

INTISARI

Dalam dekade terakhir, industri festival musik di Indonesia bertumbuh dengan sangat cepat. Hal ini dapat dilihat dari puluhan festival musik skala besar yang muncul dan secara masif dikonsumsi oleh wisatawan musik. Sayangnya, pandemi Covid19 memaksa industri ini untuk beradaptasi. Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 menjadi salah satu festival musik yang mengusung konsep virtual sebagai bentuk adaptasi di tengah pandemi. Terlebih lagi, industri ini dihadapkan oleh pasar baru yaitu Generasi Z. Pemahaman atas konsep baru festival musik dan perilaku Gen-Z yang belum banyak diketahui sangatlah krusial guna merumuskan formula produk pengalaman yang relevan bagi festival musik. Menggunakan teori pengalaman ekonomi Pine & Gilmore (2011), penelitian ini mengidentifikasi dua dimensi pengalaman festival musik yaitu hiburan & pelarian serta meneliti hubungannya pada intensi perilaku Gen-Z. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang terdiri dari 12 pernyataan secara online. Menggunakan teknik *purposive sampling*, didapatkan total 127 responden dengan kriteria kelompok usia 12-26 tahun dan berpartisipasi pada Prambanan Jazz Virtual Festival 2021. Analisis data dilakukan melalui uji korelasi Rank Spearman menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 26. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara dimensi hiburan & pelarian terhadap intensi perilaku Gen-Z pada Prambanan Jazz Virtual Festival 2021.

Kata Kunci: Pengalaman Ekonomi, Intensi Perilaku, Festival Musik, Generasi Z, Prambanan Jazz Virtual Festival 2021, Pariwisata Perhelatan

ABSTRACT

Over the past decade, the music festival industry in Indonesia has grown rapidly. It shows in dozens of large-scale music festivals that have emerged and massively consumed by music tourists. Unfortunately, the Covid19 pandemic is forcing the industry to adapt. Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 is one of the music festivals that carries the virtual concept as an adaptation to the pandemic. Moreover, this industry is facing Generation Z as a new market. Understanding the new concept and unknown behavior of Gen-Z is crucial in creating the relevant experiential products for music festivals. Using Pine & Gilmore's (2011) experience economy theory, this study identifies two dimensions of the music festival experiences: entertainment & escapism, and investigates their correlation to Gen-Z's behavioral intention. The descriptive quantitative methodologies were used in this study. Data was collected by distributing online surveys consisting of 12 statements and a total of 127 people responded. Purposive sampling techniques were used to select samples that meet the Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 participant criteria, and the age group is 12-26 years old. The data analysis was performed by the Spearman Rank correlation test using IBM SPSS Statistics 26. The result of the study shows a positive and significant correlation between the dimensions of entertainment & escapism on Gen-Z's behavioral intention at Prambanan Jazz Virtual Festival 2021.

Keywords: Experience Economy, Behavioral Intention, Music Festivals, Generation Z, Prambanan Jazz Virtual Festival 2021, Event Tourism