

ABSTRAK

Edwyn Charisma Putra, 110610154, Analisis Psikografi Penonton Film Indonesia di Surabaya, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, 2010.

xx+106halaman, 5lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmen-segmen penonton film Indonesia di Surabaya beserta karakteristiknya berdasarkan aspek psikografi. Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada industri film, yaitu Industri film belum mengenal karakter konsumennya dengan baik yang dibuktikan dengan banyaknya keluhan penonton film terhadap film Indonesia. Segmentasi psikografik membagi pembeli menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan karakteristik kelas sosial, gaya hidup, atau kepribadian. Segmentasi psikografi yang digunakan adalah personality based psychography yang mengelompokkan penonton film berdasarkan karakteristik tipe kepribadian.

Tipe penelitian yang digunakan disini adalah kuantitatif deskriptif. Variabel-variabel yang digunakan untuk membentuk profil masing-masing segmen adalah variabel tipe kepribadian Myers-Briggs, variabel demografi dan variabel kebiasaan menonton. Alat pengumpulan data berupa kuesioner demografi, kebiasaan menonton dan kuesioner tipe kepribadian Myers-Briggs.

Populasi dalam penelitian ini adalah penonton film Indonesia di Surabaya. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling dengan jumlah responden 402 orang. Analisis data dilakukan dengan dua tahap yaitu 1) analisis cluster menggunakan teknik K-Means cluster untuk membentuk segmen berdasarkan tipe kepribadian; dan 2) uji chi-square (crosstabs) untuk menentukan variabel demografi dan kebiasaan menonton yang bisa digunakan untuk membentuk profil masing-masing segmen.

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, terdapat 4 segmen penonton film Indonesia di Surabaya yaitu :

1) Penikmat

Kelompok penonton film yang tergolong ke dalam segmen ini adalah mereka yang bertindak seakan diri mereka adalah petualang kuliner. Mereka memandang film seakan sebuah makanan yang harus dinikmati dengan hati-hati dan jeli serta tanpa prasangka, kemudian merasakan film tersebut secara mendalam. Segmen ini berjumlah 22%.

2) Ilmuwan

Mereka yang tergabung ke dalam segmen ini bertindak selayaknya ilmuwan ketika menonton film. Bioskop seakan sebuah laboratorium, dan menonton film merupakan pengalaman yang merangsang intuisi mereka. Mereka senantiasa berteori, menduga apa adegan yang terjadi selanjutnya dan menebak-nebak akhir cerita. Segmen ini berjumlah 29,1%.

3) *Seniman*

Penonton dalam segmen ini bertindak seakan seniman yang sedang berkarya ketika menonton sebuah film. Saat menonton film, mereka penasaran dengan apa yang bisa terjadi, memikirkan apa yang terbaik untuk adegan berikutnya. Selanjutnya mereka akan larut ke dalam film tersebut seakan sedang merasakan sebuah rasa dari karya seni. Segmen ini memiliki proporsi sebanyak 19%.

4) *Detektif*

Penonton dalam segmen ini bertindak selayaknya detektif ketika menonton film. Menonton film bagi segmen ini memberikan pengalaman seperti seorang detektif yang berhadapan dengan sebuah kasus yang menarik, yang membuat mereka membuat pengamatan jeli dan teliti lalu kemudian memikirkan fakta yang diperolehnya dengan antusias untuk menyelesaikan kasus tersebut hingga akhir film. Anggota segmen ini 28%.

Kata kunci: *segmentasi, psikografi, penonton film, tipe kepribadian Myers-Briggs*

Daftar Pustaka, 33 (1990-2010)

ABSTRACT

Edwyn Charisma Putra, 110610154, The Psychographic Analysis of Indonesian Movie Audience in Surabaya, Undergraduate Thesis, Psychology University, 2010.

xx + 106pages, 5attachments

Purpose of this research is to find segmentation of Indonesian movie audience in Surabaya and its characteristic based on the psychography aspect. This research aims to solve the problems that happened in the movie industry, where the movie industry hasn't known the characteristic of its costumers very well which proved with many complaints of Indonesian movies. This segmentation of psychography divided the customer into different groups based on the social class, life-style, or personality characteristic. The segmentation of psychography used in this research is personality based psychography which identified movie audience based on the characteristic of personality type.

The type of research is using descriptive-explorative. The variables used to form profile of each segment taken from Myers-Briggs personality type, demographic variable and variable of watching movie habit. The tools for data collection used here are demographic questionnaire, habit of watching movie, and Myers-Briggs personality type questionnaire.

Population in this research is Indonesian movie audience in Surabaya. The sampling technique used accidental sampling with 402 respondents. The data analysis has been done in two steps, 1) cluster analysis using K-Means cluster technique to form segment based on personality type; and 2) chi-square test (crosstabs) to determine the demographic variable and watching movie habit that can be used to form the profile of each segment.

Based on the result of research data analysis, there are 4 segments of Indonesian movie audience in Surabaya :

1) Devotee

The group of movie audience identified in this segment is the ones who act as if they were culinary adventurer. They see movies as if it's a food that has to be eat very well and carefully and without any assumption, then feel it deeply. The number of this segment is 22%.

2) Scientist

The ones who identified in this segment act like they were scientists while watching movies. Movie theatre were like a laboratory, and watching movies is an experience that stimulate their intuition. They always assume what the next scene is and guess how the story will end. The number of segment is 29,1%.

3) Artist

Movie audience in this segment act like working artists while watching movies. While watching movie, they curious with what could happen, think

what the best for the next scene. Then they will late in the movie as if they're feeling a taste of an artwork. The number of this segment is 19%.

4) *Detective*

Movie audience in this segment act like they were detective while watching movies. Watching movie for this segment gives an experience like a detective dealing with an interesting case, that guide them to make a careful and sharp observation and then think about the fact they obtained enthusiastically to solve the case till the end of the movie. The number of member in this segment is 28%.

Keywords: *segmentation, psychography, moviegoers, Myers-Briggs personality type*

References, 33 (1990-2010)