubungan antara variabel demografis, motivasi, dan psikografis dengan frekuensi kehadiran penonton. Hipotesis ini dirumuskan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kehadiran penonton dalam pertunjukan musik klasik.

Metode dan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah kuantitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode tabulasi silang dan *Analysis of Variance* (ANOVA) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian kuantitatif. Tabulasi silang merujuk pada Porter (2004) adalah metode deskriptif yang menyajikan hubungan antara dua variabel kategori dalam bentuk tabel dua dimensi untuk melihat distribusi frekuensi dan pola hubungan, seperti antara jenis kelamin dan preferensi musik. Sementara itu, ANOVA adalah teknik inferensial yang digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada rata-rata suatu variabel numerik di antara tiga kelompok atau lebih yang dibedakan berdasarkan kategori tertentu, misalnya tingkat pendidikan (Fisher, 2017). Tabulasi silang cocok untuk data kategorikal, sedangkan ANOVA digunakan ketika ada variabel bebas kategori dan variabel terikat numerik. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan angka yang terkait dengan populasi objek, serta mengestimasi proporsi dari populasi dan menemukan asosiasi di antara variabel yang berbeda. Dalam penelitian ini, instrumen utama yang digunakan adalah kuesioner tertulis. Kuesioner ini berisi berbagai pertanyaan yang dirancang untuk mengidentifikasi profil demografi dan motivasi penonton pertunjukan musik klasik. Pertanyaan dalam kuesioner terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup, serta menggunakan skala nominal dan ordinal untuk mengukur berbagai variabel.

Variabel penelitian dibagi menjadi dua kategori, yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah jumlah kehadiran setiap responden, sedangkan variabel bebas mencakup jenis kelamin, profesi,

rerata pengeluaran, status pernikahan, pendidikan terakhir, motivasi kehadiran, serta aktivitas, minat, dan opini penonton. Subjek penelitian terdiri dari 600 responden yang layak, diambil dari total 719 kuesioner yang terkumpul. Kelayakan ini didasarkan pada hasil pra-pengujian instrumen penelitian, yang mencakup uji validitas dan reliabilitas. Instrumen dianggap valid jika secara akurat mengukur konsep yang dimaksud, dan andal jika memberikan hasil yang konsisten. Semua dimensi aktivitas, minat, dan opini dalam kuesioner dinyatakan valid (nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas 0.279) dan reliabel (nilai Cronbach's Alpha di atas 0.60), memastikan kualitas data yang digunakan.

Meskipun tidak secara eksplisit disebutkan sebagai "kriteria inklusi dan eksklusi", dapat disimpulkan bahwa kriteria inklusi utama adalah partisipasi sebagai penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra dan kesediaan untuk mengisi kuesioner. Kriteria eksklusi tersirat adalah kuesioner yang tidak lengkap atau tidak memenuhi standar validitas dan reliabilitas yang telah ditetapkan yang menyebabkan 119 kuesioner tidak digunakan dalam analisis akhir. Berdasarkan pengambilan sampel pada penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra, sampel diambil sebanyak tiga kali dalam tiga edisi pertunjukan Jakarta City Philharmonic yaitu pada pertunjukan edisi #22, #23, dan #24 Jakarta City Philharmonic Orchestra. Pertunjukan dilaksanakan di Teater Besar Taman Ismail Marzuki dan berhasil memperoleh 600 responden yang layak dari total 719 kuesioner yang terkumpul digunakan sebagai sampel penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik *random sampling* yang diterapkan adalah *Simple Random Sampling*, sebuah metode di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai

sampel. Untuk memastikan keacakan ini, peneliti memanfaatkan alat daring *Research Randomizer* (<https://www.randomizer.org/>) guna memilih responden dari penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra secara acak, tanpa mempertimbangkan karakteristik spesifik. Proses pengambilan data dilakukan pada tiga edisi pertunjukan orkestra, dengan tujuan utama untuk memperoleh sampel yang representatif dan meminimalkan bias, sehingga temuan penelitian dapat digeneralisasikan secara valid kepada seluruh populasi penonton.

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian hasil penelitian dan pembahasan ini penulis menguraikan temuan yang diperoleh dari proses pengumpulan dan pengolahan data. Ada pun data yang diolah diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan kuesioner mengenai profil demografis dan psikografis penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra. Kuesioner disebarkan dalam bentuk tertulis dengan metode random sampling.

Analisis karakteristik responden digunakan untuk mengetahui gambaran data yang akan dianalisis. Di dalam penelitian ini, karakteristik mencakup tiga bagian, yaitu demografi, motivasi, dan kehadiran. Karakteristik demografi yang diteliti meliputi jenis kelamin, profesi, rerata pengeluaran, status dan pendidikan.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden.

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	%
Laki-laki	237	39,5
Perempuan	363	60,5

Mayoritas penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra berjenis kelamin perempuan (61%). Hasil ini tetap mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dobson (2010) yang menyatakan bahwa penonton pertunjukan musik klasik

cenderung didominasi oleh jenis kelamin perempuan. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Teramati bahwa penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra didominasi oleh karyawan swasta. Melihat pilihan yang disediakan, karyawan perusahaan swasta akan meliputi berbagai posisi di sebuah perusahaan, baik dari CEO, hingga karyawan biasa. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Profesi Responden

Profesi	Frekuensi (orang)	%
Lembaga pemerintah (TNI, POLRI, PNS)	81	13,5
BUMN/ BUMD	21	3,5
Wiraswasta/ Entrepreneur	40	6,7
Guru/ Pendidik/ Trainer	43	7,2
Seniman	53	8,8
Karyawan perusahaan swasta	215	35,8
Lainnya	147	24,5

Status pekerja kelas menengah ke bawah sebagian besar penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, terlihat bahwa pengeluaran per bulan sebesar 3-5,9 juta yang mendominasi, disusul <3 juta juga dan kemudian 6-8,9 juta. Hasil ini menjadi sesuatu yang menarik, karena pertunjukan musik klasik yang memiliki citra 'tontonan berkelas' ternyata juga bisa dinikmati oleh masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rerata Pengeluaran Responden.

Pengeluaran	Frekuensi (orang)	%
< 3 juta	191	31,8
3 sampai 5,9 juta	210	35,0
6 sampai 8,9 juta	101	16,8
9 sampai 11,9 juta	44	7,3
12 – 14,9 juta	18	3,0
> 15 juta	36	6,0

Teramati bahwa mayoritas penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra masih belum menikah. Frekuensi responden yang menjawab belum menikah sangat dominan (86%) dibandingkan dengan responden yang telah menikah. Fakta ini sangat menarik, mengingat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Park (2014) dan Favaro & Frastechi (2007) yang menyatakan bahwa mayoritas penonton yang hadir dalam sebuah seni pertunjukan berstatus telah menikah. Hasil ini menjadi temuan menarik yang mengindikasikan pertunjukan musik klasik dapat pula menarik segmen kaum lajang. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Status Pernikahan Responden.

Status Pernikahan	Frekuensi (orang)	%
Lajang	516	86,0
Menikah	73	12,2
Bercerai	11	1,8

Sarjana S1 (59%) adalah penonton yang paling banyak mengisi bangku penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Pendidikan Responden.

Pendidikan	Frekuensi (orang)	%
Tidak tamat SMA	3	0,5
SMA / Sederajat	92	15,3
D1/D2/D3	65	10,8
D4 / Strata 1	355	59,2
Strata 2 (Magister)	83	13,8
Strata 3 (Doktoral)	2	0,3

Penelitian ini membagi dalam lima motif yang sesuai dengan motivasi mereka datang menonton Jakarta City Philharmonic Orchestra. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Motivasi Kehadiran Responden

Motivasi	Frekuensi "Ya" (orang)	%
Kebersamaan	223	37,2
Konsep	276	46,0
Escapism	352	58,7
Hiburan	451	75,2
Edukasi	402	67,0

Teramati bahwa sebagian besar responden adalah penonton yang hadir dan menonton Jakarta City Philharmonic Orchestra dua atau kurang dari dua kali pertunjukan terakhir. Ini menunjukkan terus bertumbuhnya penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra dari waktu ke waktu yang terlihat dari tiket pertunjukannya selalu habis. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Kehadiran Responden

Kehadiran	Frekuensi (orang)	%
<2 kali	310	51,7
2-5 kali	187	31,2
6-9 kali	55	9,2
10-13 kali	26	4,3
14-17 kali	10	1,7
>17 kali	12	2,0

Teramati bahwa sebagian besar responden (92%) telah memutuskan untuk datang dan menonton pertunjukan Jakarta City Philharmonic Orchestra berikutnya, bahkan sebelum mengetahui judul dan waktu penyelenggaraannya. Hal ini mengindikasikan kuatnya motivasi dalam mengantisipasi pertunjukan-pertunjukan Jakarta City Philharmonic Orchestra yang berikutnya. Jakarta City Philharmonic Orchestra juga berhasil menjaga penontonnya tetap dalam kesetiaan yang tinggi, terlihat dari 600 responden hanya 2 orang yang menyatakan tidak akan datang ke pertunjukan berikutnya. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rencana Kehadiran Responden

Rencana Kehadiran	Frekuensi (orang)	%
Datang	552	92,0
Tidak	0	0,0
Tidak tahu	48	8,0

Teramati bahwa mayoritas responden hadir ke pertunjukan bersama dengan teman (75,83%). Hal ini menarik dan mengindikasikan bahwa dalam aktivitas dunia hiburan, dalam hal ini seni pertunjukan, responden yang hadir cenderung memilih untuk menikmatinya bersama dengan orang-orang terdekat mereka, meskipun alasan tersebut bukanlah alasan utama. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Kebersamaan Responden

Tipe Kebersamaan	Frekuensi "Ya" (orang)	%
Rekan Bisnis	23	3.8
Keluarga	22	3.7
Pasangan	58	9.7
Teman	455	75.8
Sendiri	214	35.7

Penelitian ini mengidentifikasi karakteristik demografis penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra, di mana mayoritas penonton adalah perempuan (60,5%) dan didominasi oleh karyawan perusahaan swasta (35,8%). Rerata pengeluaran bulanan sebagian besar responden berada dalam kisaran Rp 3.000.000 - Rp 5.999.000 (35%), dengan status pernikahan mayoritas responden adalah lajang (86%). Pendidikan terakhir mayoritas penonton adalah Strata 1 (59,2%), menunjukkan bahwa penonton memiliki latar belakang pendidikan yang cukup tinggi.

Motivasi kehadiran penonton juga menjadi fokus dalam penelitian ini. Hasil menunjukkan bahwa motivasi utama penonton untuk hadir adalah relaksasi dan hiburan (75,2%), diikuti oleh keinginan

untuk memperoleh wawasan baru tentang seni dan budaya (67%) serta melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari (58,7%). Kesukaan terhadap konsep acara menjadi motivasi bagi 46% penonton, sementara kebersamaan dengan keluarga, teman, atau kekasih menjadi motivasi terendah dengan 37%. Mayoritas responden hadir kurang dari dua kali (52%), namun 92% menyatakan rencana untuk menghadiri pertunjukan berikutnya.

Analisis tabulasi silang antara demografi dan jumlah kehadiran menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak hadir dibandingkan laki-laki, dan karyawan swasta mendominasi kehadiran. Penonton dengan pengeluaran Rp 3.000.000 - Rp 5.999.000 lebih cenderung rutin menonton, sementara responden lajang menjadi mayoritas di semua kategori kehadiran. Dalam analisis psikografis, penonton memiliki gaya hidup sebagai penikmat seni, lebih mementingkan konsep acara daripada estetika seni, dan merasa terlibat dalam pergerakan industri seni di Indonesia. Penelitian ini juga mengidentifikasi empat segmen penonton: penikmat, wanita aspirasional, sarjana milenial, dan lajang berjiwa seni, memberikan gambaran yang jelas mengenai karakteristik, motivasi, dan gaya hidup penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra.

Melalui pengumpulan data ditemukan bahwa mayoritas penonton adalah perempuan, dengan profesi didominasi karyawan perusahaan swasta, serta berstatus lajang dan berpendidikan sarjana. Motivasi utama kehadiran mereka adalah untuk relaksasi, hiburan, dan memperoleh wawasan baru tentang seni dan budaya. Selain itu, gaya hidup penonton lebih cenderung sebagai penikmat seni dengan minat yang kuat terhadap konsep acara pertunjukan.

Simpulan

Sebagaimana data dan penjelasan yang telah penulis paparkan, penelitian ini menemukan bahwa penonton Jakarta City Philharmonic Orchestra didominasi oleh perempuan, dengan mayoritas berprofesi sebagai karyawan perusahaan swasta dan memiliki pendidikan terakhir Sarjana Strata 1 (S1). Rerata pengeluaran responden berkisar antara Rp 3-5,9 juta, dan sebagian besar responden berstatus lajang. Motivasi kehadiran mereka, diurutkan dari yang tertinggi hingga terendah, meliputi relaksasi dan hiburan, memperoleh wawasan baru tentang seni dan budaya, serta kesukaan terhadap konsep acara. Mayoritas responden baru hadir kurang dari dua kali, namun mereka berencana untuk kembali dan cenderung datang bersama teman atau pasangan.

Dari analisis hubungan demografi dengan kehadiran, ditemukan bahwa perempuan lebih banyak hadir dibandingkan laki-laki, dan karyawan swasta mendominasi frekuensi kehadiran. Penonton lajang menjadi mayoritas, dan pendidikan tinggi berhubungan dengan frekuensi kehadiran yang lebih tinggi. Gaya hidup penonton cenderung sebagai penikmat seni, lebih mementingkan konsep acara daripada estetika seni, serta merasa terlibat dalam pergerakan industri seni di Indonesia.

Terdapat empat segmen penonton yang teridentifikasi, yaitu penikmat, wanita aspirasional, sarjana milenial, dan lajang berjiwa seni. Temuan ini memberikan rujukan bagi pengelola untuk meningkatkan kehadiran dan pengalaman penonton. Keterbatasan dari wilayah kerangka teoritis, pengumpulan dan analisis data, begitu juga dari wilayah metodologi yang lebih luas dapat dikembangkan di penelitian bertema serupa oleh penulis berikutnya. Penelitian mendatang disarankan untuk memperluas aspek yang diukur dan

menggunakan instrumen yang lebih baik untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Colbert. (2014). *Marketing Culture and the Arts*.
- Dias, A. S. (2012). *Nurturing Tomorrow's Cultural Audiences: A Study Applied to Porto*. Universidade do Porto.
- Dobson, M. (2010). Between stalls, stage and score: An investigation of audience experience and enjoyment in classical music performance. *Journal of New Music Research*, 39(2), 111–124.
- Favaro, D., & Frastechi, C. (2007). A Discrete Choice Model of Consumption Cultural Goods: the Case of Music. *Journal of Cultural Economics*, 31(3), 205–234.
- Fisher, R. A. (2017). *Statistical Methods for Research Workers*. Gyan Books. <https://www.amazon.com/Statistical-Methods-Research-Workers-Fisher/dp/9351286584>
- Hill, E., O'Sullivan, C., & O'Sullivan, T. (2003). *Creative Arts Marketing*. Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Langenberg, S., & Giebelhausen, M. (2022). Segmentation strategies in cultural organizations: A review and research agenda. *Journal of Arts Management, Law, and Society*, 52(1), 21–35.
- Park, J. (2014). *Catatan Perkuliahan Seni Pertunjukan Jurusan Tata Kelola Seni Konsentrasi Seni Pertunjukan*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33–37. <https://doi.org/10.2307/1250164>
- Porter, T. M. (2004). *Karl Pearson: The Scientific Life in a Statistical Age*.

Princeton University Press.
<https://lib.ugent.be/catalog/ebk01:2550000001136159>

Tobing, E. (2019). *Jakarta City Philharmonic Orchestra*.
<https://ikj.ac.id/jakarta-city-philharmonic-orchestra/>