



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sosial ekonomi, gaya hidup dan upaya promosi yang dilakukan oleh grup angklung Malioboro. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan pencarian data menggunakan wawancara, dokumentasi, observasi dan studi literatur. Hasil dari penelitian ini adalah kehidupan ekonomi musisi angklung Malioboro ditinjau dari pendapatannya termasuk dalam kategori pendapatan yang sangat tinggi. Sosial ekonomi ditinjau dari pendidikannya, seluruh anggota angklung pernah menjalani jenjang pendidikan dasar dan menengah, anggota angklung merupakan lulusan SMP dan SMA/SMK. Sosial ekonomi ditinjau dari keadaan rumah tinggal, semua anggota angklung tinggal di lingkungan padat penduduk dan tinggal dirumah yang sederhana dengan luas bangunan rata-rata 36m². Sosial ekonomi ditinjau dari hubungan sosial masyarakat, anggota angklung memiliki hubungan sosial yang baik dengan tetangga lingkungan tempat tinggal dan aktif mengikuti kegiatan di daerah tempat tinggal. Gaya hidup grup angklung termasuk dalam gaya hidup *funcionalist* dan menyesuaikan dengan pendapatan anggota angklung dan bukan termasuk dalam gaya hidup mewah. Upaya promosi oleh grup angklung Malioboro selama ini belum ada, maka anggota angklung harus melakukan kegiatan promosi melalui bauran promosi seperti memasang iklan, melakukan promosi, publisitas dan *personal selling*.

Kata Kunci : Angklung Malioboro, Gaya Hidup, Promosi, Analisis Sosial Ekonomi



ABSTRAK

The purpose of this research paper are to understand socio-economic, life style, and promotion efforts of angklung Malioboro group. The method of study which used in this paper is qualitative descriptive. The data is collected by interviewing, documenting, observing and literature studying. The results of this research are angklung Malioboro musicians socio-economic life based on their income is high. Based on their education, all of angklung Malioboro crews is Junior and Senior High School graduates. While based on house's condition, they live in densely populated neighborhood with simple house, approximately 36m² house area. Based on society relationship, they have good relationship with their neighbour and actievly participacing into neighborhood activities. Angklung Malioboro group's life style is funcionalist and adapting to their income which is not a luxury life style. They haven't done promotions such as advertising, promotion selling, publication and personal selling.

Keyword : Angklung Malioboro, Lifestyle, Promotion, Socio-Economic Analysis