

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan dari teknologi yang ada membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu yang patut untuk disoroti adalah perubahan dalam gaya hidup manusia modern saat ini, khususnya di Indonesia. Menurut Kotler & Keller, “gaya hidup adalah suatu hal yang menjadi dasar dari keputusan pembelian konsumen dimana kaitannya dengan segmentasi produk suatu perusahaan dalam strategi pemasaran. Selain itu, gaya hidup juga memiliki pengertian sebagai pola hidup seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini” (Kotler & Keller, 2009:175). Dapat kita lihat bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka semakin tinggi pula kebutuhan hidup yang harus ia penuhi demi mencapai standard dari gaya hidupnya tersebut.

Salah satu yang patut disoroti dari gaya hidup pada manusia modern adalah kebutuhan akan hiburan. “Hiburan merupakan kebutuhan pribadi masyarakat yang telah dipengaruhi oleh struktur kapitalis yang saat ini didominasi oleh musik” (Bungin, 2008:51). Pada penelitian ini, yang akan menjadi inti dari pembahasan adalah musik sebagai salah satu industri hiburan yang populer di kalangan manusia modern.

Musik merupakan salah satu hiburan yang dapat dinikmati dengan berbagai macam seni lainnya. Saat ini, dapat dikatakan bahwa seni musik menjadi sebuah bangunan hiburan yang besar dan kompleks, sehingga tidak heran jika dunia musik menjadi sebuah seni pertunjukan profesional yang mampu menciptakan benefit perekonomian yang besar bagi pemerannya serta menciptakan lapangan kerja yang luas. Seperti diketahui pula bahwa

“Industri bisnis memegang peran yang krusial dalam pembentukan selera konsumen terhadap konsumsi produk, baik barang dan jasa, dengan merencanakan dan memproduksi mulai dari bentuk, model, gaya, sampai taktik pemasaran hingga memengaruhi segmen khalayak yang spesifik untuk membeli, mengonsumsi, dan

berperilaku sesuai dengan pemosisian produk yang digunakan”
(Agustiningsih, 2018 :17).

Musik sendiri merupakan seni yang sangat pesat perkembangannya. Tidak hanya di Indonesia, bahkan di seluruh penjuru dunia. Musik menjadi banyak diminati oleh orang-orang baik kalangan muda maupun kalangan tua, karena dalam perkembangannya ia disesuaikan dengan selera dan kondisi masyarakat dari berbagai aspek baik psikologis, religi, hingga politik negara, sehingga musik berbeda dengan seni lainnya. Maka dari itu, tidak heran bila musik memiliki daya tarik tersendiri dengan memberikan nuansa baru bagi perkembangan seni di Indonesia. Setiap individu membutuhkan musik, karena musik mempunyai efek pada manusia yang dapat dihubungkan serta berpengaruh dengan segala aspek pada tubuh seorang individu, seperti fisik, emosional, tingkah laku seseorang, pendidikan, dan imajinasi seperti yang terdapat di dalam pendidikan psikologi musik. Selain itu, musik juga hadir sebagai bahasa yang dapat digunakan untuk berkomunikasi yang mendatangkan kepuasan dan perasaan-perasaan tertentu dalam mengisi kehidupan (Febri, 2015: 1).

Berkaitan dengan maraknya kegiatan bermusik sebagai salah satu gaya hidup di era modern Ismaya, perusahaan yang bergerak dibidang restoran, cafe, bar, hingga *event organizer* yang dibentuk pada tahun 2003 di Jakarta ini mendirikan festival musik *Djakarta Warehouse Project* (DWP) yang kemudian rutin diadakan setiap tahunnya sejak 2008.

Ismaya Live merupakan sebuah perusahaan di bawah naungan Ismaya Group yang menyajikan festival musik dalam skala yang cukup besar. Ismaya

Group berdiri sejak tahun 2002 di bawah kepemimpinan Christian Rijanto. Ismaya Group tidak hanya bergerak dalam bidang festival musik, melainkan dalam bidang kuliner. Restoran yang berada dalam Ismaya Group di antaranya Djournal, Kitchenette, Blowfish Fook Yew, Tokyo Belly, SKYE, Pasta DeWaraku dan lain-lain. Ismaya Live merupakan promotor festival musik terkemuka di Indonesia yang telah menyelenggarakan acara besar lainnya seperti We The Fest, Ultra Music

Festival Bali, maupun menjadi promotor untuk konser Katy Perry, One Direction, John Legend, dan lainnya di Indonesia (Amanda, 2014: 13-14).



Gambar 1. 1 Beberapa Anak Perusahaan Milik Ismaya

DWP merupakan festival musik yang menyajikan jenis musik EDM yang diadakan setiap akhir tahun di Jakarta dan Bali, dengan mendatangkan bintang tamu DJ - DJ terbaik di dunia serta DJ - DJ lokal terbaik setiap tahunnya. Bahkan dikutip dari situs berita CNN News,

“DWP 2016 memecahkan rekor penonton dengan kehadiran per hari terbanyak dibanding festival dance mana pun di Asia. South China Morning Post menyebut, DWP 2016 dihadiri lebih dari 45 ribu pengunjung per hari. Total, diperkirakan 90 ribu pengunjung telah memenuhi JIExpo untuk berjoget mengikuti musik EDM di DWP 2016. Tercatat pula kala itu, 27 ribu partygoers dari luar Indonesia datang ke DWP.” (Endro, 2017).

Acara tersebut menjadi festival musik terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2014, dan secara keseluruhan merupakan salah satu acara musik terbesar di kawasan Asia Tenggara. Pada tahun 2008 yang merupakan tahun pertama diselenggarakannya DWP, acara tersebut hanya dihadiri sekitar 2.000 orang, lalu menjadi dua kali lipat pada tahun berikutnya. Di tahun 2012

jumlah penonton mencapai 15.000 orang. Lalu menarik 70.000 orang pada tahun 2014 yang juga sekaligus menjadi tahun pertama diselenggarakannya DWP selama dua hari. Billboard memperkirakan 75.000 orang meramaikan lokasi acara DWP tahun 2015 dan menghasilkan pendapatan sebanyak \$2,9 juta (www.billboard.com).

DWP menghadirkan banyak DJ internasional dengan berbagai genre EDM seperti electro, house, progressive, trance, trap, techno, dubstep dan lain-lain. Deretan DJ kelas dunia tersebut seperti Calvin Harris, Avicii, David Guetta, Zedd, Showtek, Skrillex, DJ Snake, Major Lazer hingga DJ-DJ peringkat nomor 1 dunia dalam daftar majalah Dj Mag seperti Armin Van Buuren, Tiesto dan Martin Garrix pernah menjajalkan kemampuan dan aksi terbaiknya di panggung DWP (Putri, 2017 :3).

Selain itu, turut ditampilkan pula DJ lokal terbaik Indonesia seperti Midnight Quickie, Winky Wiryawan, DJ Yasmin, Riri Mestica, Osvaldo Nugroho, Dipha Barus, hingga Angger Dimas masih banyak lagi namanama DJ lokal yang turut tampil dalam acara ini. Angger Dimas merupakan DJ pertama asal Indonesia yang telah diakui secara internasional. Selain dapat dinikmati secara langsung, DWP juga dapat dinikmati dengan menonton melalui kanal Youtube Ismaya Tv. Berdasarkan data yang didapat dari Youtube sebanyak 26.956 orang telah berlangganan situs Youtube Ismaya Tv. Selain itu dapat pula diakses melalui Youtube dengan keyword “Djakarta Warehouse Project”.



Gambar 1. 2 Kemeriahan Djakarta Warehouse Project 2019

Masyarakat Indonesia digemparkan dengan virus Covid-19 yang menyebar pada triwulan pertama tahun 2020. Virus yang diyakini berasal dari Wuhan, China itu, menyebar begitu cepat hingga jumlah kasus positif semakin bertambah setiap harinya sejak ditemukannya kasus pertama di Indonesia. Virus ini juga terhitung mematikan karena telah menelan banyak korban jiwa. Pemerintah Indonesia dibawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo, telah menyatakan pandemi virus corona dan siap siaga terhadap wabah tersebut. Berbagai upaya dilakukan pemerintah agar warganya selamat dan meminimalisir penyebaran Covid-19.

Untuk meminimalisir akibat buruk yang disebabkan oleh pandemi ini, terdapat sebuah fenomena yang menarik dimana para penyanyi lokal maupun internasional berbondong-bondong memanfaatkan media digital untuk mengadakan konser online demi dapat terus menghibur para penggemarnya. Tak dapat disangkal bahwa mengadakan konser online merupakan sebuah langkah yang inovatif dan kreatif, karena selama masa pandemi ini berlangsung - berdasarkan himbauan oleh pemerintah dan WHO - para penyanyi memang diharuskan untuk membatasi mengadakan konser di ruang terbuka, sehingga banyak dari penyanyi tersebut memindahkan kegiatan konser mereka, yang mulanya offline menjadi online. Secara general, konser online adalah sebuah konser atau pertunjukan musik yang dilakukan secara online atau daring. Konser ini memanfaatkan platform digital dalam memenuhi kebutuhan penonton untuk mengakses konten yang telah disajikan. Konser online biasanya dilakukan secara live streaming yang dapat diakses dimana saja selama terhubung dengan saluran internet. Platform yang digunakan sendiri pun beragam macamnya, dapat yang melalui Youtube, Live Instagram, V-Live App, Mixrl dan lainnya.

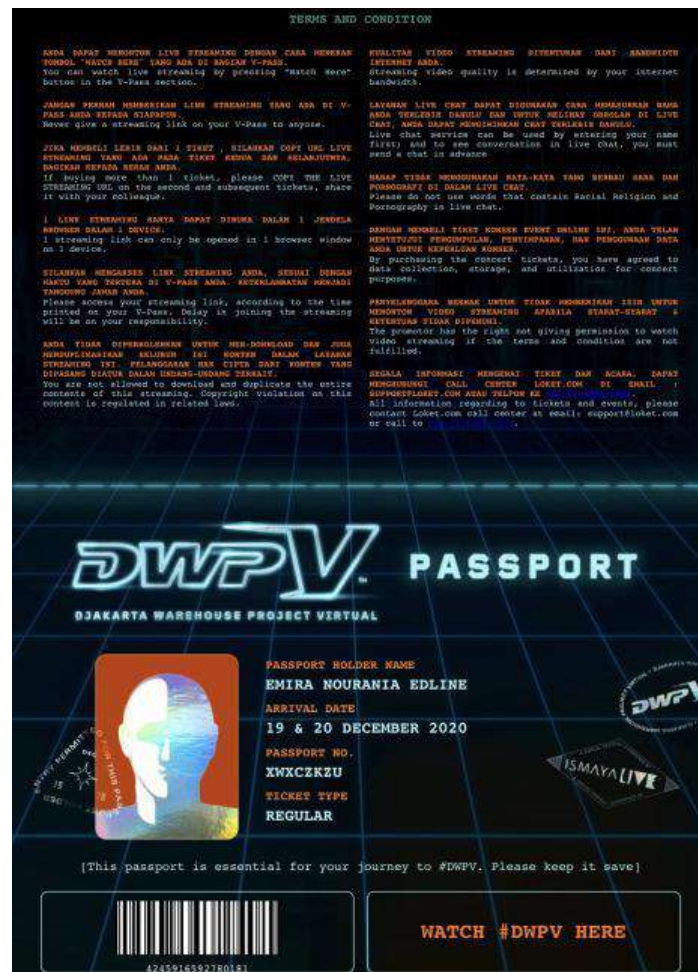
Biaya yang dibutuhkan untuk dapat mengakses konser online ini tergantung dari pihak siapa yang mengadakan. Umumnya, jika konser online tersebut diselenggarakan langsung oleh pihak agensi penyanyi, maka mereka tetap akan menagih biaya tiket menonton seperti layaknya konser offline. Konser bertajuk online merupakan sesuatu hal yang menarik untuk dilakukan, terlebih dimasa pandemi dimana orang-orang harus menjaga jarak antara satu dengan yang lainnya. Melalui konser ini, audience atau orang yang akan menyaksikan konser tersebut tidak perlu datang ke tempat pelaksanaan konser, melainkan diharapkan untuk menonton konser tersebut melalui layar digital milik masing-masing.

DWP, sebagai salah satu festival musik terbesar di Indonesia tidak ingin melewatkan kesempatan tersebut begitu saja. Alih-alih kehilangan penonton, DWP pun akhirnya menyelenggarakan konser musik virtual perdananya pada 19 dan 20 Desember 2020 dan ditayangkan pada laman website resmi milik mereka. Selain itu, harga tiket yang biasanya dipatok 1 hingga 3 juta rupiah, pada konser virtual perdananya kali ini, DWP tidak mematok biaya sepeserpun kepada penontonnya.



Gambar 1. 3 Kegiatan Promosi DWP Virtual 2020

Sebagai konsep konser virtual pertama yang diadakan oleh Djakarta Warehouse Project, kegiatan promosi perhelatan akbar tersebut dikemas sebaik dan semenarik mungkin dari pihak penyelenggara, baik pada laman resmi Djakarta Warehouse Project maupun Ismaya sebagai promotor. Kegiatan promosi tersebut dimulai September 2020 yang diunggah pada laman resmi Instagram penyelenggara, yaitu @djakartawarehouseproject. Konsep promosi DWP Virtual 2020 bertemakan *neon light*, dengan desain futuristic sehingga sukses menarik minat audiens yang melihatnya. Calon penonton DWP Virtual 2020 hanya butuh mendaftarkan diri mereka ke laman *website* resmi Locket.com dan memasukkan daftar diri, yang kemudian akan mendapatkan surel resmi dari pihak penyelenggara berisi *E-Voucher*, jadwal, serta nomor pengguna yang telah terdaftar pada *database* milik DWP.



Gambar 1. 4 E-Voucher DWP Virtual 2020

Fenomena tersebut menjadi menarik untuk diteliti karena pada event dengan skala besar seperti *Djakarta Warehouse Project* (DWP) tentu saja terdapat pola budaya khusus yang tercipta di dalamnya, seperti bagaimana interaksi yang terjadi antara penonton, bagaimana mereka berpakaian, hal-hal favorit yang mereka lakukan di tengah konser, yang seharusnya dapat diciptakan di suasana luring, diubah total menjadi sistem daring yang tentunya menjadi tantangan tersendiri baik bagi pihak penyelenggara maupun penonton agar suasana menonton konser luring, utamanya *Djakarta Warehouse Project* DWP tetap dapat dirasakan meskipun terjadi perubahan sistem konser secara signifikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana *audience experience* terhadap konser Djakarta Warehouse Project Virtual (DWP) Virtual tahun 2020 dari segi kualitas visual?
2. Bagaimana *audience experience* terhadap konser Djakarta Warehouse Project Virtual (DWP) Virtual tahun 2020 dari segi kualitas audio?
3. Bagaimana *audience experience* terhadap konser Djakarta Warehouse Project Virtual (DWP) Virtual tahun 2020 dari segi performa penampilan?
- 4.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Audience Experience dari penonton *Djakarta Warehouse Project* (DWP) tahun 2020 yang mengalami perubahan sistem secara besar-besaran yaitu merubah konser luring menjadi daring.

1.4 Manfaat Penelitian

- a) **Secara** akademis, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian mengenai bagaimana konser virtual menjadi salah satu solusi hiburan masyarakat modern di tengah pandemi, sehingga dapat dikaji dan dikembangkan lebih lanjut oleh pihak yang berkompeten. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang industri musik dan *virtual concert*.
- b) Secara praktis, diharapkan mampu menjadi referensi bagi masyarakat tentang pentingnya selektif memilih sarana hiburan di tengah masa pandemi, sehingga dapat ikut andil dalam memutus tali penyebaran virus Covid-19 di Indonesia, dan pandemi dapat segera usai.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Tahun Penelitian
Guilliano Fittipaldie	Pengaruh <i>Virtual Concert Event</i> Djakarta Warehouse Project V Terhadap Reputasi Ismaya Live Di Mata Masyarakat Jakarta	2021
Sydney Indra	Analisis Wacana Kritis Dalam Acara Konser Virtual #Dirumahaja Bersama Najwa Shihab	2021
Ricky Martin Wijaya	Mencari <i>Presence</i> Dalam Peliputan Konser Virtual	2020

Penelitian yang dilakukan oleh Guilliano Fittipaldie merupakan penelitian dengan tipe kuantitatif menggunakan metode survei serta bersifat deskriptif terkait pengaruh *virtual concert event Djakarta Warehouse Project* Virtual terhadap reputasi dari Ismaya Live, selaku promotor dari acara tersebut di mata masyarakat DKI Jakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara event Djakarta Warehouse Project terhadap reputasi Ismaya Live. Hal tersebut dibuktikan melalui perolehan nilai signifikansi 0,000 dari tabel nilai koefisien, yaitu lebih kecil daripada 0,05. Lebih lanjut lagi, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Guilliano Fittipaldie, dapat disimpulkan bahwa dimensi pada event yang paling berpengaruh terhadap reputasi adalah dimensi uniqueness. Adapun perbedaan yang terdapat pada penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada metode penelitian, yaitu menggunakan metode kuantitatif, dengan letak persamaan pada objek penelitian, yakni *Djakarta Warehouse Project* (DWP) Virtual tahun 2020.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sydney Indra. Penelitian tersebut berfokus pada menggali informasi terkait tampilan teks pada suatu objek yang digambarkan dalam acara konser virtual #dirumahaja bersama Najwa Shihab, yang dilanjut dengan *discourse practice* dalam memusatkan perhatian produksi dan konsumsi teks dalam acara konser virtual #dirumahaja bersama Najwa Shihab, serta *sociocultural practice* dalam acara konser virtual #dirumahaja bersama Najwa Shihab. Dengan menggunakan metode penelitian

kualitatif deskriptif, penelitian tersebut menunjukkan bahwa tampilan teks pada objek yang digambarkan dalam acara konser virtual #dirumahaja bersama Najwa Shihab adalah pesan untuk masyarakat agar tetap dirumah dan mengerjakan pekerjaan atau sekolah dari rumah agar rantai penyebaran COVID-19 segera berakhir. Sedangkan dari pihak penyelenggara yakni HUMAS Narasi, mereka ingin menyampaikan pesan optimisme untuk masyarakat Indonesia. Selanjutnya, *discourse practice* dalam memusatkan perhatian produksi dan konsumsi teks dalam acara konser virtual #dirumahaja bersama Najwa Shihab juga sudah cukup baik karena pesan yang ingin disampaikan cukup positif bagi masyarakat walaupun tidak semua masyarakat dapat mengakses acara ini. Dan terakhir, *sociocultural practice* dalam acara konser virtual #dirumahaja bersama Najwa Shihab diselenggarakan karena tim dari Narasi ingin mengambil bagian di dalam penanganan COVID-19. Sementara dari sisi penyelenggara acara yaitu Dr. Tompi, acara ini merupakan bentuk solidaritas masyarakat Indonesia yang dinilai memiliki kemampuan untuk membantu saudara-saudara yang terdampak COVID-19. Adapun perbedaan yang dimiliki antara penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitian yakni Konser Virtual #Dirumahaja bersama Najwa Shihab, dengan persamaan pada tipe yang digunakan, yaitu tipe penelitian kualitatif.

Penelitian yang terakhir merupakan penelitian yang dilakukan oleh Ricky Martin Wijaya tentang virtual *presence*. Penelitian tersebut berfokus pada bagaimana kehadiran dirasakan oleh wartawan Pop Hari Ini dalam melakukan peliputan suatu konser virtual. Dari permasalahan tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam *social presence* sebagai salah satu dimensi *presence*, interaksi sosial yang dirasakan oleh wartawan Pop Hari Ini masih rendah. Hal ini dikarenakan sejumlah *virtual concert* yang masih bersifat pre-recorded sehingga interaksi yang dirasakan hanya satu arah. Pengalaman yang cukup baik dalam meningkatkan kehadiran sosial hanya dirasakan Pohan, salah satu informan penelitian ketika meliput FLAVS Virtual karena pertunjukan bersifat *live* dan penonton berkesempatan untuk *on cam* dan melihat penonton yang lainnya. Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terdapat pada

objek penelitian yakni FLAVS Virtual, serta memiliki persamaan pada metode penelitian yakni menggunakan metode kualitatif.

Penelitian Wijaya berpusat pada teori tentang *presence* atau *telepresence*, yang artinya perasaan bahwa seseorang ditransportasikan kepada dunia virtual, atau perasaan bahwa dunia virtual hadir kepada seseorang, atau juga bisa bahwa seseorang dan pasangan interaksi Anda berbagi ruang yang sama dalam dunia virtual (Minsky, Reeves, dan Sheridan dalam Wijaya, 2020). Penelitian ini juga akan menggunakan teori tersebut untuk menganalisis *virtual concert* terhadap konser musik DWP, karena teori tersebut membantu membandingkan antara kehadiran di dunia nyata dan kehadiran di dunia virtual. Lee dan Nass (dalam Wijaya, 2020) menjelaskan tiga faktor yang memengaruhi kehadiran, yaitu teknologi (kualitas objektif sebuah teknologi), pengguna (perbedaan individual), dan sosial (karakteristik sosial dalam teknologi).

1. Faktor Teknologi

Faktor teknologi dipengaruhi oleh beberapa aspek, beberapa di antaranya adalah: resolusi gambar, kualitas warna, kejernihan gambar, ukuran gambar atau bidang pandangan, kualitas suara, isolasi dari lingkungan riil, jumlah dimensi indra dan saluran yang disajikan dan teknik produksi. Aspek yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis *virtual concert* dari segi visual adalah resolusi gambar, kualitas warna, kejernihan gambar, dan ukuran gambar atau bidang pandangan. Sedangkan untuk menganalisis *virtual concert* dari segi audio, peneliti akan menggunakan aspek kualitas suara, isolasi dari lingkungan riil, dan jumlah dimensi indera.

2. Faktor Pengguna

Faktor pengguna dipengaruhi oleh beberapa aspek, salah satunya fokus pengguna terhadap lingkungan virtual, dan mood pengguna ketika mengonsumsi konten dari dunia virtual tersebut. Aspek fokus pengguna akan digunakan untuk menganalisis *virtual concert* dari segi visual, audio,

dan performa. Sedangkan aspek mood pengguna digunakan untuk menganalisis dari segi visual dan audio.

3. Faktor Sosial

Faktor sosial dipengaruhi oleh interaksi sosial di antara pengguna di lingkungan virtual. DWP Virtual merupakan event online yang bentuknya live streaming, tanpa fitur yang memfasilitasi interaksi antar penonton. Artinya, faktor sosial tidak dapat membantu analisis penelitian ini karena penonton tidak saling berinteraksi antara satu sama lain di dunia virtual. Konser musik ini hanya berlangsung satu arah, dengan penampil sebagai komunikator dan penonton sebagai komunikan.

Kircaburun dan Griffiths (dalam Wijaya, 2020) mengembangkan penggunaan *presence theory* oleh Lombard, Lee, Sun, Xu dan Yang menjadi tiga dimensi *presence*. Dimensi pertama adalah *Social Presence*, yang mengacu pada perasaan kebersamaan yang dirasakan individu ketika berinteraksi sosial dengan orang lain dalam platform tertentu. Dimensi kedua adalah *Spatial Presence* adalah perasaan berada dalam ruang yang dimediasi atau perasaan dikelilingi oleh lingkungan media. Dan yang terakhir, *Co-presence* adalah perasaan bersama dengan orang lain di dunia virtual pada saat yang sama meskipun orang-orang berada di tempat yang terpisah.

1.5.2 Festival Studies

Festival merupakan sebuah perayaan yang dilaksanakan secara terbuka, dan menggunakan tema tertentu dalam pelaksanaannya. Istilah festival sendiri diambil dari Bahasa Latin, yakni *festum* yang berarti kegembiraan publik atau pesta pora, dan *feria* yang berarti berpantang dari pekerjaan (Falassi dalam Brown, 2019). Dari kedua pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa festival merupakan ruangan terbuka bagi

masyarakat untuk merayakan serta mengekspresikan sesuatu dengan bergembira, baik yang berkaitan dengan agama, budaya, maupun sejarah.

Dengan perayaannya yang bersifat publik, maka dari itu dalam pelaksanaannya festival tidak memandang penting pada pengecualian sosial, sehingga siapapun dapat ikut serta menjadi bagian dari pengunjung festival tersebut. Selain itu, Goldblatt (dalam Yoeman, 2004) turut menjelaskan bahwa sesuai dengan etimologinya yang merupakan sebuah pesta, maka festival pada dasarnya dapat memberikan momen unik dan berkesan bagi para pengunjung serta siapapun yang turut berpartisipasi melakukan perayaan tertentu dalam satu waktu yang bersamaan.

Getz (2010) menjelaskan bahwa festival memiliki dampak tertentu yang berakibat langsung pada kehidupan masyarakat luas, di antaranya ialah:

- a. Dampak Ekonomi: Dalam perekonomian, festival merupakan kegiatan yang mampu menarik turis dan wisatawan dalam skala besar, sehingga menimbulkan dampak peningkatan pendapatan perekonomian daerah, terutama bagi masyarakat yang berlokasi dimana festival tersebut dilaksanakan, baik peningkatan terhadap permintaan barang maupun jasa. Selain itu, dampak dari segi ekonomi dapat dilihat dari tumbuh dan meningkatnya suatu ekosistem industri pariwisata. *Festival tourism* mampu memberi kontribusi dari segi perekonomian yang cukup signifikan karena berhasil menarik pengunjung dalam jumlah yang besar.
- b. Dampak Sosial dan Budaya: Dalam segi sosial dan budaya, festival dapat memberikan dampak secara langsung berupa perasaan kebanggaan tersendiri terutama bagi masyarakat yang bertempat di lokasi festival dilaksanakan. Selain itu, dampak-dampak lain seperti pertukaran pengalaman antara pengunjung yang hadir, pengenalan budaya lokal setempat bagi para pengunjung, dan lain sebagainya.

Festival yang ada di tengah masyarakat sendiri dikategorikan ke dalam beberapa jenis, yaitu festival musik, festival seni dan budaya, serta festival makanan. Rolf dan South (dalam Noor, 2009:18) menjabarkan bahwa terdapat tujuh karakteristik dari festival yang dikategorikan berdasarkan dengan tujuan, waktu penyelenggaraan, serta ukuran festival, yakni:

- a. High profile-general celebration of the arts: Merupakan suatu festival yang telah teragenda dengan jelas dan terstruktur, memiliki tujuan dan standar pelaksanaan yang tinggi, memiliki minat media peliputan serta penayangan dalam skala luas, serta mampu menghasilkan pendapatan dalam jumlah besar.
- b. Place-Festival Celebration: Merupakan festival yang dilaksanakan dengan tujuan untuk memperingati tempat-tempat tertentu, guna mengumpulkan orang-orang dari daerah tersebut untuk turut andil dalam pelaksanaan festival.
- c. Art-form festival: Memiliki karakteristik yaitu fokus kepada suatu bentuk seni tertentu. Dalam festival tersebut menampilkan rangkaian seni pada pengunjung, kemudian di waktu yang bersamaan dapat juga dilakukan diskusi atau Latihan singkat tentang seni tersebut.
- d. Celebration of work by a community of interest: Merupakan festival yang diselenggarakan oleh kelompok tertentu yang memiliki ketertarikan khusus terhadap sesuatu.
- e. Calendar: Merupakan festival yang bersifat religi serta kebudayaan. Festival tersebut dilaksanakan secara rutin berdasarkan perhitungan waktu dan tanggal tertentu dari satu kepercayaan tertentu.
- f. Festival seni amatir: Merupakan festival yang diselenggarakan oleh penyelenggara event yang masih kecil, namun dapat menarik pengunjung dalam skala yang besar. Hal tersebut dapat menjadi suatu ekosistem kompetisi positif bagi para penyelenggara event.

- g. Commercial music festival: Merupakan festival yang membawakan konsep musik untuk dinikmati oleh public. Festival tersebut banyak digunakan oleh penyelenggara event karena mampu menyedot animo masyarakat dengan intensitas yang cukup tinggi.

Adapun penelitian ini berfokus pada festival musik. Getz (1997) menjelaskan bahwa dari perspektifnya, festival musik merupakan sarana untuk berbagi makna dalam praktik bermusik yang dapat dipahami bersama. Brown (2019) menerangkan bahwa festival musik memiliki tujuan serta praktik dalam penyelenggaraannya terhadap masyarakat, antara lain sebagai berikut:

- a. Culture: Kegiatan festival musik digunakan sebagai media untuk melakukan promosi atas suatu identitas budaya tertentu. Para pengunjung yang hadir pada festival musik tersebut memiliki kemungkinan untuk mengonsumsi budaya dari produk tersebut melalui pergerakan komoditas, orientasi, pengalaman, serta pelarian atau hiburan yang dapat dikonsumsi tanpa Batasan tertentu. Maka dari itu, festival musik dicatat sebagai suatu ekspresi budaya dan seni, yang tidak lagi menunjukkan budaya lokal dimana festival tersebut diselenggarakan, namun mewakili masyarakat multikultur dengan cakupan yang lebih luas.
- b. Identity: Festival musik mampu memberikan sarana atau keuntungan pada pengunjungnya untuk mencapai identitas yang dimiliki, karena sesuai dengan pengertiannya yakni mempersatukan individu dari berbagai latar belakang. Dengan adanya festival musik, pengunjung mampu mengekspresikan dan merayakan identitas diri mereka dengan tegas tanpa adanya batasan, mengingat pelaksanaannya yang berada di ruang terbuka dengan jumlah penonton yang terlibat terhitung besar.
- c. Sense of community: Sebuah festival musik mampu membangun ikatan dalam suatu kelompok menjadi lebih kuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa festival musik juga memberikan dampak sosial yang besar bagi masyarakat, karena mampu menyatukan individu-individu dengan minat, pemikiran, serta

cara pandang yang sama terhadap suatu genre musik. Sehingga, dapat dikatakan bahwa festival musik mampu meningkatkan hubungan sosial dan mempertahankannya, serta komunitas sementara berbentuk kerumunan pengunjung yang dapat mempengaruhi kepuasan pengalaman pengunjung tersebut.

1.5.3 Pengalaman Khalayak terhadap Festival Musik

Bagi pengunjung, festival musik memiliki fungsi untuk memperoleh pengalaman tertentu baik secara emosional maupun simbolis. Hal tersebut erat kaitannya dengan pengalaman yang diperoleh selama penyelenggaraan festival. Adapun *festival experience* dapat dilihat dari dua sisi, yakni sudut pandang penyelenggara dan sudut pandang pengunjung festival. Pengalaman festival sendiri didefinisikan sebagai bentuk interaksi yang terjalin antara individu sebagai pengunjung dengan lingkungan festival (Geus dalam Brown, 2019). Selanjutnya, lingkungan festival yang bersinggungan dengan individu dapat berupa keadaan fisik serta sosial dalam festival.

Dari penjelasan di atas, maka dapat dikatakan bahwa titik berat pada pengalaman festival terletak pada pengalaman pengunjung yang hadir. Pengalaman pengunjung menjadi suatu aspek yang krusial untuk diperhatikan oleh pihak penyelenggara. Getz (2007) menjelaskan bahwa pengalaman pengunjung festival merupakan suatu upaya pemasaran serta *branding* dari pihak penyelenggara sehingga mampu mencapai tujuan yang diinginkan. Pada dasarnya, pengalaman pengunjung pada festival musik berfokus pada sifat personal yang dialami oleh individu sendiri. Maka dari itu, terdapat banyak aspek yang mengalami penyesuaian tertentu selama festival musik berlangsung, seperti emosi, kognisi, serta perilaku.

Selanjutnya, pengalaman individu tau khalayak terhadap suatu festival musik dimulai dari tahap pengalaman yang terjadi pada pra-festival (Vogt dan Andereck dalam Brown, 2019). Hal tersebut meliputi proses pertukaran informasi yang diterima oleh pengunjung atas festival tersebut, yang dapat berupa publikasi,

materi promosi, pencarian informasi terkait festival musik, hingga pada proses mendapatkan tiket. Dari proses pertimbangan tersebutlah yang nantinya mengantarkan pengunjung untuk memperoleh pengalaman individu atau khalayak terhadap suatu festival musik berupa aspek fisik dan sosial. Aspek-aspek tersebut meliputi hal-hal yang terjadi pada pengunjung secara keseluruhan, mulai dari ketika pertama kali tiba di lokasi, aktifitas yang berlangsung selama festival musik, hingga ketika pengunjung meninggalkan tempat lokasi festival musik diadakan. Setelah festival berakhir, bukan berarti pengalaman khalayak yang dialami individu atas konser tersebut telah berakhir, melainkan dapat memperoleh benefit pengalaman pasca-festival seperti memori yang individu dapatkan dari festival musik tersebut. Oleh karena itu, pengalaman individu atau khalayak patut untuk diperhatikan lebih lanjut karena bersangkutan langsung dengan kesuksesan penyelenggaraan festival musik tersebut sendiri.

Michael Morgan (2007) menjelaskan bahwa terdapat enam aspek dari festival experience yang masing-masing aspek merupakan cara menganalisis setiap pengalaman individu dengan kompleksitas yang berbeda, yakni:

- a. Physical organization: Merupakan elemen operasional yang membentuk atribut praktis festival, seperti teknis pengorganisasian tiket, regulasi pada venue, proses promosi serta publikasi, hingga pengaturan tahapan jalannya acara festival. Physical organization bertugas untuk membagi sumber daya organisasi, menentukan batas-batas lingkup kerja antar divisi panitia, dan memperhatikan segala detail yang ada dalam penyelenggaraan festival.
- b. Relationship atau social interaction: Pengalaman pada pengunjung dapat dilihat dari interaksi sosial yang terjadi, yakni meliputi komunikasi antar pengunjung lain, pengunjung dengan panitia, serta pengunjung dan penampil. Aspek tersebut yang nantinya menciptakan pengalaman pribadi dari sisi pengunjung. Hal tersebut terjadi karena banyaknya intensitas keterlibatan serta interaksi selama pelaksanaan festival.
- c. Design personality and programs: Merupakan aspek yang meliputi penentuan lokasi, dekorasi panggung venue, jadwal pelaksanaan acara, daftar musisi, daftar sponsor yang dibutuhkan, serta konsep dan visualisasi festival musik. Design

- personality pada sebuah festival musik berkaitan dengan perancangan segala detail yang bersangkutan dengan penyelenggaraan, yang pada akhirnya, aspek design personality and programs yang akan menciptakan identitas dari experience tersebut.
- d. Culture: Pada hakekatnya, berbagai macam bentuk *culture* akan tersaji dalam suatu festival musik, karena festival musik sendiri merupakan wujud dari karya manusia, yakni pihak penyelenggara.
 - e. Symbolic meanings: Pengunjung akan merasakan sendiri suasana yang terbangun pada suatu festival musik. Selain itu, pengunjung juga dapat memaknai berbagai macam hal yang akan muncul selama festival musik, seperti cara berpakaian, ciri khas penampilan, dan lain sebagainya.
 - f. Personal benefits: Personal benefits akan didapatkan ketika pasca-festival dari festival tersebut. Di antara yang akan pengunjung dapatkan yakni kepuasan, koneksi serta komunitas baru, *self-development*, serta pemenuhan kebutuhan masing-masing individu.

1.5.4 Pengalaman Pengunjung terhadap Festival Musik Virtual

Pada pengalaman pengunjung di festival musik virtual berbeda dengan apa yang terjadi pada festival musik pada umumnya yang menitikberatkan pada keterlibatan serta kehadiran penonton pada pelaksanaan festival musik. Festival musik virtual sendiri mengkolaborasikan antara teknologi *audiovisual* yang ada dengan ekosistem kebiasaan yang tercipta pada sebuah festival musik.

Audiovisual sendiri adalah interaksi dari musik, suara dan gambar (Robertson, 2015). Dengan semakin berkembangnya teknologi yang ada, maka semakin banyak pula ditemukan medium audiovisual baru yang belum pernah ada pada masa-masa sebelumnya. Fenomena tersebut juga didukung dengan medium audiovisual yang sudah ada sejak masa-masa sebelumnya, yang kemudian berkembang seiring dengan perkembangan teknologi, menjadi lebih canggih,

populer dan terintegrasi, serta menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi pada masa pembuatannya.

Teknologi tersebut berkembang secara merata ke berbagai aspek hiburan. Menurut Cvent ebook (2020) *virtual event* adalah pengalaman individu seseorang mengalami sebuah event dengan konten online dan tidak berkumpul bersama. *Virtual event* dapat merupakan perpaduan dari event fisik. *Virtual event* sendiri hadir bukan sebagai pengganti event yang lain, melainkan sebagai tipe atau terobosan baru dan menambah luas dari jenis tipe event yang telah ada. Pada fenomena ini, yang akan dibahas oleh penulis adalah bagaimana pengalaman khalayak terhadap adaptasi teknologi baru yaitu konser musik virtual. Pada festival musik virtual, tentu pihak penyelenggara membutuhkan usaha yang lebih untuk menghadirkan pengalaman menonton pada pengunjung. Oleh karena itu, pada konser musik virtual menyajikan berbagai pengalaman baru bagi penonton yang belum tentu dapat dirasakan ketika menonton festival musik secara luring. Dengan mengkolaborasikan produksi konsep panggung dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi AR (*Augmented Reality*) serta grafis 3D secara bersamaan.

Pengalaman khalayak yang terjadi pada penonton festival musik virtual memiliki ciri khas yang berbeda dari pengalaman khalayak pada penonton konser dengan sistem luring. Salah satu karakteristik dari pengalaman khalayak media siber terletak pada interaksi yang terjadi di dalamnya. Namun, trend yang muncul saat ini telah menambahkan beberapa fasilitas guna menunjang pengalaman khalayak dari konser virtual, seperti memfasilitasi penyaluran bagi khalayak untuk saling berinteraksi, namun juga dengan pihak media (Nasrullah, 2018).

Salah satu yang dapat dijadikan contoh adalah fitur komentar pada konser virtual sesuai dengan platform yang digunakan masing-masing penyelenggara. Pada kolom komentar tersebut, penonton dapat berinteraksi dan memberikan umpan balik yang didapatkan dari konser virtual tersebut, baik yang ditujukan kepada penampil maupun antar penonton lainnya. Fitur komentar tersebut merupakan elemen penting dari pengalaman khalayak terhadap konser virtual. Cangara (2007) menyebutkan bahwa “penerima merupakan elemen penting dalam proses komunikasi karena merupakan sasaran komunikasi. Kemudian, khalayak

yang akan mencerna dan menerjemahkan pesan yang disampaikan atau meneruskan pesan tersebut sesuai dengan tujuan dari proses komunikasi yang terjadi.”

Selain itu, yang menjadi keunggulan dari festival musik virtual adalah penggunaan teknologi animasi 3D yang menghadirkan perasaan sensasi seolah-olah penonton sedang berada di dunia virtual, yang tentu tidak dirasakan pada festival musik pada umumnya. Meskipun, tentu tidak dapat menggantikan perasaan hadir dan berinteraksi secara seutuhnya yang hanya terjadi pada festival musik pada umumnya. Dengan segala pro dan kontra yang ada, fenomena tumbuhnya festival musik virtual khususnya di Indonesia diharapkan mampu menjadi salah satu sarana alternatif bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan tanpa menambah jumlah peningkatan kasus Covid-19 yang hingga saat ini masih terjadi di Indonesia.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode etnografi, yaitu metode yang berdasar kepada pengamatan terhadap sekelompok orang dengan lingkungan yang alamiah. Etnografi adalah seni dan ilmu yang menggambarkan tentang sebuah kelompok atau budaya (Genzuk, 2005). Dalam konteks penelitian ini, peneliti akan mengamati bagaimana informan penelitian ini menginterpretasi peran DWP bagi kelompoknya, demi menemukan pemahaman tentang *virtual concert* yang mereka dapatkan dari konser virtual tersebut. Penelitian ini mengutamakan adanya *sense of realities* peneliti, yaitu proses berpikir mendalam dan interpretasi atas fakta berdasarkan konsep yang digunakan. Oleh karena itu, peneliti akan ikut berpartisipasi menjadi penonton, agar dapat menganalisis *virtual concert* menggunakan konsep yang telah disebutkan pada sub bab tinjauan pustaka di atas. Peneliti kemudian akan mengembangkan data tersebut dengan pemahaman yang dalam serta mengutamakan nilai-nilai yang diteliti. Penelitian ini sangat percaya

pada ketertutupan, pengalaman pribadi, dan partisipasi para peneliti yang terlatih dalam seni etnografi.

1.6.2 Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan tipe eksploratif, karena peneliti ingin mencari ide-ide baru dan menelaah lebih lanjut tentang fenomena konser musik virtual. Penelitian eksploratif bersifat kreatif, fleksibel dan terbuka, dimana dalam penelitian ini semua sumber dianggap penting untuk dijadikan sumber informasi (Mudjiyanto, 2018). Penelitian eksploratif dapat juga dikatakan sebagai penelitian pendahuluan karena tipe penelitian ini mencoba menggali permasalahan yang relatif masih baru. Pada konteks penelitian ini, tipe eksploratif diperlukan untuk mencari faktor-faktor yang berperan dalam membangun *virtual concert* dalam konser musik *Djakarta Warehouse Project* (DWP) Virtual Tahun 2020 yang merupakan inovasi baru dari industri musik di era pandemi Covid-19 ini. Penelitian ini bertujuan untuk memahami interpretasi *audience* terhadap perubahan tersebut, yang kemudian dilanjutkan dengan melihat aspek subjektif dari perilaku objek, yaitu *virtual concert* dari konser musik *Djakarta Warehouse Project* (DWP) Virtual Tahun 2020 sendiri. Dengan demikian, penelitian ini berorientasi pada penemuan baru dan tidak bermaksud untuk menguji sebuah teori.

Kemudian, peneliti akan melakukan penggalan data berupa bagaimana pemaknaan objek, yaitu penonton konser dalam mengartikan fenomena terkait. Penggalan data tersebut dilakukan dengan wawancara mendalam kepada informan penelitian, yang dilanjutkan dengan observasi secara langsung bagaimana penonton menginterpretasikan pengalamannya menonton konser musik *Djakarta Warehouse Project* (DWP) Virtual Tahun 2020 kepada orang lain.

1.6.3 Pendekatan dan Fokus Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif sendiri dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan hasil penelitian secara luas dan mendalam, tanpa terbatas pada angka atau skala pengukuran tertentu. Sugiyono (2016:9) sendiri menjelaskan bahwa metode

penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Adapun fungsi utama dari metode kualitatif sendiri yakni sebagai cara untuk menyelidiki fenomena sosial yang terjadi pada manusia. Pada metode kualitatif, peneliti akan membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata dari sebuah teks, serta laporan terperinci dari responden. Selanjutnya, penelitian kualitatif akan menghasilkan sebuah data deskriptif berupa narasi baik tertulis maupun lisan dari responden yang dipilih untuk diteliti.

Sementara itu, peneliti memfokuskan pada event *Djakarta Warehouse Project (DWP) Virtual Tahun 2020*, dengan target responden yaitu anak muda berusia 18-25 tahun yang menjadi penonton dari konser *Djakarta Warehouse Project (DWP) Virtual Tahun 2020*, utamanya yang menggemari aliran musik *Electric Dance Music (EDM)*. Yang menjadi alasan utama bagi peneliti untuk meneliti *virtual concert* dari sudut pandang responden yang telah disebutkan di atas karena *Djakarta Warehouse Project (DWP)* sendiri merupakan acara konser musik yang membawakan genre *Electric Dance Music (EDM)*. Maka dari itu, peneliti sendiri berharap dengan dipilihnya kualifikasi di atas dapat mempermudah peneliti untuk mendapatkan hasil yang optimal atas topik yang dipilih.

1.6.4 Instrumen

Peneliti memilih instrumen wawancara sebagai cara untuk mendapatkan informasi mengenai topik yang telah ditentukan dari subjek penelitian. Dengan melakukan wawancara, peneliti akan mengumpulkan informasi-informasi terkait dari narasumber melalui interaksi verbal, yang sebelumnya telah disusun terlebih dahulu pedoman wawancara guna terstrukturanya proses penggalan informasi dari subjek penelitian, yakni penonton konser musik *Djakarta Warehouse Project (DWP) Virtual Tahun 2020*.

Adapun sarana yang akan digunakan oleh peneliti selama proses wawancara yaitu dengan memanfaatkan aplikasi Google Meeting, atas pertimbangan efisiensi serta keamanan dari pandemi COVID-19 yang belum selesai. Kegiatan wawancara yang telah direncanakan oleh peneliti dirasa dapat

memberikan banyak manfaat dibandingkan dengan metode yang lain, salah satunya yaitu dengan dilakukannya wawancara, maka kemungkinan akan mendapat informasi terkait lebih dalam akan lebih besar.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, hal ini biasa disebut dengan wawancara mendalam (*depth interview*) atau wawancara intensif (*intensive interview*) yang kebanyakan berlangsung secara tak terstruktur. Tujuannya yaitu untuk mendapatkan data-data kualitatif yang mendalam (A.Chaedar Alwasilah, 200:98)

b. Observasi dan Observasi Partisipatoris

Observasi merupakan metode teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan panca indra yang ada pada manusia, baik penglihatan, perabaan, penciuman, perasa, serta pendengaran. Dalam penelitian ini, observasi bertujuan untuk mendapat informasi lebih dalam lagi mengenai subjek penelitian, utamanya faktor-faktor yang mempengaruhi *virtual concert* terhadap konser musik *Djakarta Warehouse Project* (DWP) Virtual Tahun 2020.

Peneliti juga akan berpartisipasi menjadi penonton dalam konser musik DWP itu sendiri agar dapat lebih mudah memahami interpretasi subjek terhadap acara tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini mengumpulkan data dengan teknik observasi partisipatoris. Observasi partisipatoris adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menghubungkan seorang peneliti secara langsung untuk terjun ke tempat penelitian sehingga mengambil bagian dalam kegiatan observasi (Riyanto, 2010). Metode observasi partisipatoris merupakan metode pengamatan dimana peneliti memposisikan dirinya sebagai partisipan, namun tetap menjaga unsur objektivitas dengan cara memberikan jarak antara dirinya dan subjek. Dengan menyesuaikan kondisi yang ada, yaitu pandemi virus COVID-19, maka observasi

terhadap subjek penelitian dilakukan secara daring. Selain itu, informasi tambahan akan peneliti dapatkan dari sosial media milik masing-masing subjek penelitian yang memiliki potensi sebagai interpretasi dari kepribadian subjek penelitian.

c. Studi Pustaka

Penelitian ini juga menggunakan metode studi pustaka sebagai salah satu teknik pengumpulan data, yaitu dengan memanfaatkan jurnal-jurnal ilmiah, buku referensi, serta publikasi keilmuan terkait lainnya yang didapatkan melalui sumber-sumber terpercaya seperti perpustakaan, maupun laman jurnal resmi yang terdapat pada internet. Selain itu, peneliti juga akan menelaah referensi yang sesuai dengan topik terkait dengan mempelajari data-data pada referensi yang dituju.

d. Dokumentasi

Pada penelitian ini, dokumentasi berfungsi sebagai cara untuk mempermudah peneliti dalam mendapatkan data terkait dari peristiwa yang sedang diteliti. Dalam hal ini, dokumentasi yang dimaksud dapat berupa bukti-bukti berupa tangkapan layar maupun arsip sebagai pendukung dari kegiatan analisis data yang akan dilakukan.

1.6.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:60), analisis data adalah proses pengelompokkan urutan data ke dalam ketentuan-ketentuan yang ada untuk memperoleh hasil sesuai dengan data yang didapat. Karena penelitian ini termasuk jenis kualitatif, maka peneliti dituntut untuk dapat menganalisis hasil data yang diperoleh, baik dari wawancara, observasi, studi pustaka, dokumentasi, maupun *internet searching* ke dalam narasi yang berkaitan dengan data-data yang telah didapat. Analisis data sendiri dilakukan saat proses pengumpulan data, juga setelah pengumpulan data dalam waktu periode tertentu.

Seperti contoh, ketika proses wawancara, maka saat itulah peneliti akan melakukan proses analisis data atas jawaban yang telah diberikan oleh subjek

penelitian. Jika jawaban dirasa belum memuaskan atau belum menjawab pertanyaan, maka akan dilakukan pertanyaan alternatif lain yang bersifat mendalam sehingga peneliti mampu mendapatkan jawaban yang dirasa kredibel.

Sugiyono (2012:91) menjelaskan bahwa terdapat tiga aktivitas atau tahapan dalam mengolah data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* yang akan dijabarkan sebagai berikut:

I. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data (*data reduction*) berarti memilah kembali data-data yang telah didapat untuk mencari pokok permasalahan. Karena tentu saja, data yang akan diperoleh dari lapangan sangat banyak, sehingga dibutuhkan ketelitian untuk memilah kembali secara rinci dan fokus pada tema serta pola masalah agar mempermudah aktivitas analisis data oleh penulis nantinya.

II. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka tahapan selanjutnya adalah penyajian data (*data display*). Pada penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk flow chart, uraian singkat, bagan, korelasi antar teori, dan lain sebagainya. Sejalan dengan hal tersebut, Milles dan Huberman (1984), kegiatan penyajian data dalam penelitian kualitatif paling banyak dilakukan dengan bentuk teks yang bersifat naratif. Adapun tujuan dari kegiatan penyajian data yaitu untuk memudahkan mencerna apa yang terjadi pada fenomena yang telah ditentukan, serta menyusun langkah selanjutnya berdasarkan hasil data yang telah tersaji.

III. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahap akhir dari kegiatan analisis data kualitatif yaitu penarikan kesimpulan. Namun, terdapat beberapa catatan yaitu kesimpulan awal yang telah didapat masih bersifat sementara jika tidak didukung oleh bukti-bukti yang kuat, dan masih dapat berubah jika nantinya terdapat bukti-bukti kuat yang dapat mendukung hasil kesimpulan yang telah didapat. Namun, apabila kesimpulan yang telah didapat pada tahap awal telah didukung oleh bukti-bukti yang kuat serta

konsisten, maka kesimpulan yang dikemukakan oleh penulis merupakan kesimpulan yang kredibel.