

## ABSTRACT

Music tourism is one of special interests in tourism studies which is emerging in the role of creative industry as music gives perspective of popular culture and trend in traveling nowadays. There is a joint with a small service business keens on music that sells tour package of concert trips only, named Kpop Trip Jogja. It serves Korean pop music fans in Yogyakarta who are going to attend particularly South Korean artists' concerts in other cities like Jakarta. Regarding the high demands of fans participating in and doing such travel, writer is purposely aimed to find out the lifestyle of these music tourists to help better services provided by knowing their purchasing pattern.

With studying a trip of Infinite Effect Concert 2015 in Jakarta arranged by Kpop Trip Jogja, VALS theory from SRI International is used as basis. Along with participatory observation, the purposive samplings chosen are interviewed. The result shows music tourists of Kpop Trip Jogja belong to outer-driven. From the behavioral instruments of attitudes, needs, wants, and beliefs, these tourists profiled in Infinite Effect trip are categorized in type of tourist lifestyle called belonger that discloses the great itinerary as a foremost concern.

**Keywords: lifestyle, VALS, music tourist, Kpop Trip Jogja**

## ABSTRAK

Pariwisata musik adalah salah satu dari minat khusus dalam ilmu pariwisata yang muncul dalam peran industri kreatif karena saat ini musik memberi perspektif sebagai budaya populer dan tren berwisata. Hal ini berhubungan dengan adanya usaha jasa kecil khusus musik yang menjual paket perjalanan untuk acara konser bernama Kpop Trip Jogja. Usaha ini melayani penggemar musik pop Korea di wilayah Yogyakarta yang menghadiri khususnya konser-konser artis asal Korea Selatan di luar kota seperti Jakarta. Mengenai tingginya permintaan akan penggemar berpartisipasi dan melakukan wisata seperti ini, penulis ingin mengetahui gaya hidup dari wisatawan musik ini untuk membantu pelayanan yang lebih baik melalui pola pembelian wisatawan.

Dengan mempelajari paket perjalanan *Infinite Effect Concert 2015* yang diatur oleh Kpop Trip Jogja, VALS dari *SRI International* digunakan sebagai dasar teori. Bersamaan observasi partisipasi, sampel-sampel bertujuan yang terpilih diwawancarai. Hasil menunjukkan bahwa wisatawan musik Kpop Trip Jogja berada dalam tahap gaya hidup dengan dorongan dari luar. Melalui instrumen-instrumen perilaku seperti tingkah laku, kebutuhan, keinginan, dan kepercayaan wisatawan yang diprofilkan dalam perjalanan *Infinite Effect* dapat digolongkan dalam tipe gaya hidup pemilikan yang menyatakan bahwa rencana perjalanan yang baik merupakan perhatian utama.

**Kata Kunci:** gaya hidup, VALS, wisatawan musik, Kpop Trip Jogja