

Segmentasi Pengunjung Pada Festival Musik (Studi Kasus: We The Fest) = Visitor Segmentation of Music Festival (Study Case: We The Fest)

Talitha Eza Farahdina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20499789&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang fenomena kebutuhan atas pelarian dan kebebasan pada masyarakat modern perkotaan, yang pemenuhannya dapat dilakukan melalui festival musik We The Fest. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui segmentasi pengunjung We The Fest berdasarkan motivasinya, dan mengetahui karakteristik yang dominan dalam membentuk segmennya. Penelitian ini menggunakan dasar 4 variabel motivasi dalam segmentasinya yaitu; kebaruan acara; pelarian; sosialisasi; dan hiburan. Pendekatan kuantitatif melalui kuesioner yang disebarakan pada pengunjung We The Fest dan teknik analisis faktor, klaster, dan *cross tabulation* digunakan pada penelitian ini. Hasil penelitian ini membagi pengunjung We The Fest menjadi tiga segmen; “Penggemar Festival Menyeluruh”; “Penggemar Festival Musik”; dan “Pencari Pengalaman Baru”. Pelarian yang bersifat personal, dan pencarian hiburan adalah kebutuhan pengunjung We The Fest dengan karakteristik yang dominan adalah rasa suka terhadap festival musik, rasa ingin tahu, dan rasa suka atas atmosfer We The Fest, yang berkaitan dengan variabel motivasi kebaruan acara dan hiburan. Saran pada penelitian ini adalah “Wish The Fest, “Artist corner”, “We The Fest: 360 experience”.

This study discusses the phenomena of escape and freedom needs in modern urban society that can be fulfilled through music festival called We The Fest. The purpose of this study is to determine the visitor segmentation of We The Fest based on the motivation and to find dominant characteristics that shaped We The Fest segments that are identified in the study. Segmentation in the study use 4 motivation variables as its based; event novelty; escape; socialization; and entertainment. This research uses quantitative approach through questionnaire distributed to visitors of We The Fest and analyzed by factor analysis, cluster analysis, and cross tabulation. The result of the study divides We The Fest visitors into 3 segments; *All Around Experiencers, Music Festival Lovers,* and *Curious Seekers.* Personal escape and interpersonal seeking needs are fulfilled at We The Fest. The dominant visitor characteristics are; the enjoyment of music festival event; curiosity; and the enjoyment of the atmosphere at We The Fest which are motivated by event novelty and entertainment variables. The suggested practical advice from the findings are “Wish The Fest,” “Artist Corner”, “We The Fest: 360 Experience”.