

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada bagaimana pengalaman pengunjung terhadap festival musik Jazz Traffic Festival 2019 di Surabaya yang memberikan penampilan musik multi genre. Jazz Traffic Festival merupakan festival pagelaran musik jazz yang telah berlangsung sejak 2011 di Surabaya. Pada perkembangannya Jazz Traffic Festival tidak lagi terbatas pada memberikan penampilan musisi yang berfokus pada genre musik jazz, melainkan juga mulai meluas dengan mengundang musisi ternama Indonesia dari musik genre lain, seperti pop, *indie*, rock, dangdut, dan keroncong. Peneliti tertarik pada topik ini karena antusiasme pengunjung sebagai konsumen tidak berkurang meskipun terjadi perluasan genre musik lain pada festival yang memiliki tema dan konsep berjudul pagelaran musik jazz ini. Selain itu, banyaknya pengunjung festival yang hadir dari berbagai macam latar belakang, baik latar belakang sosial, ekonomi, maupun budaya menjadi daya tarik sendiri. Keberagaman latar belakang individu yang hadir dalam Jazz Traffic Festival mempengaruhi perbedaan pengalaman yang diperoleh oleh masing-masing pengunjung. Masyarakat yang datang berkunjung ke Jazz Traffic Festival ini pun seolah menjadi simbol tersendiri fenomena gaya hidup perkotaan di Surabaya dengan mengingat kepopuleran festival ini yang diselenggarakan secara rutin dan masih bertahan selama hampir satu dekade di Surabaya. Peneliti ingin mengetahui bagaimana pengalaman pengunjung terhadap penyelenggaraan Jazz Traffic Festival Surabaya yang memberikan penampilan multi genre. Topik ini penting untuk diteliti karena adanya peningkatan dinamika industri MICE (*meeting, incentive, convention, exhibition*), dan secara khusus perkembangan penyelenggaraan festival di Indonesia. Perkembangan industri ini pun kemudian mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Festival sendiri sebenarnya dapat didefinisikan sebagai sebuah perayaan publik yang memiliki tema maupun konsep tertentu (Getz, 1997). Festival

merupakan perayaan budaya yang memiliki tempat khusus di kehidupan masyarakat. Donald Getz dan Page (dalam Amsal dan Mahardika, 2017) menjelaskan bahwa studi tentang festival dan festival merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang festival yang terorganisir, peletakkan makna, dan pengalaman yang ditawarkan. Pihak penyelenggara festival menjual produk *intangible* atau tak berwujud berupa pengalaman untuk pengunjung. Sebagai sebuah produk jasa yang tidak terwujud ini, festival diharapkan mampu memberikan pengalaman dalam rangka pemenuhan kepada konsumennya, yang mana merupakan pengunjung festival itu sendiri. Kualitas festival yang disajikan haruslah menjadi fokus utama bagi pihak penyelenggara. Semakin baik kesan yang diperoleh oleh pengunjung atas kualitas festival yang ada, maka semakin baik pula dampak jangka panjang yang diperoleh bagi pihak penyelenggara. Kualitas sebuah festival tersebut pada intinya mempengaruhi kepercayaan pengunjung agar mampu terus secara loyal datang pada penyelenggaraan festival berikutnya.

Festival mampu menciptakan sebuah pengalaman yang tidak dapat diperoleh selain terlibat sendiri pada festival tersebut. Donald Getz dalam bukunya berjudul “Event Management and Event Tourism” (1997) pun mengatakan bahwa “*when it is over, you cannot experience again.*”. Getz ingin menegaskan tentang pengalaman yang diperoleh oleh pengunjung dalam sebuah festival atau festival hanya bisa diperoleh pada momen penyelenggaraan saat itu juga. Jika festival atau festival sudah berakhir, maka pengunjung sudah tidak bisa lagi memperoleh pengalaman yang dapat diperoleh dari festival atau festival tersebut. Festival dapat digolongkan sebagai festival *tourism* sehingga secara khusus merupakan sebuah upaya peningkatan pariwisata yang diperoleh dari penyelenggaraan festival di sebuah daerah.

Perkembangan bisnis MICE dan festival dapat dilihat melalui semakin banyaknya penyelenggaraannya yang kian bermunculan dengan berbagai konsep dan bentuk. Perusahaan penyelenggara festival berlomba-lomba untuk menyelenggarakan festival di berbagai daerah di Indonesia. Seperti yang dikutip dari website direktori bisnis MICE dan festival 10times.com, dimana

memperlihatkan data bahwa Indonesia memiliki jumlah penyelenggaraan MICE dan festival terbesar setelah Singapura, yakni 133 festival 20.000 organizer dan lebih dari 1,3 juta festival di seluruh dunia (NN,2019). Semakin banyaknya penyelenggaraan MICE dan festival di Indonesia pada akhirnya membuat beberapa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah tertarik untuk turut serta mengembangkan industri ini. Dampak yang dapat diperoleh dari bisnis MICE dan festival sudah meluas tidak lagi hanya untuk perusahaan penyelenggara festival, melainkan juga untuk mendorong peningkatan pendapat daerah.

Realisasi Sebaran Event dan Wisman MICE

terhadap Segment Market MICE Tahun 2015 - 2019

TOTAL EVENT MICE BERDASARKAN SEGMENT MARKET	Tahun									
	2015		2016		2017		2018		2019	
	EVENT	WISMAN	EVENT	WISMAN	EVENT	WISMAN	EVENT	WISMAN	EVENT	WISMAN
o Corporate	201	157,870	120	185,117	239	309,580	348	524,989	405	864,415
o Association	116	88,281	120	103,299	170	172,854	195	293,197	232	488,847
o Government	99	69,544	103	81,405	144	136,122	168	231,111	196	397,751
o Universities & Others	59	39,051	62	45,641	88	76,454	99	129,703	117	248,987
Total Event MICE per tahun	475	354,746	495	415,522	700	895,010	810	1,179,000	950	2,000,000

(Gambar 1.1 : Data perkembangan bisnis MICE dan festival di Indonesia tahun 2015-2019 / sumber : <https://venuemagz.com/news/pengembangan-mice-di-indonesia/>)

Festival yang semakin berkembang tersebut tentu dengan sendirinya menghasilkan dampak bagi berbagai aspek kehidupan masyarakat. Pada dasarnya penyelenggaraan sebuah festival berpengaruh pada *stakeholder* yang terlibat dalam penyelenggaraannya, baik itu perusahaan penyelenggara maupun pengunjung. Menurut Any Noor (2009), dampak yang dihasilkan dari sebuah festival pada umumnya selalu terlihat pada mayoritas masyarakat dan lingkungan di sekitar festival tersebut diselenggarakan. Pelaksanaan festival dapat memberi dampak pada aspek sosial, lingkungan, ekonomi, dan budaya. Misalnya saja masyarakat yang terlibat pada sebuah festival, baik sebagai penyelenggara maupun konsumen, akan terpengaruh dari segi sosial dengan interaksi yang terbentuk saat pelaksanaan festival. Masyarakat khususnya di perkotaan juga menjadikan festival sebagai sebuah budaya perkotaan yang

merupakan bentuk aktivitas modern di tengah kehidupan sehari-hari. Ekonomi masyarakat dalam hal pemasukan dan pengeluaran keuangan pun turut terpengaruh dengan adanya penyelenggaraan festival. Festival juga dapat digunakan sebagai bisnis bagi pihak tertentu dalam usaha mencapai profit dari konsumen. Berkembangnya bisnis festival di Indonesia menjadi hal yang semakin memiliki nilai prospek tinggi. Pihak-pihak yang menyelenggarakan festival memiliki kemungkinan dalam mengambil peluang keuntungan. Peningkatan penyelenggaraan festival di Indonesia tidak sebatas dalam memberikan dampak bagi pihak-pihak tertentu saja, melainkan juga berpengaruh terhadap kepariwisataan daerah dimana festival tersebut diselenggarakan. Semakin banyaknya festival berkualitas yang terselenggara maka semakin tinggi pula daya tarik wisata bagi wisatawan yang datang. Hal ini pun secara otomatis menimbulkan pengaruh kuat terhadap peningkatan ekonomi daerah maupun kondisi pertukaran sosial dan budaya. Bahkan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata telah menetapkan sebanyak tiga belas tujuan dan destinasi MICE (*meeting, incentive, convention, exhibition*) dalam rangka upaya mendukung program penyelenggaraan MICE dan festival di Indonesia. Destinasi ini diantaranya adalah Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Balikpapan, Bali, Medan, Palembang, Padang-Bukittinggi, Batam-Bintan, Makassar, Manado, dan Mantaram (Kemenparekraf, 2011). Latar belakang penetapan destinasi wisata MICE ini adalah untuk secara fokus mendukung penyelenggaraan festival di setiap daerah. Melalui penyelenggaraan festival yang optimal, muncul berbagai macam dampak positif yang berpengaruh pada masyarakat dimana festival tersebut diselenggarakan, termasuk perkembangan wisata daerah yang turut meningkat.

Penyelenggaraan festival dilakukan pada momen tertentu sehingga keberadaannya tidak ada dalam kehidupan sehari-hari. Pelaksanaan festival yang tidak diselenggarakan setiap hari ini tentu menjadi sebuah momen yang ditunggu oleh masyarakat. Masyarakat yang merasa jenuh dengan rutinitas sehari-hari menanti kehadiran pelaksanaan festival sebagai bentuk variasi hiburan yang mampu memenuhi kebutuhan hiburannya, terutama bagi

masyarakat urban yang tinggal di lingkungan perkotaan. Masyarakat urban yang sehari-harinya menjalani rutinitas di tengah kesesakan lingkungan perkotaan tentunya membutuhkan kehadiran festival sebagai pelarian dan untuk memberikan hiburan. Penyelenggaraan festival pada saat ini pun tidak terikat pada agama, adat, tradisi dan budaya masyarakat tertentu saja. Jenis yang diselenggarakan menjadi tidak terbatas dan lebih berbagai ragam. Perencanaan festival kini dapat berkembang dan disesuaikan dengan kondisi kebutuhan maupun keinginan pasar. Penyesuaian tersebut dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh pihak yang bertanggung jawab menyelenggarakan festival itu sendiri. Hertina (2015) menjabarkan lebih lanjut bahwa sebuah penyelenggaraan festival, MICE, dan *event* pada hakekatnya merupakan alat untuk mengkomunikasikan informasi, membranding, dan menanamkan nilai-nilai lebih pada sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan yang dirancang.

Festival dalam perkembangannya mampu menjadi sebuah bisnis yang menguntungkan bagi pihak penyelenggara maupun pengunjung. Ada beberapa jenis festival yang sering diselenggarakan oleh penyelenggara. Jenis atau tipe festival dapat pula berupa festival seni dan hiburan – yang seringkali ditemukan dengan tema festival atau mencakup elemen festival (Getz, 1997).

Festival bisa berupa festival musik, festival kuliner, festival budaya, dan beberapa tipe festival lain yang melibatkan komunitas tertentu. Festival menjadi hal yang cukup berperan penting dalam berjalannya pariwisata daerah. Dimana pariwisata daerah merupakan sektor yang memiliki pengaruh bagi pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut sebenarnya tidak lepas dari dampak aspek ekonomi penyelenggaraan sebuah festival. Misalnya, festival dapat mengundang turis dari luar daerah tempat terselenggaranya festival tersebut. Sehingga festival sebagai bagian dari festival *tourism* mampu menjadi sebuah pasar bagi penyelenggara acara dan alat pengembangan destinasi tujuan wisata. Bentuk-bentuk festival dapat terwujud dari budaya yang ada di masyarakat, salah satunya adalah musik yang merupakan bagian dari produk budaya itu sendiri. Festival musik merupakan sebuah ruang publik untuk membawa musik sebagai

tema yang dirayakannya. Brown (2019) mengidentifikasi festival musik sebagai ruang dan waktu yang telah ditetapkan dan bersifat sementara. Sebuah perayaan musik yang terwujud dalam festival ini memberikan pengalaman kepada siapapun yang terlibat di dalamnya melalui budaya, fungsi sosial, hingga *sense of community*. Festival musik memiliki berbagai macam bentuk kultural dan interaksi sosial dalam merayakan perayaan yang bermakna. Fungsi sosial berupa pengalaman interaksi dan pertunjukan musik sebagai hiburan utama merupakan karakteristik yang paling penting dari sebuah penyelenggaraan festival musik.

Musik sendiri adalah bentuk dari ekspresi perasaan dan pikiran yang disampaikan melalui bentuk bunyi tertentu. Musik dapat didefinisikan sebagai nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga dalam penyajiannya mengandung lagu, irama dan harmonisasi (Brown, 2019). Pada dasarnya segala kehidupan sehari-hari masyarakat tidak dapat terlepas dari unsur musik. Aktivitas yang sederhana pun seperti mengobrol pun dapat dikategorikan sebagai sebuah musik karena mengandung suara tertentu.

Musik yang tidak dapat terlepas dari aktivitas masyarakat tersebut dapat terus bertahan seiring perkembangan zaman melalui adanya apresiasi dari masyarakat itu sendiri. Semakin tinggi apresiasi yang ada terhadap musik, maka semakin mampu pula musik dapat bertahan di tengah kehidupan masyarakat. Apresiasi masyarakat terhadap musik tentu akan berbeda tergantung pada selera masing-masing individu. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh bagaimana cara masing-masing individu tersebut dalam memaknai musik sebagai sebuah karya seni yang dihasilkan oleh budaya. Apresiasi pada musik mampu memunculkan jenis-jenis musik yang dapat dikategorikan berdasarkan golongan karakteristiknya. Pada awal kemunculan musik hingga perkembangannya, ada berbagai jenis musik, satu diantaranya adalah musik jazz.

Musik jazz merupakan musik dengan komposisi yang rumit dan membutuhkan tingkat pemahaman yang mendalam. Kelahiran musik genre ini berasal dari New Orleans, Amerika Serikat oleh para ras African-American untuk memperjuangkan kepentingan mereka (Mudiasih, 2019). Karakteristik

utama musik jazz terletak pada permainan improvisasi yang terkandung dalam musik itu sendiri. Musik jazz banyak menggunakan peralatan musik yang sederhana seperti piano, terompet, dan saksofon. Para pemain musik jazz memiliki kecenderungan dalam memainkan instrumental musik jazz secara bebas dengan pendekatan individual namun tetap menghasilkan harmonisasi (Mudiasih, 2019). Musik jazz juga memiliki kerumitan pada level tertentu dalam permainannya. Namun meskipun demikian, musik jazz tergolong musik yang ringan untuk didengarkan. Banyak apresiasi yang diberikan terhadap kehadiran musik jazz ini. Salah satunya adalah musik jazz yang kemudian muncul dalam bentuk festival musik. Festival musik jazz ini sebagai manifes budaya yang merupakan sarana komunikasi yang penting untuk membangun, memberdayakan, dan mengakui suatu identitas budaya.

Kehadiran penyelenggaraan festival musik di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari para musisi yang mengisi sajian unsur musik festival itu sendiri. Pegelaran musik atau yang biasa disebut dengan konser musik pertama kali diselenggarakan pada tahun 1975 pada saat masa kepemimpinan Presiden Soekarno. Pertunjukan musik tersebut merupakan penampilan band beraliran hard rock asal Inggris, yakni Deep Purple yang berhasil mendatangkan penonton sebanyak 150 ribu orang di Stadion Senayan (Santosa, 2019). Kemudian sejak saat itu mulai bermunculan pertunjukan konser musik bertajuk festival yang mampu memberikan kebutuhan hiburan musik bagi masyarakat. Para pecinta musik yang ingin untuk hadir ke sebuah pertunjukan musik tidak perlu lagi merasa kesusahan dalam mencari kebutuhan musiknya tersebut. Para promotor semakin mampu memberikan fasilitas kepada masyarakat dalam hal kebutuhan hiburan melalui pengadaan berbagai macam festival dan konser musik dengan beragam genre pula. Pada tahun 1996 misalnya, Jakarta Pop Alternative Festival diselenggarakan oleh Java Musikindo yang menghadirkan berbagai macam musisi ternama (Santosa, 2019). Hingga pada saat sekarang ini semakin banyak festival musik dengan tema tertentu yang diselenggarakan di seluruh daerah di Indonesia. Meskipun memiliki perbedaan ide konsep dalam manajemennya, namun pada dasarnya penyelenggaraan festival di Indonesia

memiliki tujuan yang sama berupa memberikan wadah bagi para pecinta musik untuk dapat menikmati sajian musik secara langsung. Kontruksi industri festival musik ini pun juga semakin dijadikan oleh pihak penyelenggara sekaligus sebagai ajang untuk memperoleh keuntungan materiil mengingat jumlah peminatnya yang besar. Di Indonesia sendiri sudah banyak hadir festival yang menjadi ikon festival besar dengan popularitas yang tinggi dan bahkan mampu menghadirkan musisi internasional. Sebut saja seperti Hammersonic Music Festival, Soundrenaline Festival, We The Fest, Djakarta Warehouse Project hingga Java Jazz Festival. Beragam penyelenggaraan festival tersebut rupanya memiliki pasar dan target segmentasinya masing-masing berdasarkan genre dan konsepnya. Melalui kehadiran penyelenggaraan berbagai macam festival musik tersebut, secara tidak langsung mampu memberikan gebrakan pada industri dan bisnis festival di Indonesia untuk dapat terus berkembang.

Perkembangan bisnis festival yang kemudian secara langsung mempengaruhi dalam pengadaan penyelenggaraan festival itu sendiri pun memberikan dampak terhadap sektor ekonomi. Industri festival menjadi sebuah istilah ekonomi tersendiri dimana muncul peningkatan dan perkembangan para pelaku bisnis sebagai pihak penyelenggara festival. Meskipun memang festival masing-masing memiliki tujuan tertentu, misalnya dalam memberikan fasilitas hiburan publik ataupun mengembangkan budaya lokal, namun pada dasarnya kehadiran festival merupakan sebuah sarana untuk mencapai tujuan utama pihak penyelenggara berupa profit perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, pihak penyelenggara festival tentunya perlu untuk memberikan fokus utama kepada pengunjung sebagai pihak utama yang berkontribusi dalam pencapaian profit perusahaan tersebut. Pengunjung festival memberikan kontribusi terhadap keuntungan perusahaan penyelenggara melalui berbagai macam aspek pembelian yang dilakukan, salah satu contohnya yaitu melalui pembelian tiket. Melalui kesadaran bahwa pengunjung merupakan hal yang penting dalam membeirkan signifikansi profit, maka pihak penyelenggara pun berkewajiban pula dalam memperhitungkan segala kepentingan pengunjung sebagai kepentingan pasarnya.

Bisnis festival di Indonesia dan khususnya di kota urban seperti Surabaya sudah semakin marak terjadi. Penyelenggara festival berlomba-lomba untuk menarik minat masyarakat agar merasa tertarik dan pada akhirnya datang sebagai konsumen festival. Di Surabaya sendiri, perkembangan bisnis festival berkembang pesat. Semakin banyak bermunculan festival di Surabaya dengan mengusung berbagai bidang dan konsep, seperti konser musik, kuliner, pameran *fashion*, serta tematikal *market*. Ada beberapa penyelenggaraan *event* dan festival rutin yang paling populer di kalangan masyarakat Surabaya, yakni Jazz Traffic Festival, Sunday Market, Indie Clothing Carnival, Jatim Fair, serta masih banyak lainnya. Masyarakat disajikan dengan pilihan untuk memilih sendiri festival mana yang sesuai dengan ketertarikan dan kebutuhannya. Dalam konteks penelitian ini, festival musik di Surabaya menjadi sorotan utama yang perlu dibahas. Penyelenggaraan festival musik pada khususnya di Surabaya rupanya berkembang sejak awal kehadiran musik jazz itu sendiri. Berbagai pertunjukan musik jazz diselenggarakan di berbagai hotel mewah untuk menghibur kalangan tertentu. Kemudian seiring berjalannya waktu, muncul festival musik yang perlahan diselenggarakan untuk perayaan publik dan dapat dinikmati oleh siapapun tanpa ada batasan. Salah satu festival musik yang menjadi populer pada awal perkembangannya adalah penyelenggaraan Urban Jazz Crossover Festival di Surabaya.

Urban Jazz Crossover Festival adalah pagelaran musik jazz yang populer di Surabaya sejak awal penyelenggaraannya pada tahun 2009 lalu (Kushindarto, 2011). Festival musik ini menjadi populer karena mampu memberikan pertunjukan dan preferensi yang dinamis kepada para pecinta musik secara dinamis. Kepopuleran festival musik jazz ini tidak hanya berada di sekitar masyarakat Surabaya, melainkan juga diselenggarakan di beberapa kota besar lain seperti Bandung dan Pekanbaru. Urban Jazz Crossover Festival ini pun menghadirkan musik dari genre lain namun tetap tidak mendominasi musik jazz yang ditampilkan itu sendiri (Kushindarto, 2011). Musik jazz menjadi poin yang ditonjolkan dalam festival musik ini. Lagu-lagu yang dibawakan oleh para musisi yang bukan dari latar belakang musik jazz diaransemen dengan irama

dan kord khas jazz. Penampilan para musisi yang hadir, terutama para musisi jazz, mampu memberikan eksplorasi penampilan musik jazz kepada para penonton sehingga penonton dapat menikmati kesegaran festival musik yang variatif.

Selain penyelenggaraan Urban Jazz Crossover Festival di Surabaya, muncul juga *event* festival musik jazz lain yang kemudian menjadi festival besar di Surabaya. Festival musik tersebut adalah Jazz Traffic Festival yang diselenggarakan oleh Suara Surabaya Media. Jazz Traffic Festival kemudian menjadi satu-satunya pagelaran musik jazz yang masih bertahan di Indonesia bagian timur hingga pelaksanaannya yang ke-9 pada 2019 lalu. Jazz Traffic Festival sebagai sebuah festival pagelaran musik genre jazz berupaya dalam memenuhi kebutuhan hiburan bagi masyarakat, khususnya bagi para konsumen penikmat musik jazz. Dikutip dari website www.jazztraffic.com, festival Jazz Traffic Festival ini sebenarnya berawal dari sebuah program siaran bernama Jazz Traffic di Radio Suara Surabaya yang mengudara sejak 1983. Program acara radio tersebut berkembang dengan pesat seiring dengan respon positif dari para pendengar. Kemudian pada tahun 2011 muncul Jazz Traffic Festival sebagai bentuk saluran program acara radio tersebut. Jazz Traffic Festival menjadi sebuah festival tahunan di Surabaya yang diselenggarakan secara berturut-turut sejak awal kemunculannya.



(Gambar 1.2 : Suasana penyelenggaraan Jazz Traffic Festival Surabaya / sumber : www.jazztraffic.com)

Peneliti memilih Jazz Traffic Festival sebagai objek penelitian karena Jazz Traffic merupakan satu dari sekian banyak festival berkonsep festival tahunan terbesar di Surabaya yang mampu meraih konsumen hingga ratusan ribu pengunjung. Jazz Traffic Festival pertama kali diselenggarakan pada tahun 2011 sebagai festival dengan judul pagelaran musik genre jazz, festival musik ini menjadi satu-satunya festival musik jazz yang diselenggarakan secara rutin setiap tahunnya di Surabaya. Konsistensi keberlangsungan festival kemudian mendorong masyarakat, khususnya masyarakat Surabaya untuk menjadi elemen utama dalam mendukung penyelenggaraannya. Hal ini disebabkan oleh kecintaan masyarakat Surabaya terhadap Jazz Traffic yang ditunjukkan melalui loyalitas dalam mengunjungi festival setiap tahunnya. Jazz Traffic menjelma sebagai festival lokal yang menjadi salah satu ciri khas tersendiri bagi masyarakat Surabaya.

Pada awal penyelenggaraannya Jazz Traffic Festival mendapat respon yang positif dari masyarakat, terlebih lagi bagi para penikmat musik jazz. Konsep yang diusung oleh Jazz Traffic Festival seolah-olah mengobati kerinduan masyarakat pada jenis musik jazz yang memang sudah mulai digantikan dengan genre musik lain. Namun pada perkembangannya selama beberapa tahun terakhir, Jazz Traffic Festival mulai memfasilitasi musisi dari genre musik lain untuk turut berpartisipasi sebagai bintang tamu pengisi acara. Adanya musisi genre musik selain jazz ini ternyata tidak mengurangi animo masyarakat terhadap pelaksanaan Jazz Traffic Festival. Bahkan pada Jazz Traffic Festival 2018 yang turut mengundang Via Vallen dari genre musik dangdut dengan jumlah pengunjung yang hadir mencapai ratusan ribu orang. Selain aspek *guest star*, ada beberapa aspek lain berupa interaksi antar pengunjung, konsep acara, dan hal teknis penyelenggaraannya – yang juga akan mempengaruhi pengalaman pengunjung. Penyelenggaraan Jazz Traffic Festival tersebut tentu akan menghadirkan pengalaman beraneka ragam bagi pengunjung berasal dari berbagai latar belakang.

Pengalaman pengunjung festival merupakan aspek penting dalam kaitannya dengan persaingan bisnis festival. Menurut Getz (2010), pengalaman dan

makna festival merupakan inti penting dari studi festival. Munculnya bisnis festival yang diselenggarakan oleh berbagai perusahaan sebagai pihak penyelenggara kemudian semakin mendorong pihak penyelenggara festival untuk menemukan cara secara lebih kuat agar mampu memiliki keunggulan kompetitif melalui pengalaman pengunjung. Keunggulan kompetitif inilah yang kemudian memunculkan upaya bagi pihak penyelenggara dalam menciptakan pengalaman pengunjung festival. Pengalaman merupakan sebuah hal yang pernah terjadi, dialami, dijalani, dan dirasakan, baik sudah lama maupun yang baru saja terjadi (Mapp dalam Saparwati, 2012). Pengalaman pengunjung festival merupakan memori individu dalam menerima dan menyimpan segala peristiwa yang terjadi ketika mengunjungi sebuah festival. Setiap pengunjung yang terlibat dalam sebuah festival tentu memperoleh pengalaman yang beragam dan tidak sama antar satu dengan yang lain meskipun merasakan kejadian yang sama di tempat dan waktu yang sama pula. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh faktor psikologis, usia, lingkungan, hingga latar belakang pendidikan atau budaya. Melalui pengalaman pengunjung, keberhasilan sebuah penyelenggaraan festival pun dapat dinilai dengan baik. Pengalaman pengunjung festival meliputi keseluruhan aktivitas terkait bagaimana pengunjung tersebut menikmati penyelenggaraan festival secara signifikan. Signifikansi keberhasilan penyelenggaraan festival dilihat dari pengunjung yang mampu menyimpannya dalam memori jangka panjang atau dalam kata lain pengalaman diberikan oleh pihak penyelenggara dan diperoleh pengunjung dalam festival tersebut berhasil memberikan kesan mendalam. Goldblatt (2013) menjelaskan bahwa perencanaan *event* festival yang berkualitas baik dalam tujuannya untuk memberikan pengalaman pengunjung yang optimal dan meningkatkan kepuasan pengunjung merupakan aspek penting dalam kesuksesan keseluruhan penyelenggaraan. Kualitas sebuah festival tergantung pada bagaimana pengalaman seluruh pihak yang terlibat di dalamnya, terutama bagi pengunjung festival yang menikmatinya. Semakin baik pengalaman yang diperoleh oleh pengunjung, maka dapat dikatakan semakin sukses pula penyelenggaraan festival tersebut. Pengalaman pengunjung festival kemudian

menjadi aspek dalam membangun hubungan dengan pengunjung sebagai konsumennya.

Pengalaman pengunjung yang ingin difokuskan dalam penelitian ini adalah tentang keterkaitannya dengan fenomena kehadiran musik genre lain dalam penyelenggaraan festival yang mengusung konsep dan judul pagelaran musik jazz ini. Seperti yang dikatakan oleh pihak penyelenggara, Rudy Hartono (dalam Habaidillah, 2015), penampilan musik multi genre dalam Jazz Traffic pada dasarnya adalah untuk memberikan pengunjung nuansa, cita rasa, dan warna musik yang berbeda di beberapa panggung yang tersedia. Pihak penyelenggara sebenarnya telah menyediakan panggung yang masing-masing menampilkan musisi dengan genre ataupun karakteristik yang berbeda, dimana pengunjung dapat memilih sendiri secara bebas penampilan di panggung tertentu yang ingin ditontonnya. Meskipun telah tersedia fasilitas, tetap saja dalam Jazz Traffic Festival ini memunculkan pergeseran nilai dari pagelaran musik jazz serta esensi dari musik jazz itu sendiri akibat modifikasi konsep festival jazz yang terjadi. Pengunjung yang hadir, terutama yang memiliki tujuan utama untuk mencari hiburan musik jazz, berpotensi untuk mengalami distraksi dan bahkan kehilangan hakekat dari sebuah pagelaran musik jazz. Namun pihak penyelenggara festival seolah-olah tidak memiliki pilihan selain menghadirkan musik dari genre lain agar festival menarik lebih banyak antusiasme dan minat masyarakat secara umum. Pun terbukti bahwa eksistensi dan kepopuleran Jazz Traffic Festival di Surabaya adalah karena kehadiran musisi dari genre musik non-jazz. Fenomena ini menjadi sebuah kontradiksi antara pengalaman pengunjung festival musik jazz dengan kehadiran musisi genre non-jazz di festival tersebut yang sebagaimana bersifat tidak selaras. Pengalaman festival musik jazz sebagai sebuah bentuk interaksi antara pengunjung dengan segala macam detail aspek penyelenggaraan festival ini menjadi sebuah keunikan tersendiri. Pihak penyelenggara pun perlu untuk menyoroti pengalaman yang diperoleh oleh pengunjung dalam konteks bagaimana mereka mampu menikmati penyelenggaraan identitas festival jazz

dengan penyajian unsur multi genre ini sehingga tetap memiliki dampak baik pada perusahaan di masa mendatang.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait bagaimana pengalaman yang diperoleh pengunjung festival Jazz Traffic Festival Surabaya, meskipun musisi yang hadir tidak lagi terbatas pada genre musik jazz. Penelitian ini menjadi penting karena pengalaman pengunjung merupakan aspek penting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif sebuah persaingan bisnis perusahaan penyelenggara, berkaitan dengan semakin maraknya fenomena penyelenggaraan festival di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan *purposive sampling*, peneliti mengumpulkan data secara primer melalui observasi dan wawancara mendalam pada para informan sebagai pengunjung Jazz Traffic Festival.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah di atas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengalaman pengunjung terhadap festival musik Jazz Traffic Festival 2019?

1.3.Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pengalaman pengunjung terhadap festival musik Jazz Traffic Festival 2019.

1.4.Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam penelitian Ilmu Komunikasi peminatan korporat, secara khusus di ranah kajian perencanaan festival (MICE). Penelitian juga diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya dengan topik serupa sebagai data dan sumber acuan penelitian.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan evaluasi, referensi, dan masukan inovasi bagi perusahaan sebagai festival *organizer* dalam menerapkan perencanaan festival jazz traffic festival. Hasil penelitian ini yang juga mencakup pendapat konsumen atas implementasi penyelenggaraan festival yang diharapkan mampu menjadi acuan bagi perusahaan untuk mempertimbangkan pelaksanaan festival Jazz Traffic Festival selanjutnya agar mampu menarik dan mempertahankan minat pengunjung

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang mengambil topik seputar festival telah banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian yang ditulis oleh Alexandra Lamont dengan judul “University student’s strong experience of music : Pleasure, *engagement*, and meaning” menjelaskan tentang sifat pengalaman yang kuat dari mendengarkan musik dan mengidentifikasi sejumlah komponen individu yang mempengaruhi pengalaman tersebut. Penelitian ini juga menemukan pentingnya memperhitungkan musik, pendengar, dan situasi untuk memahami garis besar pengalaman yang dihasilkan melalui musik. Teori yang digunakan dalam penelitian ini seputar *emotional response* dan *music listening*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian naratif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner melalui beberapa sample penelitian.

Penelitian lain berjudul “Diskursus Identitas Budaya Urban (Kajian Cultural Studies pada Event Jazz Traffic Festival Surabaya 2014” yang disusun oleh Arina Habaidllah pada tahun 2016 menjabarkan bahwa adanya identitas budaya urban pengunjung festival Jazz Traffic Festival melalui gaya hidup yang tidak bisa lepas dari teknologi dan melalui simbol fashion yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe penelitian eksploratif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui

wawancara, observasi dan studi pustaka.. Jika pada penelitian yang dilakukan oleh Habaidllah berfokus pada menemukan artikulasi dan bentuk identitas budaya urban melalui penonton, maka penelitian yang dilakukan peneliti tentang pengalaman pengunjung ini lebih berfokus pada festival musik dan pengalaman pengunjung itu sendiri. Peneliti ingin menemukan bagaimana pengunjung memberikan makna pengalaman terhadap penyelenggaraan festival yang ada.

Selain itu ada juga jurnal penelitian berjudul “Analisis Manajemen Event Jakarta International Java Jazz 2015 oleh PT. Java Festival Production” yang ditulis oleh Teguh Nirwanto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis manajemen event dalam festival tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme.. Konsep dan teori yang digunakan seputar manajemen festival dan festival musik. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa PT. JFP membagi proses manajemen festival menjadi 3 bagian, yakni pra-festival, *main* festival, hingga pasca festival. Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan observatif partisipatoris, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

Ketiga penelitian tersebut di atas dapat membantu peneliti dalam memberikan referensi dan pedoman penelitian mengenai manajemen festival. Berbeda dengan keempat penelitian tersebut, peneliti akan berfokus pada bagaimana pengalaman pengunjung festival musik Jazz Traffic Festival Surabaya . Festival yang diangkat dalam konteks penelitian ini adalah Jazz Traffic Festival. Namun meskipun demikian, peneliti tetap menemukan banyak referensi sebagai acuan penulisan penelitian.

Tabel 1.1 : Tabel Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Penulis dan Tahun	Metode	Teori	Hasil Penelitian
“University student’s strong experience of music : Pleasure, <i>engagement</i> , and meaning	Alexandra Lamont. 2016	Metode kuantitatif dengan tipe penelitian naratif. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner	<i>emotional response</i> dan <i>music listening</i>	Hasil penelitian berupa pentingnya memperhitungkan musik, pendengar, dan situasi untuk memahami garis besar pengalaman yang dihasilkan melalui musik
“Diskursus Identitas Budaya Urban (Kajian Cultural Studies pada Event Jazz Traffic Festival Surabaya 2014”	Arina Habaidllah. 2016	Metode kualitatif dengan tipe penelitian eksploratif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan studi pustaka..	Identitas Budaya Urban, Fetisisme Komoditas, Analisis Wacana	Hasil penelitian yang ditemukan meliputi identitas budaya urban pengunjung festival Jazz Traffic Festival melalui gaya hidup yang tidak bisa lepas dari teknologi dan melalui simbol fashion yang digunakan
“Analisis Manajemen Event Jakarta International Java Jazz 2015	Teguh Nirwanto. 2016	Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan	manajemen festival dan festival musik.	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa PT. JFP membagi proses manajemen festival

oleh PT. Java Festival Production”		observatif partisipatoris, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.		menjadi 3 bagian, yakni pra-festival, <i>main</i> festival, hingga pasca festival.
------------------------------------	--	---	--	--

(sumber : olahan data peneliti, 2020)

1.5.2. Festival *Studies* dan Festival Musik

Festival merupakan sebuah acara yang mengusung tema dan konsep tertentu dengan menghadirkan kemegahan tertentu. Festival juga dapat didefinisikan menurut etimologinya yang berasal dari istilah latin, yakni kata *festum* yang berarti kegembiraan publik atau pesta pora serta kata *feria* yang berarti berpantang dari pekerjaan (Falassi dalam Brown, 2019). Berdasarkan definisi tersebut, festival menjadi sebuah tempat publik untuk merayakan sesuatu dan berpartisipasi menghabiskan waktu dalam perayaan yang membawa pada kegembiraan. Festival menjadi sebuah ruang bagi masyarakat untuk secara bebas merayakan berbagai hal tertentu seperti agama, sejarah, maupun budaya.

Festival sebagai wujud penyelenggaraan festival memiliki elemen khusus berupa perayaan kultural. Getz (1997) mendefinisikan festival sebagai sebuah ruang publik untuk merayakan perayaan dengan tema tertentu. Berbeda dengan penyelenggaraan *private* festival yang bersifat personal, sebuah festival dapat memberikan fasilitas bagi publik atau masyarakat umum untuk terlibat di dalamnya. Falasso (dalam Getz, 1997) mengatakan bahwa fungsi sosial dan makna simbolik yang terkandung dalam perayaan sebuah festival berkaitan dengan serangkaian nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Suatu hal yang dirayakan oleh masyarakat dalam festival tersebut antara lain adalah tentang bagaimana festival mampu menjadi ruang publik yang dapat dirayakan oleh masyarakat secara

bersama-sama. Perayaan festival yang bersifat publik berarti mengesampingkan pengecualian sosial sehingga siapapun dapat berpartisipasi secara aktif di dalamnya. Getz (1997) juga mengatakan bahwa festival melibatkan pihak penyelenggara dan pengunjung untuk memiliki perayaan yang berbeda dari rutinitas biasanya dan mampu mencapai kepuasan sosial. Goldblatt (dalam Yoeman, 2004) pun mengatakan bahwa sesuai dengan etimologinya yang berupa pesta dan waktu perayaan, festival sebagai sebuah *special* festival memberikan momen unik pada siapapun yang terlibat dalam satu waktu untuk melakukan perayaan tertentu.

Dalam sebuah jurnal berjudul “*The Nature and Scope of Festival Studies*”, Donald Getz (2010) menjelaskan tentang bahwa dasarnya festival memiliki tiga wacana yang berkaitan dengan bagaimana festival tersebut diselenggarakan di tengah kehidupan masyarakat. Wacana tersebut menjadi sistem penanda yang mengidentifikasi festival dengan keberadaan *event* lainnya. Tiga wacana tersebut antara lain:

- a. Wacana tentang Peran, Makna, Dampak Festival di Masyarakat dan Budaya. Penyelenggaraan festival di sebuah masyarakat dan budaya sangat berkaitan dengan peran, makna dan dampaknya terhadap masyarakat dan budaya tersebut. Festival dapat digunakan untuk membangun daerah dimana festival tersebut diselenggarakan serta identitas kelompo. Festival pun dapat memiliki dampak sosial dan budaya berupa penciptaan modal sosial dan budaya melalui produksi festival itu sendiri misalnya, atau menumbuhkan nilai seni tertentu dan melestarikan tradisi. Selain itu festival pun dapat memberikan makna pribadi dari partisipasi dalam festival berupa pembelajaran, modal sosial serta hasil budaya yang didapat.
- b. Wacana Festival sebagai *Tourism*. Hubungan sebuah penyelenggaraan festival di sebuah daerah tertentu dengan pariwisata pada dasarnya adalah berupa instrumentalis. Penyelenggaraan festival diberlakukan atau dianggap sebagai

alat dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi, atau pemasaran di daerah di mana festival tersebut diselenggarakan. Para calon pengunjung festival yang datang dari luar daerah tersebut tentunya secara otomatis akan menambah nilai jual pariwisata yang ada. Semakin populer sebuah festival, maka semakin besar pula komoditas dan dampak pariwisata yang diperoleh oleh sebuah daerah.

- c. Wacana dalam Festival Management. Festival sebagai sebuah bisnis atau industri tentunya membutuhkan kemampuan manajemen yang baik agar dapat mencapai tujuan bersama. Orang-orang yang terlibat dalam penyelenggaraan festival bertanggung jawab untuk melakukan pra-riset, merencanakan keseluruhan desain dan konsep kegiatan, dan bertugas untuk melakukan koordinasi serta pengawasan pada realisasi penyelenggaraan festival. Pengorganisasian sebuah festival yang teratur, efektif, efisien, dan sistematis dikelola sedemikian rupa mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pengevaluasian

Manajemen festival dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas teratur yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk menciptakan, merangkai, dan mengembangkan sebuah acara. Menurut Goldblatt dalam bukunya berjudul *Special Events : Creating and Sustaining a New World for Celebration* (2013) manajemen festival adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang bersifat profesional dalam mengakomodasi sekelompok orang untuk tujuan perayaan dan penyelenggaraan acara tertentu. Kemudian menurut Getz (2010), festival membutuhkan sebuah manajemen yang jelas dan terperinci agar mampu mendukung kesuksesan penyelenggaraan festival tersebut. Manajemen festival tersebut terdiri dari tiga tahap, yaitu:

- a. *Marketing* (Pemasaran): Pada manajemen penyelenggaraan festival, tahap *marketing* adalah yang paling pertama perlu

dilakukan oleh pihak penyelenggara. Tahap ini meliputi penelitian awal tentang target market atau orientasi konsumen, segmentasi yang sesuai dengan tujuan penyelenggara festival, studi potensi pasar, hingga pembentukan citra festival.

- b. *Planning* (Perencanaan): Tahap ini merupakan inti dari segala tahap manajemen festival. Pada tahap ini, penyelenggara festival akan melakukan proses perencanaan terhadap detail-detail penyelenggaraan seperti studi keuangan atau menentukan anggaran dengan lebih rinci, menentukan strategi dan manajemen sumber daya manusia, penentuan *venue* sebagai lokasi festival, serta menentukan jadwal festival. Tahap perencanaan dalam manajemen festival ini berkaitan erat tentang bagaimana inovasi dan kreativitas yang dibawa oleh pihak penyelenggara.
- c. *Evaluation* (Evaluasi): Melalui tahap evaluasi, pihak penyelenggara festival dapat melakukan proses pembelajaran dari festival yang sudah dilaksanakan. Tahap ini salah satunya berbentuk refleksi dari panitia festival dan pengumpulan *feedback* dari para pengunjung. Segala tahap yang sudah dilaksanakan pada manajemen festival harus ditinjau ulang kembali dengan detail dengan melihat berbagai aspek pencapaian agar memiliki dampak baik pada penyelenggaraan selanjutnya.

Menurut Getz (2010), penyelenggaraan sebuah festival memiliki dampak-dampak tertentu yang mampu bersinggungan langsung dengan kehidupan masyarakat, yaitu diantaranya adalah:

- a. Dampak Ekonomi: Festival menjadi sebuah sarana kegiatan dimana dapat menarik wisatawan sehingga mampu meningkatkan pendapat ekonomi daerah, terutama masyarakat dimana festival tersebut diselenggarakan. Terjadi pula

penggunaan barang dan jasa yang diperlukan dalam penyelenggaraan festival melalui jual-beli, baik yang dilakukan oleh pihak penyelenggara maupun pengunjung. Selain itu, dampak ekonomi yang signifikan dari penyelenggaraan festival adalah tumbuhnya suatu industri pariwisata. Festival *tourism* dapat memberikan kontribusi ekonomi yang besar karena berhasil menarik jumlah pengunjung dalam jumlah besar.

- b. Dampak Sosial dan Budaya: Sebuah penyelenggaraan festival mampu memberikan dampak secara langsung terhadap sosial dan budaya masyarakat. Dampak tersebut berupa kebanggaan masyarakat setempat atas penyelenggaraan festival yang ada, pertukaran pengalaman antara pengunjung festival yang hadir, hingga penguatan tradisi dan kultur daerah.

Festival yang diselenggarakan di tengah kehidupan masyarakat sebagai sebuah perayaan publik ini sendiri memiliki berbagai macam jenis. Jenis festival dapat berupa festival musik, festival film, festival makanan, maupun festival seni dan budaya. Rolfe dan South (dalam Noor, 2009 : 18) menjelaskan tujuh karakteristik festival berdasarkan tujuan, waktu penyelenggaraan, dan ukuran festival. Tujuh karakteristik tersebut antara lain :

- a. *High profile-general celebration of the arts* : merupakan event yang telah tersusun dalam agenda yang jelas, memiliki tujuan dengan pencapaian standar yang tinggi, minat media untuk meliput dan menayangkannya secara luas, serta mampu menghasilkan pendapatan yang tinggi.
- b. *Place-Festival Celebration*. Festival untuk memperingati tempat-tempat tertentu, baik dari daerah kecil hingga kota-kota besar. Festival diselenggarakan dengan tujuan mengumpulkan orang dari daerah yang bersangkutan untuk turut serta mengambil bagian dalam festival tersebut.

- c. *Art-form festival*. Karakteristik festival ini fokus pada bentuk seni tertentu. Festival ini menampilkan hasil seni kepada pengunjung dan pada saat yang sama dapat dilakukan diskusi atau latihan singkat tentang seni tersebut.
- d. *Celebration of work by a community of interest*. Festival yang diselenggarakan oleh kelompok orang tertentu dengan ketertarikan khusus.
- e. *Calendar*. Berupa perayaan yang bersifat religi dan kebudayaan yang secara rutin diselenggarakan berdasarkan tanggal atau waktu tertentu dari satu kepercayaan tertentu.
- f. *Festival seni amatir*. Festival ini diselenggarakan oleh penyelenggara event yang masih kecil, namun mampu menarik pengunjung dalam jumlah yang besar. Hal ini tentunya dapat menjadi ajang kompetisi yang positif bagi para penyelenggara event.
- g. *Commercial music festival*. Merupakan jenis festival yang berisi konsep penyajian musik sebagai bagian dari perayaan publik. Festival jenis ini diselenggarakan karena kepopulerannya dan mampu menarik minat pengunjung yang mencintai musik. Meskipun festival jenis ini secara umum memiliki format dan model yang pada umumnya sama, namun pengunjung memiliki ketertarikan khusus melalui genre dan para *performers* yang ada.

Penelitian ini berfokus pada penyelenggaraan festival berupa festival musik. Festival sendiri juga dapat didefinisikan sebagai wujud yang paling umum dari sebuah perayaan kultural. Seperti yang dikatakan Getz (1997) bahwa festival merupakan perayaan publik yang memiliki tema maupun konsep tertentu. Definisi lain diungkapkan oleh Pichard dan Robinson (dalam Brown, 2019) bahwasanya festival dapat diidentifikasi dengan ruang dan waktu sementara dimana terdapat interaksi sosial, berbagai macam tanda estetika yang menghasilkan perayaan tertentu di dalamnya. Sehingga dapat dikaitkan tentang festival musik melalui definisi festival tersebut. Festival musik merupakan penyelenggaraan festival yang

berisi konsep musik sebagai perayaan publik. Getz (1997) pun memberikan perspektifnya terhadap festival musik yang merupakan tempat berbagi makna dan praktik musik yang dapat dipahami bersama. Festival musik didefinisikan sebagai perayaan bersama dengan tema musik dan partisipasi publik atau kehadiran musik sebagai elemen pembeda utama (Getz, 1997). Festival musik menjadi sebuah kegiatan dimana nilai budaya yang ditransmisikan dan disertai dengan jenis aktivitas lain, seperti kuliner dan bentuk hiburan lain.

Brown (2019) menjelaskan bahwa keberadaan festival musik memiliki praktik dan tujuan dalam penyelenggaraannya bagi masyarakat. Praktik dan tujuan tersebut antara lain meliputi :

- a. *Culture*. Sebuah penyelenggaraan festival musik merupakan bentuk dari dampak dan pengembangan budaya yang dihasilkan oleh masyarakat. Melalui definisinya yang merupakan bentuk perayaan budaya sendiri jelas festival menjadi sebuah komodifikasi produk budaya yang terjadi di ruang publik. Sebuah penyelenggaraan festival musik digunakan sebagai media untuk melakukan promosi identitas budaya dari sekelompok masyarakat tertentu. Para pengunjung yang hadir dalam festival musik memungkinkan untuk mengonsumsi produk budaya ini melalui pergerakan komoditas, orientasi pengalaman, dan pelarian atau hiburan yang dapat dinikmati tanpa ada batasan tertentu. Festival musik pun dicatat sebagai sebuah ekspresi budaya dan seni, yang tidak lagi mempresentasikan budaya lokal dimana festival tersebut diselenggarakan, melainkan juga mewakili masyarakat multikultur yang lebih luas. Stone (dalam Brown, 2019) meyakini bahwa produk budaya yang terwakilkan dalam sebuah festival musik merupakan hasil dari penyediaan ruang dimana pengunjung yang hadir dapat menemukan, menegaskan, dan merayakan musik sebagai wujud budaya yang dimiliki.
- b. *Identity*. Penyelenggaraan festival musik memberikan fasilitas kepada pengunjungnya untuk mencapai identitas yang dimiliki. Festival yang merupakan ruang publik ini diidentifikasi untuk mempersatukan

individu-individu yang memiliki berbagai latar belakang. Festival mampu memiliki kemampuan untuk merangkum identitas personal dan heterogen dari suatu kelompok masyarakat. Keberadaan festival musik membuat para pengunjung yang terlibat di dalamnya mampu untuk mengekspresikan menegaskan kembali identitas diri mereka masing-masing. Mengingat karena festival ini merupakan ruang tak terbatas dimana siapapun yang hadir dapat melakukan ekspresi diri dengan bebas dan di luar batas normal. Sehingga secara tidak langsung penyelenggaraan festival musik ini menyediakan ruang tersendiri dimana pengunjung yang hadir dapat menemukan, mengekspresikan, dan merayakan identitas yang dimiliki dengan benar tanpa ada batasan apapun.

- c. *Senses of Community*. Penyelenggaraan sebuah festival mampu memberikan fungsi untuk membangun ikatan di dalam komunitas atau kelompok sosial secara lebih kuat. Festival musik tidak lagi diselenggarakan untuk kepentingan ekonomi saja, melainkan juga untuk memberikan makna sosial melalui penciptaan interaksi yang kolektif. Festival musik dianggap dapat mempersatukan individu-individu yang memiliki minat, pikiran, dan pandangan yang sama, yakni dalam hal ini adalah tentang musik. Sehingga secara otomatis penyelenggaraan festival ini dapat meningkatkan hubungan sosial hingga membentuk komunitas sementara berupa kerumunan pengunjung. Kesamaan minat, pikiran, dan pandangan yang ada di antara pengunjung festival pun mampu mendorong sosialisasi, kebersamaan, dan rasa memiliki yang sama. Brown (2019) menegaskan bahwa bagaimanapun *sense of community* di sebuah penyelenggaraan festival musik dapat mempertahankan hubungan sosial bagi pengunjung secara personal maupun kolektif sehingga mempengaruhi kepuasan pengalaman pengunjung tersebut.

Menurut Getz (2010), penjelasan mengenai kehadiran pengunjung dalam sebuah festival dapat dilihat melalui dua aspek, yakni *motivation* (motivasi) dan *constraints* (kendala). Motivasi meliputi alasan seputar mengapa pengunjung datang ke dalam sebuah penyelenggaraan festival dan bagaimana mereka melakukan pilihan dan keputusan tertentu terkait dengan segala macam detail penyelenggaraan festival tersebut. Scheneider dan Backman (dalam Getz, 2010) menjelaskan bahwa motivasi pengunjung dalam menghadiri festival tergantung pada budaya dimana pengunjung tersebut berasal. Pengunjung akan cenderung hadir dalam sebuah penyelenggaraan festival karena di lingkungan sekitarnya terdapat pola perilaku maupun budaya kultur untuk hadir dalam festival tersebut. Namun secara umum, motivasi pengunjung untuk hadir dalam sebuah penyelenggaraan festival adalah sebagai intensi perilaku demi mencapai kepuasan tertentu. Sedangkan *constraints* (kendala) adalah kebalikan dari motivasi kehadiran pengunjung, yaitu tentang bagaimana adanya alasan maupun batasan tertentu yang menyebabkan pengunjung untuk tidak melengkapi kehadirannya dalam sebuah festival (Getz, 2010). Pada intinya, kehadiran pengunjung pada sebuah penyelenggaraan festival nantinya akan berkaitan dengan bagaimana pengunjung sebagai individu menikmati segala macam bentuk detail penyelenggaraan melalui pengalaman yang diperolehnya.

1.5.3. Pengalaman Pengunjung Festival Musik

Sebuah festival menggambarkan ruang khusus bagi pihak penyelenggara event untuk menghadirkan kepentingan organisasi, sedangkan bagi pengunjung untuk memperoleh pengalaman emosional maupun simbolis. Hal tersebut tidak terlepas dari pengalaman yang diperoleh dari penyelenggaraan festival. Festival *experience* dapat dilihat dari sudut pandang penyelenggara festival dan pengunjung festival. Namun sebelumnya, Getz (1997) menjelaskan masing-masing definisi pihak penyelenggara dan pengunjung festival agar dapat lebih mudah memahami

keseluruhan konsep pengalaman festival itu sendiri. Yang dimaksud dengan pihak penyelenggara festival adalah mereka yang bekerja dalam merencanakan dan mengorganisasikan penyelenggaraan sebuah festival. Sedangkan pengunjung festival dapat didefinisikan sebagai individu yang melakukan upaya tertentu dalam mengonsumsi penyelenggaraan festival sebagai sebuah produk jasa. Pengunjung yang hadir dalam sebuah festival cenderung didominasi oleh penduduk dimana festival tersebut diselenggarakan. Tetapi tidak menutup kemungkinan pula bahwa pengunjung yang hadir berasal dari luar daerah sehingga penyelenggaraan festival tersebut mampu mendorong faktor *economic tourism* pula.

Membahas tentang pengalaman yang diperoleh oleh pihak penyelenggara event jelaslah berupa kemampuan manajemen dan cara menciptakan keunggulan yang kompetitif di pasar. Namun sesuai dengan tujuan penyelenggaraan festival dan festival yang berfokus pada pengunjung sebagai konsumen, maka pengalaman yang ada pada pengunjung merupakan hal utama. Persaingan bisnis festival mendorong pihak penyelenggara festival untuk menemukan cara secara lebih kuat agar mampu memiliki keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif yang paling utama adalah berupa pengalaman pengunjung festival yang hanya bisa diperoleh pada festival tersebut dan tidak ada di penyelenggaraan festival lain. Namun kembali lagi bahwa pengunjung merupakan *co-creation* atau pihak yang menciptakan pengalaman mereka sendiri, bersama-sama dengan pihak penyelenggara festival. Pengalaman pengunjung akan jauh lebih baik jika pengunjung yang terlibat dalam festival dapat memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan kreatif yang ada pada penyelenggaraan festival.

Pengalaman festival dapat didefinisikan sebagai interaksi yang terjadi antara individu sebagai pengunjung dengan lingkungan festival (Geus dalam Brown, 2019). Lingkungan festival yang bersinggungan langsung dengan individu tersebut dapat berupa keadaan fisik dan sosial dalam festival. Berdasarkan definisi yang disampaikan oleh De Geus

tersebut, maka sorotan sebuah pengalaman festival adalah terletak pada pengunjung yang hadir. Pengalaman pengunjung menjadi sebuah aspek yang penting untuk diperhatikan oleh pihak penyelenggara festival. Getz (2007) pun mengatakan bahwa pengalaman pengunjung festival merupakan sebuah upaya *branding* dan pemasaran yang dilakukan perusahaan pihak penyelenggara sehingga mampu memberikan pencapaian tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan pihak penyelenggara tersebut. Pasalnya, melalui pengalaman masing-masing pengunjung dalam sebuah penyelenggaraan festival ini dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap pihak penyelenggara, baik itu terhadap citra festival maupun loyalitas pengunjung terhadap penyelenggaraan festival di kemudian hari.

Dalam memahi pengalaman pengunjung festival, perlu diketahui bahwa pengalaman pada dasarnya dikonstruksi dari *individual's ideas* tentang realita yang terjadi berdasarkan hasil pengalamannya terhadap fenomenan yang benar-benar terjadi di festival tersebut (Getz, 2007). Pengalaman festival yang diperoleh oleh setiap individu sebagai pengunjung mengalami penyesuaian tertentu dengan keterlibatannya serta bergantung pada aspek tertentu yang muncul selama penyelenggaraan festival tersebut, yakni seperti kognisi, emosi, memori dan perilaku. Jackson (dalam Brown, 2019) mengatakan bahwa keberadaan jenis dan skala festival yang beragam memungkinkan pengalaman festival terjadi secara lebih kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Pada dasarnya pengalaman festival yang diperoleh oleh individu sebagai pengunjung berfokus pada sifat personal dari pengalaman yang diperoleh individu itu sendiri. Maka kemudian menjadi tugas pihak penyelenggara festival untuk menciptakan pengalaman kepada pengunjung yang berkesan sehingga mempengaruhi loyalitas pengunjung terhadap penyelenggaraan festival tersebut di masa mendatang.

Pengalaman festival merupakan sebuah produk tidak berwujud, bersifat pribadi dan berkelanjutan (Brown, 2019). Pengalaman pengunjung festival akan memiliki kompleksitas yang lebih besar karena bergantung

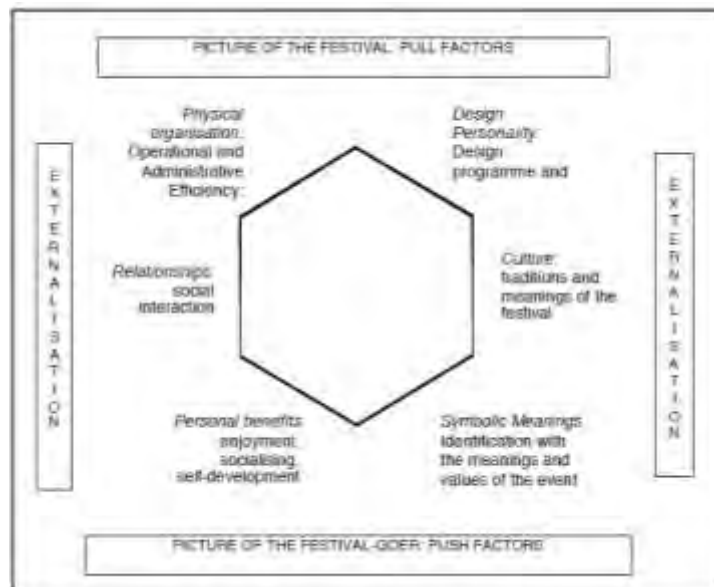
pada sesuatu yang diperoleh masing-masing individu. Terdapat perbedaan pengalaman yang diperoleh antara satu pengunjung dengan pengunjung lain karena perbedaan kepentingan ataupun latar belakang. Pengalaman festival secara langsung dipengaruhi oleh hubungan ekspektasi dengan hal yang sesungguhnya terjadi pada hari pelaksanaan. Brown (2019) lebih lanjut mengatakan bahwa nilai dan kepuasan yang dimiliki pengunjung terhadap penyelenggaraan festival memiliki peran yang besar dalam menentukan pengalaman yang diperoleh oleh pengunjung tersebut. Pengalaman festival pun pada dasarnya merupakan sebuah aktivitas yang merujuk pada bagaimana pengunjung memberikan dimensi ingatan dan emosi terhadap keistimewaan sebuah penyelenggaraan festival.

Pengalaman individu terhadap penyelenggaraan festival dapat dimulai dari tahap pengalaman yang diperoleh individu sebagai pengunjung dari pra-festival. Hal ini meliputi bagaimana calon pengunjung melakukan kontak dan segala bentuk pertukaran komunikasi pertama dengan sebuah festival (Vogt dan Andereck dalam Brown, 2019). Kontak dan komunikasi yang dilakukan calon pengunjung selama pra-festival terjadi melalui akses materi promosi dan publikasi, pencarian berbagai macam informasi terkait penyelenggaraan festival tersebut, hingga proses pembelian tiket. Pertimbangan calon pengunjung dalam keputusan pembelian produk festival inilah yang menjadi fase awal dari pengalaman pengunjung festival. kemudian setelah memutuskan untuk datang ke sebuah penyelenggaraan festival, pengunjung akan memperoleh pengalaman yang diperolehnya dari berbagai aspek fisik dan sosial festival yang ada. Pengalaman pengunjung selama penyelenggaraan festival ini menjadi fokus utama yang perlu diperhatikan karena berkaitan bagaimana kesuksesan penyelenggaraan festival itu sendiri. Semakin baik pengalaman yang diperoleh pengunjung, maka semakin dapat dikatakan sukses pula penyelenggaraan festival tersebut. Pengalaman ini meliputi seluruh hal-hal yang terjadi pada pengunjung selama festival sejak tiba di lokasi festival, segala aktivitas selama acara berlangsung, hingga meninggalkan lokasi festival di akhir

penyelenggaraan. Setelah penyelenggaraan festival berakhir, pengunjung bukan berarti pengunjung berhenti untuk memperoleh pengalamannya terhadap festival tersebut, melainkan tetap dapat melanjutkan pengalamannya yang berupa berbagai macam benefit yang diperoleh. Tahap pengalaman pasca-festival ini menandakan bagaimana kesan dan memori yang dimiliki oleh individu dari sebuah penyelenggaraan festival.

Brown (2019) menjelaskan bahwa konseptualisasi pengalaman festival adalah bagaimana pengunjung memperoleh produk *intangible* dari aktivitas datang berkunjung dalam penyelenggaraan festival. Sebuah festival memberikan fasilitas dan kesempatan kepada pengunjung untuk mengonsumsi berbagai macam elemen yang tidak berwujud seperti aspek budaya dan interaksi sosial. Dalam konteks festival musik, pengalaman dapat menjadi kesempatan untuk memperoleh kebutuhan musik, menghabiskan waktu bersama dengan teman-teman, serta menonton pertunjukan para musisi secara langsung.

Kompleksitas yang muncul dalam pengalaman pengunjung festival membuatnya membutuhkan model yang dapat dipahami secara sederhana dari sisi pihak penyelenggara festival dengan pengunjung itu sendiri. Sebuah penyelenggaraan festival menyertakan pemanfaatan ruang khusus bagi pihak penyelenggara dan pengunjung itu sendiri. Jika bagi pihak penyelenggara festival berguna sebagai kinerja praktis perusahaan atau organisasi, maka bagi pengunjung festival adalah ruang publik yang berguna untuk mencari pengalaman berbeda dari kehidupan sehari-hari. Michael Morgan (2007) menjelaskan bahwa pengunjung festival memiliki kecenderungan untuk memetakan pengalaman yang diperolehnya terhadap penyelenggaraan sebuah festival.



(Gambar 1.3 : Prisma festival *experience* / sumber : Michael Morgan, 2007)

Pada gambar 1.3 di atas, nampak festival *experience* yang disimbolkan dengan sebuah prisma. Prisma tersebut menjelaskan bahwa terdapat enam aspek *experience* yang dapat diperoleh oleh pengunjung. Enam aspek tersebut antara lain *physical organisation*, *relationship social interaction*, *personal benefits*, *design personality and programme*, *culture traditions and meanings of the festival*, serta *symbolic meanings*. Prisma festival *experience* tersebut menekankan bahwa masing-masing aspek tersebut merupakan cara menganalisis setiap pengalaman yang diperoleh individu yang kompleks dan berbeda.

- a) *Physical organisation* berupa elemen operasional yang membentuk atribut praktis festival. Perencanaan praktik berupa perencanaan penjualan tiket, teknis pengorganisasian penukaran tiket dan regulasi masuknya pengunjung ke area *venue*, proses promosi dan publikasi yang dilakukan, hingga pengontrolan alur acara terhadap jadwal penampilan sangat mempengaruhi lancarnya keberlangsungan festival. Divisi operasional sebuah pihak penyelenggaraan festival harus merencanakan pengelolaan pengunjung yang hadir dengan baik. Pengelolaan yang dilakukan

menyangkut segala macam detail yang berkaitan dengan penyelenggaraan festival. *Physical Organization* membagi sumber daya organisasi, menentukan fisik pihak penyelenggara, serta menentukan batas-batas pekerjaan antar panitia, baik itu pihak manajemen utama maupun para sukarelawan yang bekerja

- b) Aspek *relationship/social interaction*. pengalaman pengunjung dapat dilihat melalui interaksi sosial yang terjadi. Interaksi sosial yang dimaksud meliputi komunikasi serta kontak sosial pengunjung dengan pengunjung lain, pengunjung dengan panitia, serta pengunjung dengan *performers*. Kedua aspek dari penyelenggara festival tersebut menciptakan peluang untuk hadirnya aspek pengalaman pribadi dari sisi pengunjung, yakni aspek *relationship social interaction* bagi siapapun yang terlibat dalam festival. Hal ini pada dasarnya dipengaruhi oleh adanya dampak sosial yang ditimbulkan dari sebuah penyelenggaraan sebuah festival. Dampak ini terjadi karena banyaknya pihak yang terlibat dan berinteraksi dalam penyelenggaraan festival tersebut.
- c) Hal paling mendasar selanjutnya dari pengalaman pengunjung pada aspek *design personality and programme* berupa penentuan lokasi festival, dekorasi *venue* festival dan panggung, jadwal penyelenggaraan acara, daftar musisi yang tampil, sponsor yang mendukung keberlangsungan acara, serta konsep dan visualisasi festival. Pihak penyelenggara festival juga perlu untuk memperhatikan aspek *design personality* yang terdiri dari dekorasi *venue* dan panggung, pemilihan lokasi festival, konsep dan visualisasi, daftar sponsor yang dibutuhkan, penyusunan jadwal acara, serta penyusunan daftar *performers* yang hadir. *Design personality* pada penyelenggaraan festival ini berkaitan dengan perancangan segala macam detail yang berkaitan dengan penyelenggaraan. Aspek *design personality and programme* mampu menciptakan identitas *experience*.

- d) Kemudian pada aspek *culture*, pengunjung festival hakekatnya akan memperoleh pengalaman berupa tradisi dan penyajian unsur-unsur seni yang muncul pada festival itu sendiri. Sebuah festival musik pada hakekatnya tergolong sebagai *cultural festival* yang menjadi perwujudan hasil karya manusia, yang dalam hal ini adalah pihak penyelenggara festival. Berbagai macam unsur kultural ditunjukkan melalui penyelenggaraan festival konser musik yang sudah melekat dengan kehidupan masyarakat urban di Surabaya.
- e) Lalu pada aspek *symbolic meanings*, pengunjung festival akan melihat dan merasakan sendiri bagaimana suasana yang terbangun pada penyelenggaraan festival tersebut. Pengunjung juga dapat memaknai berbagai hal kecil yang muncul seperti tipe gaya berpakaian, pola penampilan *performers*, serta penempatan logo festival dan sponsor. Terdapat penyaluran makna yang ingin disampaikan maupun tersampaikan dalam setiap detail penyelenggaraan acara Jazz Traffic Festival. Berbagai makna simbolik yang muncul dalam penyelenggaraan Jazz Traffic Festival terkandung dalam aspek-aspek tersebut di atas.
- f) Sedangkan pada aspek *personal benefits* yang tentunya ada pasca festival tersebut berakhir, pengunjung akan memperoleh kesan, kepuasan, memperluas koneksi maupun komunitas, *self-development*, dan yang paling penting adalah pemenuhan kebutuhan. *Personal benefits* lain yang dapat diperoleh pengunjung berupa kesenangan, *enjoyment* dan pengembangan diri. Selain itu individu sebagai pengunjung yang terlibat dalam sebuah festival. Pengunjung yang merupakan bagian dari masyarakat urban dapat pula memperoleh pengungkapan identitas diri, pelarian (*escapism*), pembelajaran dan *sense of community* ketika mengunjungi festival.

Menurut Getz (2010), terdapat beberapa tema klasik terkait festival sebagai festival *tourism* yang meliputi mitos, ritual, upacara perayaan,

karnival, dan berbagai hal lain yang berhubungan dengan komunitas tertentu. Dalam penelitian ini, festival musik Jazz Traffic menjadi bagian dari salah satu festival *tourism* berkonsep festival musik yang rutin diselenggarakan di Surabaya. Sebagai sebuah festival musik yang melibatkan individu-individu dalam masyarakat, tentu Jazz Traffic Festival memiliki *experience* tertentu bagi pengunjungnya.

Experience atau pengalaman merupakan sebuah tingkat subjektif mental yang dirasakan oleh pengunjung selama mengalami suatu layanan (Otto dan Ritchie dalam Amsal dan Mahardika, 2017 : 3). Pengalaman yang diperoleh oleh konsumen, dalam konteks festival adalah pengalaman pengunjung, dapat dikategorikan sebagai salah satu aspek yang dapat menjelaskan teori budaya konsumen. Terdapat pergeseran nilai ekonomi dari komoditas, barang, dan jasa menjadi pengalaman. Perusahaan penyelenggara festival atau festival kemudian menjadikan pengalaman sebagai hal yang dapat ditawarkan dan dijual kepada konsumen. Pine dan Gilmore (dalam Amsal dan Mahardika, 2017 : 4) menjelaskan mengenai empat dimensi atau aspek yang dapat membangkitkan pengalaman konsumen. Empat aspek tersebut antara lain :

- a. Edukasi (*education*) : Keinginan konsumen untuk memperoleh edukasi teridentifikasi menjadi sebuah faktor yang menjadikannya motivasi untuk memperoleh produk barang atau jasa dari sebuah perusahaan. Permintaan konsumen atas sebuah pengalaman yang dapat memberikan pembelajaran atau edukasi terus meningkat karena konsumen membutuhkannya untuk pemenuhan kebutuhan informasi serta keingintahuan. Dalam konteks festival, pengunjung termotivasi untuk datang berkunjung karena dilatarbelakangi oleh aspek edukasi.
- b. Hiburan (*entertainment*) : hiburan dapat diperoleh ketika individu secara melakukan observasi aktivitas atau penampilan lain di luar dirinya secara pasif. Aspek pengalaman hiburan menjadi hal yang cukup penting dalam bisnis festival industri

festival. Melalui hiburan, konsumen, atau dalam konteks ini adalah pengunjung, memperoleh optimasi pengalaman, kepuasan, dan intensi untuk kembali pada penyelenggaraan festival di tahun berikutnya. Hiburan yang dapat diperoleh dari festival salah satunya dapat diperoleh melalui mendengarkan konser musik.

- c. Pelarian (*escapism*) : Perasaan pelarian dari sebuah festival merupakan motivasi yang paling sering dialami oleh masyarakat urban, khususnya yang berdomisili di perkotaan. Pelarian menjadi faktor pendorong yang kuat bagi pengunjung untuk datang berkunjung demi pelepasan penat dari aktivitas sehari-hari. Festival mampu memberikan perbedaan ruang dan waktu serta pengalaman luar biasa yang diciptakan bagi pengunjung.
- d. Estetika (*esthetic*) : Pengalaman estetika berpedoman pada evaluasi dari lingkungan sekitar atau *servicespace* yang berpengaruh terhadap emosi dan perilaku pengunjung sebagai konsumen. Selain itu, ada juga *festivalspace* atau suasana yang dirasakan secara umum oleh pengunjung festival. *Festivalspace* terdiri dari tingkat kesukaan, *crew* festival, informasi yang disediakan, konsep acara, fasilitas dan masih banyak lai. Pada dasarnya, *servicespace* dan *festivalspace* merupakan motivasi yang menjadi latarbelakang pengunjung untuk datang pada sebuah festival.

Festival musik pada dasarnya merupakan sebuah produk yang ditawarkan oleh pihak penyelenggara event kepada para pengunjung festival sebagai konsumennya. Dalam hal ini, muncul keterlibatan antara pihak penyelenggara festival dan pengunjung festival dalam menjual dan mengonsumsi produk festival musik tersebut. Keterlibatan yang terjadi akhirnya menciptakan stimulus bagi pengunjung festival untuk menciptakan persepsi tersendiri berdasarkan pengalaman yang diperoleh dari festival musik yang didatangi. Menurut Stanton (dalam Sangadji,

2013), persepsi merupakan makna yang dipertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu dan stimulus atau rangsangan yang diterima melalui lima indera. Penerimaan makna tersebut dipengaruhi oleh beragam faktor, baik itu internal maupun eksternal sehingga mampu menciptakan tanggapan yang berbeda-beda pada setiap individunya. Perbedaan penerimaan makna tersebut tentu akan bersifat subjektif.

Pengalaman sebuah festival merujuk pada waktu dan usaha yang digunakan oleh pengunjung untuk menikmati penyelenggaraan festival sebagai produk *intangible* tersebut (Brown, 2019). Hal ini berlaku dalam konteks pengalaman festival musik bagi pengunjung festival sebagai konsumen yang menggunakan waktu dan usahanya untuk datang berkunjung. Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa tahap awal pengalaman festival terletak bagaimana pengambilan keputusan calon pengunjung festival dalam proses pembuatan keputusan, mulai dari melakukan pencarian informasi terkait pelaksanaan festival musik hingga menentukan pilihan dari berbagai alternatif yang ada. Kemudian calon pengunjung akan melakukan tindakan-tindakan tertentu sehingga akhirnya dapat terlibat dalam penyelenggaraan festival. Tindakan yang dimaksud misalnya seperti usaha yang dilakukan calon pengunjung festival musik dalam mencari informasi terkait cara mendapatkan tiket festival musik tersebut hingga akhirnya melakukan transaksi pembelian tiket. Setelah itu, pengunjung akan terlibat dalam waktu dan usaha untuk memperoleh sesuatu dari penyelenggaraan festival. Dalam hal ini, pengunjung festival musik pada akhirnya akan memperoleh pengalaman serta manfaat setelah mengunjungi sebuah event. Manfaat yang diperoleh oleh pengunjung adalah berupa kepuasan batin ataupun pemenuhan kebutuhan tertentu yang ingin dicapai olehnya dalam aktivitas mengunjungi event tersebut. kemudian pengalaman pengunjung festival yang terakhir dapat diperoleh pasca-festival. misalnya sewaktu pengunjung festival yang telah memperoleh kepuasan dalam sebuah festival *musik* menciptakan hubungan untuk melakukan testimoni kesan dan pesan setelah mengunjungi event

maupun melakukan keputusan untuk datang berkunjung kembali pada penyelenggaraan festival selanjutnya

1.5.4. Festival Musik dan Masyarakat Urban

Donald Getz (1997) mengatakan bahwa mayoritas penyelenggaraan festival dan festival di sebuah lingkungan tertentu adalah untuk merayakan karakter khusus kehidupan urban masyarakat perkotaan. Kehidupan urban sendiri dapat didefinisikan sebagai cara bertindak sekelompok manusia urban dalam sebuah bentuk tatanan masyarakat modern dan kehidupan kota (Setijowati dalam Habaidillah, 2016). Zaman (2017) mengungkapkan pandangannya tentang karakteristik masyarakat urban yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan perkotaan, yakni antara lain:

- a. Identik dengan gaya hidup perkotaan. Gaya hidup yang dimaksud adalah bagaimana individu yang berada di lingkungan melakukan aktivitas sesuai dengan lingkungan perkotaan dan bersifat terbuka dengan modernitas yang mengglobal. Berbagai macam media gaya hidup perkotaan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat urban, seperti hiburan di berbagai macam lokasi yang mendukung pemenuhan kebutuhannya. Hal ini kemudian secara tidak langsung mempengaruhi pola konsumsi yang berlebihan.
- b. Persaingan status sosial. Ketika individu berada di tengah kehidupan perkotaan, maka muncul kecenderungan untuk selalu berfokus pada kehidupan lain di sekitarnya dan tidak merasa puas dengan kehidupannya sendiri. Individu sebagai masyarakat urban berlomba-lomba untuk melebihi atau menjadi sama dengan status orang lain. Status bagi masyarakat urban merupakan hal yang penting karena mampu menunjukkan dan memberikan simbol tentang identitas diri.

Seperti berbagai macam terminologinya yang memang merujuk pada sifat perkotaan, masyarakat urban sendiri identik dengan gaya hidup perkotaan yang modern. Masyarakat urban melekatkan diri pada identitas budaya perkotaan yang berpengaruh pada nilai dan pemuasan kebutuhan diri dalam kehidupan perkotaan. Theodore Adorno (dalam Habaidillah, 2016) budaya maupun masyarakat urban berkaitan dengan standarisasi yang berlaku di lingkungan masyarakat tersebut. Maka dalam konteks ini masyarakat urban pun seolah dipaksa untuk memiliki kebutuhan kompleks dengan standar yang sama dengan lingkungan mereka sehingga keberadaannya tetap dapat diakui. Dengan demikian keberadaan festival secara khusus yang diselenggarakan di tengah kehidupan perkotaan tentunya tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat urban itu sendiri.

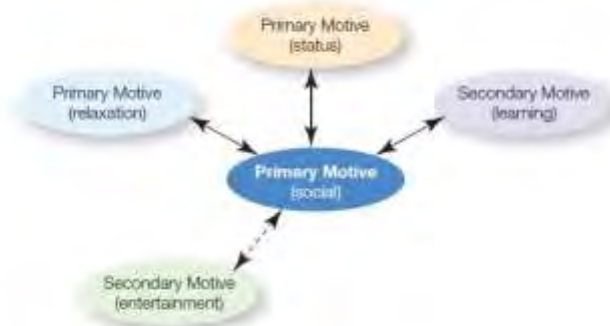
Sebagian besar penyelenggaraan festival dan festival dimaksudkan untuk saling menghubungkan masyarakat terhadap etnis atau ketertarikan tertentu serta memperkuat kebanggaan masyarakat di sebuah kota terhadap penyelenggaraan festival tersebut. Festival pun kemudian menjadi sebuah gaya hidup urban tersendiri karena mampu menciptakan penyebaran tren di kelompok masyarakat tersebut (Getz, 1997). Keberadaan penyelenggaraan sebuah festival menjadi ciri dimana mereka yang merasa hidup dalam dunia modern untuk berlomba-lomba turut berpartisipasi di dalamnya. Masyarakat urban yang merayakan perayaan festival dan festival berkembang secara aktif dalam pengembangan kehidupan perkotaan. Melalui festival dan festival ini, masyarakat yang memiliki perbedaan latar belakang mampu memiliki kekuatan dalam mempersatukan diri dalam kesamaan ketertarikan perayaan.

Sebuah festival musik merujuk pada tujuan budaya suatu kelompok masyarakat dan bagaimana mempraktikkannya untuk mengetahui makna dan kepentingan penyelenggaraan festival pada masyarakat itu sendiri (Brown, 2019). Karakteristik dari festival adalah dimana terdapat partisipasi masyarakat secara langsung maupun tidak langsung dalam merayakan hal-hal tertentu seperti agama, sejarah maupun budaya. Masyarakat tidak hanya

sekedar melakukan perayaan saja, melainkan juga berfokus pada bagaimana perayaan festival itu mampu membawa masyarakat pada pencapaian tujuan tertentu. Falassi (dalam Brown, 2019) menjelaskan bahwa keberadaan festival merupakan serangkaian acara yang terorganisasi sehingga menimbulkan partisipasi secara langsung maupun tidak langsung bagi seluruh anggota masyarakat dari beragam tingkat sosial, etnis, dan agama. Keterlibatan anggota masyarakat dari berbagai latar belakang memainkan peran dalam menyatukan nilai-nilai tertentu, secara khusus menyatukan masyarakat yang berbeda melalui minat dan motivasi yang sama untuk hadir dalam penyelenggaraan festival tersebut. Festival memiliki keterikatan yang kuat dengan fungsi sosial dari serangkaian nilai yang berada pada masyarakat tersebut. Hal ini pada akhirnya membawa masyarakat yang terlibat untuk menyadari makna festival sebagai bagian dari peran dan identitas budaya.

Tatanan sosial kehidupan masyarakat modern cenderung memiliki kebutuhan yang lebih kompleks (Setijowati, dalam Habaidillah, 2016). Kompleksitas tersebut kemudian membawa pada kenyataan sosial bahwa kebutuhan masyarakat, dalam hal ini adalah masyarakat modern yang identik dengan masyarakat perkotaan pun memiliki kebutuhan yang semakin kompleks. Masyarakat modern dengan gaya hidupnya tersebut salah satunya nampak pada konsumerisme pemenuhan kebutuhan hiburan pada penyelenggaraan sebuah festival dan festival. Keberadaan festival dan festival memiliki fungsi utama sebagai pemenuhan motivasi bagi siapapun yang berpartisipasi di dalamnya, secara khusus bagi pengunjung sebagai bagian dari masyarakat dimana festival atau festival tersebut diselenggarakan. Seperti yang diungkapkan oleh Teare *et al* (dalam Shone dan Parry, 2010) bahwa sejatinya individu yang berpartisipasi dalam sebuah festival memiliki motif primer dan sekunder yang ingin dicapai. Motif primer yang mendorong pengunjung untuk hadir dalam sebuah festival antara lain berupa kebutuhan sosial, status, relaksasi. Sedangkan pembelajaran (*learning*) dan hiburan menjadi motif sekunder bagi

pengunjung yang memilih untuk terlibat dalam sebuah penyelenggaraan festival. Motif pengunjung untuk hadir dalam sebuah festival didominasi oleh faktor sosial. Pengunjung merasa butuh untuk melakukan pemenuhan kebutuhan sosial seperti interaksi komunitas, integrasi sosial, serta penguatan status (Shone dan Parry, 2010). Penyelenggaraan sebuah festival tidak hanya untuk kebutuhan sosial, melainkan pengunjung juga mencari keperluan relaksasi dan hiburan. Efek relaksasi dan penghiburan tersebut mendukung pengunjung dalam memperoleh kesenangan ketika mendengarkan serta menonton penampilan musik secara langsung.



Source: adapted from Tsam et al., 1994

(Gambar 1.4 : Motivasi partisipasi pengunjung dalam festival. Sumber : Shone and Parry, 2014)

Dalam sebuah kehidupan perkotaan, festival merupakan wujud dari budaya yang tentu memiliki peran tersendiri bagi siapapun yang terlibat di dalamnya, terutama dampak sosial dan budaya. Berbagai peran tersebut pada dasarnya didukung oleh keterlibatan dan interaksi berbagai pihak pada festival tersebut. Sehingga penyelenggaraan festival dapat memberikan dampak pengaruh melalui keterlibatan yang dilakukan oleh berbagai pihak dari berbagai latar belakang. Shone and Parry (2014) menjelaskan dampak-dampak yang dimaksud antara lain :

- a. Sebagai alat pertukaran pengalaman : Aktivitas pertukaran pengalaman seringkali terjadi di lingkungan penyelenggaraan festival. Pengunjung yang hadir tentu berasal dari latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya yang beraneka-ragam. Sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan bagi pengunjung festival untuk saling berbagai pengalaman yang menarik.
- b. Membangun kelompok sosial : Festival dapat membantu para pengunjung untuk bertemu dengan kelompok-kelompok yang memiliki minat dan ketertarikan yang sama sehingga mampu membangun kelompok sosial tertentu. Misalnya saja festival musik dapat menjadi wadah bagi masyarakat yang menyukai musik untuk bertemu dengan orang-orang yang juga menyukai musik yang sama.
- c. Pengungkapan identitas : Penyelenggaraan festival musik dapat digunakan sebagai alat untuk pengungkapan identitas diri melalui berbagai makna simbol yang ada, salah satunya adalah melalui gaya berbusana yang digunakan dalam penyelenggaraan festival tersebut. Pengungkapan identitas individu pada dasarnya dipengaruhi oleh keberagaman latar belakang pengunjung yang berbeda, baik itu perbedaan latar belakang usia, jenis kelamin, kelas sosial, kelas ekonomi, maupun budaya. Penyelenggaraan festival mampu memberikan individu kebebasan dalam mengekspresikan dirinya tanpa ada batasan tertentu.
- d. Memperkuat tradisi dan kebudayaan: Melalui festival, para pengunjung dapat mengalami sendiri proses penguatan tradisi dan kebudayaan yang berlaku di lingkungan setempat. Keberlangsungan festival dapat mendorong motivasi tersendiri bagi pengunjung untuk menumbuhkan kebanggaan atas budaya dan tradisi yang dialaminya sendiri.

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1. Pendekatan dan Fokus Penelitian

Penelitian yang mengangkat topik tentang festival musik dan visitor's experience ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Pierre Bourdieu, penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai dialog yang ada antara teks dan realitas atau fenomena yang ada di sekitar dengan bercapu pada perspektif teoritis (dalam Kholifah dan Suyadnya, 2018). Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang akan membawa hasil pada penemuan yang tidak diperoleh dengan menggunakan cara pengukuran maupun prosedur statistik (Strauss dan Corbin dalam Hertiana, 2015). Penelitian kualitatif membuat peneliti memiliki kebebasan dalam melakukan proses penafsiran dan penganalisisan data-data yang ada.

Sebagai penelitian kualitatif, penelitian ini cenderung tidak menekankan pada proses generalisasi atau penalaran yang membentuk kesimpulan secara umum. Penelitian kualitatif memandang makna interpretatif sebagai data yang ada dan data yang sebenarnya dari masing-masing informan. Penelitian ini pun berfokus untuk mendeskripsikan pengalaman yang diperoleh oleh pengunjung festival Jazz Traffic Festival Surabaya.

1.6.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*). Studi kasus menurut Creswell (dalam Kholifah dan Suyadnya, 2018) dapat didefinisikan sebagai sebuah metode penelitian kualitatif yang mampu mengkaji konteks kehidupan sesungguhnya, sebuah, atau beberapa kasus yang kontemporer dari waktu ke waktu. Robin Yin (dalam Bungin, 2007) menjelaskan bahwa studi kasus digunakan untuk menyelidiki fenomena kehidupan nyata bilamana antara fenomena dan konteks tidak tampak tegas.

Melalui penelitian studi kasus, fenomena sosial dapat digambarkan secara lebih jelas dan mendalam karena bersinggungan secara langsung dengan realitas sosial di lapangan yang benar-benar terjadi (Kholifah dan Suyadnya, 2018). Ciri khusus dari metode studi kasus adalah mampu menggunakan beragam teknik pengumpulan sumber data sekaligus.

Penelitian ini pun berusaha untuk memperoleh data tidak hanya terbatas dari satu teknik pengumpulan saja. Sebagai penelitian studi kasus, kekuatan penelitian ini adalah mampu mengkaji deskripsi yang luas dan komprehensif dari sebuah fenomena.

Kasus yang dimaksudkan dalam penelitian ini meliputi bagaimana pengalaman yang diperoleh oleh pengunjung ketika datang mengunjungi sebuah penyelenggaraan festival musik multi genre dengan judul pagelaran musik jazz. Penelitian ini dapat dikaji melalui metode studi kasus karena pengalaman pengunjung Jazz Traffic Festival ini memiliki situasi yang unik dan merupakan fenomena yang benar terjadi dalam realitas kehidupan masyarakat. Metode studi kasus dalam penelitian ini mendukung peneliti untuk mendapatkan penjelasan yang lengkap, bulat, dan mendalam tentang pengalaman pengunjung festival Jazz Traffic Festival sebagai sebuah fenomena yang nyata terjadi.

1.6.3. Tipe Penelitian

Penelitian tentang pengalaman pengunjung festival Jazz Traffic Festival ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan keberadaan berbagai macam fenomena, baik itu yang sedang berlangsung pada saat ini maupun yang telah terjadi pada masa lampau (Furchan, 2004 : 54). Furchan juga menjelaskan bahwa tipe penelitian deskriptif memiliki karakteristik yang memiliki kecenderungan dalam menggambarkan fenomena yang ada. Penggambaran fenomena yang terjadi tersebut dilakukan dengan cara menelaah secara saksama serta ketat, mengutamakan sifat objektif, dan melakukannya dengan cermat. Tipe penelitian deskriptif menggambarkan subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta di lapangan data data berupa narasi. Peneliti menjabarkan secara sistematis peristiwa dan pengalaman yang diperoleh pada saat pengumpulan data. Penelitian ini mendeskripsikan pengalaman pengunjung festival Jazz Traffic Festival Surabaya.

1.6.4. Sasaran Penelitian

Pada penelitian ini, festival yang dipilih sebagai objek penelitian adalah Jazz Traffic Festival. Jazz Traffic Festival termasuk jenis *public* festival dengan konsep festival musik. Sasaran dalam penelitian ini adalah para pengunjung event Jazz Traffic Festival. Dalam penelitian ini akan diambil 4 orang informan yang akan memberikan informasi yang dibutuhkan. Selain itu, peneliti juga menasar manajemen penyelenggara Jazz Traffic Festival. Para informan tersebut terdiri dari, 1 orang pengunjung baru Jazz Traffic Festival, dan 3 orang pengunjung yang loyal atau setidaknya sudah pernah lebih dari 2 kali mengunjungi Jazz Traffic Festival

1.6.5. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya. Pemilihan lokasi tersebut karena Jazz Traffic Festival adalah festival yang diselenggarakan di Surabaya oleh Radio Suara Surabaya. Peneliti melakukan pengumpulan data penelitian berupa observasi di Atlantis Land Surabaya sebagai *venue* Jazz Traffic Festival 2019. Sedangkan wawancara mendalam dilakukan secara terpisah di masing-masing lokasi yang akan ditentukan dan dipilih oleh informan.

1.6.6. Unit Analisis Data

Penelitian ini memiliki unit analisis data kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan observasi yang tersusun dalam transkrip. Unit analisis data dalam penelitian ini berupa kalimat, narasi, dan dokumen hasil pengumpulan data selama proses penelitian.

1.6.7. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara mendalam dan observasi.

1. Observasi dilakukan dengan meninjau secara cermat makna festival Jazz Traffic Festival bagi pengunjung melalui pengamatan langsung. Teknik ini dilakukan peneliti pada hari pelaksanaan festival Jazz Traffic Festival 2019. Peneliti akan mengamati aspek-aspek yang ada pada event Jazz Traffic Festival berdasarkan teori. Aspek yang diobservasi oleh peneliti, antara lain : *physical*

organisation, social interaction, design personality, culture, symbolic meaning, dan personal benefit

2. Wawancara mendalam (*indepth interview*) dilakukan terhadap sasaran penelitian, berdasarkan karakteristik berikut :
 - Usia : 15 tahun – 50 tahun
 - Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - Status : pelajar, mahasiswa, dan pekerja
 - Frekuensi kedatangan pada Jazz Traffic Festival : 1 kali, lebih dari 2 kali, hingga 8 kali datang

Berdasarkan karakteristik tersebut maka peneliti akan memilih informan sebanyak 3 pengunjung Jazz Traffic Festival yang loyal – atau dalam arti telah menjadi konsumen Jazz Traffic Festival selama kurang lebih 2 tahun serta 1 orang pengunjung baru yang pertama kali datang berkunjung ke festival Jazz Traffic Festival.

Melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi, peneliti dapat merekam data dengan sangat alamiah atau senatural mungkin (Mulyana, 2013) Pengumpulan data ini dapat membantu peneliti dalam memperoleh data secara lebih detail dengan sekaligus melakukan pengamatan terhadap perilaku subjek penelitian (Mulyana, 2013).

Dalam melakukan proses penelitian, peneliti menemukan keterbatasan penelitian yang berkaitan dengan teknik pengumpulan data. Peneliti telah melakukan usaha pendekatan namun menemui keterbatasan dalam melakukan wawancara dengan perusahaan pihak penyelenggara *event*. Keterbatasan tersebut disebabkan oleh kekurangan informasi, akses, dan waktu yang dimiliki peneliti terhadap prosedur riset di perusahaan pihak penyelenggara. Sehingga berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan sumber data sekunder untuk memperoleh data dan sudut pandang pihak penyelenggara. Sumber data sekunder yang digunakan oleh peneliti ini diperoleh dari beberapa penelitian terdahulu dan website terkait.

1.6.8. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menghasilkan beragam data kualitatif yang terdiri dari kalimat, narasi serta berbagai macam dokumen, yang diperoleh dari pengumpulan data, baik melalui wawancara mendalam maupun observasi. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi reduksi data, mendefinisikan model data, dan penarikan makna. Teknik tersebut adalah tiga tahap yang diperlukan dalam teknik analisis data untuk lebih mudah memahami data secara berurutan (Miles dan Huberman dalam Emzir, 2010). Setelah melakukan observasi pada penyelenggaraan festival Jazz Traffic Festival, peneliti akan melakukan reduksi data serta mendefinisikan model data berupa proses penyalinan narasi. Hasil observasi akan tersusun dalam narasi transkrip hasil observasi, sedangkan hasil wawancara mendalam yang terekam dalam rekaman audio akan melewati proses penyalinan atau transkrip dan lalu dikoding. Kemudian peneliti melakukan penarikan makna atau interpretasi data. Data yang telah diperoleh dan diolah tersebut menjadi bahan acuan bagi peneliti dalam melakukan analisis data dengan mengaitkan teori berdasarkan teori manajemen festival dan pengalaman pengunjung festival.