

Menguak segmen penggemar musik jazz dikalangan mahasiswa di Jakarta

Iwan Yanwar Soedradjat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=110438&lokasi=lokal>

Abstrak

Musik Jazz di Indonesia saat ini sedang mengalami Sun-set. Jarangnya pertunjukkan musik Jazz, musisi-musisi ternama Jazz Indonesia banting setir ke lagu-lagu Pop, tempat-tempat pertunjukan beralih dari pertunjukan khusus Jazz ke pertunjukan Top-Forty, musik Jazz sangat sedikit dapat menarik penonton musik Indonesia sehingga para Sponsor tidak tertarik untuk mendukung acara tersebut, volume penjualan kaset musik Jazz sangat kecil, penonton di Tanah Air masih banyak yang belum mengenal, apalagi menggemari jenis musik ini.

Hal ini menyebabkan keragu-raguan bagi komunitas Jazz sebagai kelompok musisi. Banyak permasalahan yang sedang dihadapi oleh komunitas Jazz di Tanah air, tulisan ini ingin melihat permasalahan diatas dari sudut usaha-usaha pemasaran musik Jazz yang dilakukan oleh komunitas Jazz sebagai kelompok musisi. "Apakah komunitas musik Jazz sebagai kelompok musisi sudah lepat dalam merumuskan pole segmenlasinya, sehingga mereka dapat meliputi pasar sasaran mereka lebih efektif dari pada pesaing? "

Penelitian ini ingin mencari informasi apakah penggemar musik Jazz Jakarta pada umumnya berpendidikan tinggi? Mencari informasi bagaimana karakteristik demografis, kelas sosial dan gaya hidup mahasiswa penggemar musik Jazz di Jakarta? Semua itu bertujuan untuk menentukan pola segmenntasi dari komunitas mahasiswa penggemar musik Jazz di Jakarta.

Komunitas Jazz perlu menentukan usaha-usaha tertentu untuk keluar dari masalah diatas, oleh karena itu usaha melakukan segmentasi terhadap pasar musik perlu segera dilakukan sebagai dasar dalam menentukan strategi pemasaran musik Jazz. Kriteria yang dipakai dalam penentuan musik Jazz adalah aspek-aspek demografis, kelas sosial dan gaya hidup. Perlu dipahami bagaimana hubungan jenis-jenis musik Jazz dengan segmen-segmen yang diperoleh. Dengan memahami profil dan keinginan-keinginan dari masing-masing segmen dan hubungannya dengan jenis-jenis musik Jazz, maka dapat ditentukan pasar sasaran yang tepat, sesuai dengan peluang, tantangan dan kondisi lingkungan. Tidak hanya sampai disitu unit usaha harus mengembangkan keunggulan daya saing pada pasar sasaran yang telah dipilih.

Jenis dan disain penelitian ini adalah deskriptif, populasi penelitian adalah mahasiswa penggemar musik Jazz di Jakarta.

Metode yang digunakakan adalah snowball sampling, dan pengumpulan data dengan teknik survey cross sectional, Segmentasi dilakukan dengan dasar demografi, kelas sosial, dan gaya hidup. Pendekatan gaya hidup VALS-2 dan AIO dipakai dalam penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Kluster metoda hirarkikal dan nonhirarkikal. Penentuan pasar sasaran dilakukan setelah mempelajari hasil

analisis sebelumnya dalam melakukan segmentasi pasar, menggunakan Cross Tabulation. Seperti dikatakan oleh Crittenden: "Market segmentation is important because it can increase the profitability of a firm's market strategy". Maka pada akhir tulisan ini penulis mencoba memformulasikan suatu pola segmentasi bagi komunitas Jazz, sebagai kelompok musisi. Dari penelitian ini ditemukan tiga buah segmen yaitu, segmen bersahaja, bolesa dan berpenampilan. Penelitian ini memberikan isyarat kepada kelompok musisi Jazz untuk memberikan perhatian kepada segmen berpenampilan dan bolesa, dan pola pemilihan pasar sasaran utama yang hendaknya dipakai adalah Single Segment Concentration (fokus pada segmen berpenampilan) atau Coverage Multi Segment (memberikan perhatian kepada segmen berpenampilan dan bolesa) sebagai alternatif.