

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Sejarah Jazz di Indonesia

Jazz adalah ragam irama musik yang mulai dikenal sekitar tahun 1914 bagi jenis musik populer di Amerika yang berasal dari kalangan kaum Negro di New Orleans. Karakter musik jazz penuh perubahan aksen (sinkop¹) dan kelebihanannya untuk berimprovisasi.² Musik jazz diperkirakan masuk ke Indonesia sekitar tahun 1930-an dengan cara dibawa oleh musisi pendatang dari Filipina yang mencari pekerjaan di Indonesia. Musik jazz pada masa tersebut dimainkan di beberapa hotel di daerah Kota, seperti Hotel Des Indes dan Hotel De Nederlander. Para musisi jazz pada masa itu juga bermain di Hotel Savoy Homann Bandung dan Hotel Oranje (Yamato) Surabaya.

Dibawakannya musik jazz di hotel oleh para musisi Indonesia pada tahun 1930-an ternyata berlanjut hingga tahun 1970-an. Banyak sekali musisi jazz Indonesia era 1970-an yang bermain musik jazz bersama kelompoknya di hotel-hotel maupun bar.

Seiring semakin banyaknya musisi yang bermain musik jazz, maka pada tahun 1975 Institut Teknologi Bandung (ITB) mengadakan sebuah festival musik jazz yang dinamakan Pro Jazz. Festival yang dibuat oleh mahasiswa ITB tersebut menjadi cikal-bakal munculnya beberapa festival yang serupa yang dibuat oleh perguruan tinggi lainnya di Indonesia, seperti Jazz Goes To Campus (JGTC) yang diadakan pertama kali oleh Universitas Indonesia (UI) pada tahun 1977.

Musik jazz juga sering mengadakan pementasan yang hanya bersifat apresiatif, relatif lebih terbatas penontonnya dan dirancang untuk tidak

¹ Sinkop adalah peralihan aksen. Beberapa kemungkinan sinkopasi: perpanjangan nada yang melangkahi hitungan beraksen; penempatan tanda istirahat pada hitungan beraksen; penggunaan tanda dinamik tertentu yang mewajibkan beraksen keras atau nada atau notasi tertentu. (Banoë, Pono. 2003. *Kamus Musik*. Yogyakarta: Kanisius.)

² Op.cit.Bono.Hlm. 380

mencari keuntungan.³ Akan tetapi, pementasan musik jazz yang tidak mencari keuntungan pada akhirnya malah menimbulkan kerugian. Sponsor yang tidak terlalu banyak dan kurangnya publisitas pada akhirnya menyebabkan musik jazz hanya dikenal di kalangan tertentu.

Pamor musik jazz kembali naik di era 1980-an dimana sekelompok musisi jazz Indonesia yang masih muda pada saat itu berani untuk bermain jazz di luar komunitas, seperti pementasan di atas panggung hiburan. Melalui kemunculan para musisi muda seperti Elfa Secoria, Indra Lesmana, Idang Rasjidi itulah pada akhirnya musik jazz mulai dikenal oleh masyarakat luas dan bukan hanya di komunitas tertentu.

Kehadiran musisi muda jazz di era 1980-an juga menjadi semangat baru bagi panggung jazz. Jazz Goes To Campus menjadi acara rutin di Universitas Indonesia dan di tahun 1993 akhirnya tumbuh lagi salah satu embrio musik jazz di tanah air, yaitu Jak Jazz. Bisa dibilang bahwa Jak Jazz merupakan cikal-bakal munculnya Java Jazz di Indonesia.

1.1.2 Java Jazz dan Budaya Populer

Java Jazz pertama kali diadakan pada tahun 2005 di Jakarta. Sejak awal munculnya Java Jazz pada tahun 2005 hingga saat ini, Java Jazz selalu memilih hari Jumat, Sabtu, dan Minggu pada minggu pertama bulan Maret. Kelompok yang memproduksi Java Jazz selama 3 hari berturut-turut setiap tahun tersebut adalah PT. Java Festival Production yang dipimpin oleh Peter F. Gontha.

Menurut Eugen Bounty, Java Jazz dibentuk sebagai bentuk keinginan Peter F. Gontha untuk memproduksi sebuah festival jazz seperti North Sea Jazz Festival di Den Haag, Belanda.⁴ Awalnya Peter F. Gontha ingin membeli seluruh produksi Jak Jazz yang didirikan oleh Ireng Maulana, tetapi karena Ireng Maulana merasa masih mampu memproduksi Jak Jazz sendiri, keinginan Peter F. Gontha pun tidak jadi terlaksana. Jak Jazz tetap

³ Mulyadi, Muhammad. 2009. *Industri Musik Indonesia, Suatu Sejarah*. Bekasi: Koperasi Ilmu Pengetahuan Sosial

⁴ Wawancara dengan Eugen Bounty (musisi jazz dan klasik yang tergabung dalam Twilite Orchestra, Erwin Gutawa Orchestra, band rock The Flowers, dan band jazz Hypersax). Selasa, 3 November 2009, pukul 14.00 wib.

menjadi proyek Ireng Maulana bersama krunya dan Peter F. Gontha akhirnya menanamkan sebagian sahamnya di North Sea Jazz Festival. Krisis moneter pada tahun 1998 membuat produksi Jak Jazz tersendat dan akhirnya setiap acara yang diadakan Jak Jazz tidak pernah sebesar acara pada tahun-tahun sebelumnya. Sejak saat itu hingga tahun 2008 Jak Jazz masih tetap mengadakan festival jazz meskipun dengan dana terbatas.

Pada awal berdirinya Java Jazz di tahun 2005, semua musisi yang tampil di atas panggung adalah musisi jazz dari dalam dan luar negeri. Satu-satunya band yang musiknya tidak masuk ke dalam *genre jazz* adalah Padi. Saat itu kehadiran Padi sempat dipertanyakan oleh banyak orang dan kelompok yang terlibat dalam Java Jazz 2005. Bahkan band Padi yang selama ini membawakan lagu-lagu pop sempat menjadi bahan ledakan di antara sesama musisi dengan mengatakan akan merubah nama bandnya menjadi Padi Jazz Band.⁵ Tentu saja hal itu bukan karena iri akan keberadaan Padi, tetapi untuk sebagian besar musisi jazz Indonesia ini pertama kalinya ada sebuah grup band beraliran pop masuk ke dalam festival jazz.

Ternyata di tahun-tahun berikutnya, Padi bukanlah satu-satunya band pop yang masuk ke dalam area festival Java Jazz. Sejak Java Jazz tahun 2006 hingga Java Jazz yang terakhir pada tahun 2009, banyak sekali musisi pop Indonesia yang turut tampil di ajang tersebut. Kemunculan Kahitna, KLA Project, Maliq and the Essentials, Ecoutez, dan banyak musisi atau kelompok musik pop lainnya bersanding dengan kemunculan musisi jazz dalam negeri seperti Indra Lesmana, Elfa Secoria, Idang Rasjidi, Benny Likumahua, dan musisi-musisi jazz lainnya.

Kebudayaan pop adalah sebagian dari produksi massa industri yang membutuhkan konsumsi massa. Menurut logika sistem produksi kebudayaan pop, industri bukan hanya penawaran yang mengikuti

⁵ Wawancara dengan Eugen Bounty (musisi jazz dan klasik yang tergabung dalam Twilite Orchestra, Erwin Gutawa Orchestra, band rock The Flowers, dan band jazz Hypersax). Selasa, 3 November 2009, pukul 14.00 wib.

permintaan, tetapi permintaan dapat disesuaikan dengan penawaran, terutama dengan teknik promosi dan kiat iklan.⁶

Apa yang terjadi dengan Java Jazz juga seperti itu. Munculnya Java Jazz pertama kali memang sebagai salah satu bentuk keinginan Peter F. Gontha untuk membuat wadah bagi musisi jazz tanah air agar karya para musisi dapat disaksikan oleh masyarakatnya sendiri. Selama ini musisi jazz Indonesia banyak pentas di negara-negara lain dan dikenal di dunia luar, tetapi di Indonesia sendiri musisi-musisi jazz tersebut dulu hanya bermain di dalam komunitas mereka sendiri, seperti bar atau kafe.

Akan tetapi, apabila festival besar seperti Java Jazz hanya menyajikan musik-musik jazz, bisa dipastikan keberadaannya tidak akan bertahan lama. Maka muncullah ide dari PT. Java Festival Production yang memproduksi Java Jazz agar festival jazz tersebut juga mengundang musisi-musisi pop Indonesia. Tujuannya tidak lain untuk menarik minat penonton

Ternyata taktik tim produksi Java Jazz ini sangat tepat sasaran dan kemunculan Padi di tahun 2005 ternyata tidak dipandang sebelah mata oleh penonton. Bahkan bisa dikatakan pada saat itu jumlah penonton yang menyaksikan aksi panggung Padi lebih banyak daripada penonton yang menyaksikan aksi panggung Indra Lesmana. Taktik seperti inipun akhirnya berlanjut hingga Java Jazz terakhir yang diadakan pada bulan Maret 2010.

Banyaknya artis atau musisi pop Indonesia yang mengisi panggung Java Jazz menjadi daya tarik tersendiri bagi penonton. Apalagi jika diperhatikan dengan seksama saat Java Jazz berlangsung, penonton berasal dari latar belakang pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran umur 25 sampai 50 tahun, dan keluarga-keluarga muda. Tentu saja musisi pop Indonesia tidak asing bagi mereka. Lagu-lagu musisi pop yang sering mereka dengar di radio dan aksi panggung yang sering mereka saksikan di layar kaca menjadi ketertarikan sendiri untuk membeli tiket Java Jazz dan menyaksikan penampilan mereka secara langsung.

Tidak ada bedanya lagu-lagu yang dibawakan oleh Tompi, Tangga, Kahitna dan Maliq and the Essentials di radio dengan di area festival Java

⁶ Op.cit.Mulyadi.Hlm. 98

Jazz, tetapi tetap saja para penonton tersebut memenuhi panggung dimana musisi pop Indonesia sedang beraksi. Maka tidak heran apabila di panggung yang sama bisa terkumpul penonton dengan jumlah yang sangat banyak karena grup vokal Tangga sedang beraksi, tetapi tidak lama kemudian saat Chaka Kan, seorang musisi jazz terkenal dari Amerika, beraksi panggung area penonton akan tampak lebih lenggang.

Dengan melihat hal-hal seperti itu, maka tidak salah apabila pihak penyelenggara Java Jazz mengatakan bahwa untuk saat ini mereka tidak mau acaranya seratus persen berisi lagu-lagu jazz dengan musisi-musisi jazz dalam dan luar negeri. Menurut Baslir, konsep acara yang seperti itu terlalu idealis dan tidak akan mendatangkan keuntungan bagi banyak pihak. Musisi-musisi jazz tidak akan disaksikan oleh banyak penonton, penonton yang membeli tiket akan cepat merasa bosan karena tidak semua penonton suka dengan musik jazz, dan untuk pihak penyelenggara sendiri akan mendatangkan kerugian, mengingat perlu biaya yang besar untuk mendatangkan artis luar negeri, dan biaya yang besar tersebut harus ditutupi dengan penjualan tiket yang sebanyak-banyaknya.⁷



Gambar 1: Poster untuk promosi artis utama adalah Java Jazz 2009.

Pertimbangan pihak penyelenggara seperti yang disebutkan di atas, maka prinsip yang dipegang oleh pihak penyelenggara adalah mengadakan festival jazz dengan terlebih dahulu menyentuh seluruh kulit luar. Yang dimaksud dengan menyentuh kulit luar adalah memasukkan musisi pop ke

⁷ Baslir (*marketing manager* majalah Femina yang sejak tahun 2006 mengurus panggung Femina Lounge di area Java Jazz). Kamis, 26 November 2009, pukul 19.00 wib.

dalam daftar artis pengisi acara Java Jazz karena melalui artis-artis tersebut orang-orang akan membeli tiket. Tentunya hal itu dilakukan dengan kesadaran pihak penyelenggara bahwa musik jazz masih belum familiar di telinga masyarakat Indonesia.

Jika menilik ke luar area Java Jazz, sebenarnya *genre* musik dari musisi Indonesia yang ditawarkan di panggung Java Jazz tidak berbeda dengan yang ditawarkan di siaran radio seperti Gen FM atau Jack FM, siaran televisi seperti acara Dahsyat, Inbox, Derings, dan acara-acara di kafe atau bar di Jakarta dimana sering mengadakan konser kecil musisi Indonesia. Akan tetapi, walau di luar Java Jazz musik seperti itu sering dinyanyikan, tetap saja animo penonton untuk menyaksikannya di panggung sekelas Java Jazz jauh lebih besar. Ribuan penonton datang ke acara Java Jazz setiap harinya selama tiga hari berturut-turut.

Dengan berbagai latar belakang tersebut, maka penelitian ini memilih Java Jazz sebagai obyek penelitian. Alasan utama pemilihan Java jazz antara lain karena setelah sekian lama festival-festival jazz di Indonesia hanya dihadiri oleh penggemar dan komunitas jazz, baru pada tahun 2005 muncul Java Jazz yang bisa menarik ribuan penonton dari berbagai daerah di Indonesia. Kemunculan Java Jazz menjadi penanda penting bahwa sebuah festival jazz ternyata juga diminati oleh banyak orang dari berbagai latar belakang. Jazz yang tadinya hanya dianggap sebagai musik milik sekelompok orang tiba-tiba menjadi favorit banyak orang, termasuk orang-orang yang tidak pernah mendengar sama sekali sebelumnya.

1.1.3 Perebutan Ruang dalam AXIS Jakarta International Java Jazz Festival 2010 dan Makna yang Terkandung di Dalamnya

Berbicara soal Java Jazz, maka berbicara juga tentang kelompok-kelompok yang terlibat di dalamnya. Salah satunya adalah penonton yang menjadi parameter kesuksesan suatu acara. Jazz adalah satu-satunya musik egalitarian yang tidak memihak. Sifatnya yang dinamis dan sangat terbuka memberi kemungkinan musik ini untuk diterima di segala lapisan

masyarakat dan bangsa-bangsa.⁸ Hal serupa juga terjadi selama Java Jazz berlangsung. Penonton dari berbagai kalangan, pelajar, mahasiswa, pekerja kantor, dan keluarga muda, bersama-sama menyaksikan Java Jazz, walaupun harus dicatat bahwa para penonton ini berasal dari kelas ekonomi menengah ke atas. Harga tiket Java Jazz yang dijual diatas satu juta rupiah untuk pertunjukkan selama tiga hari tentu bukan harga yang bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat Indonesia. Selain itu, banyak juga warga ekspatriat yang menyaksikan Java Jazz.

Ada perbedaan yang sangat mencolok ketika menyaksikan bagaimana penonton Indonesia dan penonton ekspatriat menikmati Java Jazz. Penonton Indonesia lebih memenuhi panggung-panggung yang diisi oleh musisi Indonesia dan musisi asing yang namanya sudah mereka kenal seperti Jason Mraz, Incognito atau Jamie Cullum. Penonton ekspatriat kelihatan lebih memilih panggung mana yang akan mereka pilih berdasarkan jadwal yang dibagikan oleh panitia.

Selain pilihan tontonan, perilaku penonton ketika berada di lobi tempat acara berlangsung juga cukup berbeda. Penonton Indonesia lebih senang duduk-duduk di pinggir tembok gedung sambil bermain telepon genggam, foto-foto di depan logo Java Jazz dan memperbaharui (*update*) status di akun facebook atau twitter mereka. Area Java Jazz tampak jelas sebagai arena bergaul bagi mereka. Penonton ekspatriat biasanya lebih banyak memilih untuk berkumpul di salah satu *booth* atau gerai sambil menikmati bir untuk menunggu pementasan berikutnya. Memang tidak semua penonton Java Jazz berperilaku seperti itu, tetapi penonton yang datang untuk menikmati musik secara keseluruhan memang tidak sebanyak penonton yang bersenang-senang di lobi gedung acara.

⁸ Hardjana, Suka. 2004. *Musik, Antara Kritik dan Apresiasi*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.



Gambar 2: Foto penonton Java Jazz 2009 saat acara berlangsung.



Gambar 3: Foto penonton di depan logo Java Jazz 2009

Pada tahun 2005 mayoritas penonton yang hadir di Java Jazz adalah orang-orang dengan umur 25 atau 30 tahun ke atas atau orang-orang yang sudah bekerja dan sering berada di tengah komunitas jazz, baik sebagai pendengar maupun memainkan musik jazz. Selain itu kelompok penonton yang lain adalah musisi yang terlibat dalam Java Jazz dan komunitasnya.

Kesuksesan Java Jazz di tahun 2005 ternyata berpengaruh besar di acara Java Jazz tahun-tahun berikutnya. Dengan bantuan promosi melalui berbagai media cetak, televisi, dan radio serta tersebarnya poster-poster Java Jazz di berbagai tempat di Jakarta, maka semakin meningkat pula animo masyarakat untuk menontonnya. Tiket *early bird* sudah dijual beberapa bulan sebelumnya dan saat acara berlangsung selama tiga hari tampak dengan jelas membludaknya penonton di area Plenary Hall.

Dengan demikian, dapat kita lihat telah terjadi perebutan ruang antara produksi dan konsumsi dalam Java Jazz. Produksi Java Jazz sebagai ajang untuk menampilkan jazz yang ‘murni’ dan bagaimana penonton jazz sebagai konsumen pertunjukan populer. Dalam hal ini, pertunjukan Java Jazz yang semula dirancang untuk mempromosikan jazz kepada masyarakat awam pada akhirnya malah tertutup dengan kemunculan musik-musik pop yang semula hanya digunakan untuk menarik penonton.

Pada saat itulah produksi dan konsumsi jazz menjadi faktor yang paling menentukan. Apabila pada saat acara berlangsung para penonton lebih tertarik pada musik jazz, maka hiburan jazz akan lebih banyak daripada musik pop. Sebaliknya, apabila penonton tampak lebih tertarik untuk menyaksikan musisi pop, maka musik pop akan lebih sering ditampilkan di ruang Java Jazz.

1.2 Permasalahan

Java Jazz dapat dilihat sebagai ruang dimana akan ditemukan berbagai aktivitas pengunjung di dalamnya. Sebagai sebuah ruang, Java Jazz terbuka bagi siapa pun yang mau masuk dan menikmati acara. Oleh karena itu, mengingat banyak orang yang terlibat dan beraktivitas di dalamnya, akan ditemukan pula berbagai perilaku yang menarik dari para pengunjungnya. Di sisi lain Java Jazz merupakan sebuah industri pertunjukkan musik yang tidak dapat dilepaskan dari produksi dan kebutuhan konsumsi penontonnya. Mulai dari bagaimana Java Jazz tersebut dibentuk, musisi siapa saja yang ditampilkan oleh produser, bagaimana para penonton menikmati musik yang disajikan, gaya hidup, hingga Java Jazz sebagai ajang pergaulan.

Mengingat beberapa urgensi dari penelitian ini di atas, maka permasalahan yang akan diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perebutan makna antara produksi, konsumsi, serta sponsor dan media terjadi dalam AXIS Jakarta International Java Jazz Festival 2010.

1.3 Tujuan

Produsen, konsumen, serta sponsor dan media selama Java Jazz Festival 2010 berlangsung memiliki tujuan yang berbeda-beda. Masing-masing pihak yang bergerak dalam acara tersebut memanfaatkan Java Jazz Festival 2010 sebagai ruang dimana bisa melakukan berbagai aktivitas. Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan menunjukkan bagaimana sebuah produksi budaya dimaknai oleh produsen, konsumen, sponsor, dan media.

1.4 Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan *Cultural Studies* untuk penelitian konsumsi budaya (*cultural consumption research*). Meyer dalam Pickering menyatakan bahwa ada dua metode dalam pendekatan *Cultural Studies* untuk penelitian konsumsi budaya, yaitu metode wawancara (*interviewing*) dan *Focus Group Discussion (FGD)*.

*Interviews involve an interviewer and an interviewee engaging in face-to-face conversation, with the interviewer guiding the conversation by posing questions related to particular topics in order to gain a better understanding.*⁹

*Focus groups involve an interviewer (moderator) and interviewees (participants) in a face-to-face situation in which the moderator asks questions relating to a particular issue in order to gain better understanding.*¹⁰

Ada dua metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu wawancara lisan dan wawancara tulisan. Wawancara lisan dilakukan dengan cara menemui dan berbicara langsung dengan narasumber mengenai Java Jazz Festival 2010. Sebagian narasumber diwawancarai ketika acara berlangsung dan sebagian lainnya diwawancarai setelah acara berlangsung. Selain itu, wawancara tulisan dilakukan setelah Java Jazz Festival 2010

⁹ Pickering, Michael. 2008. *Research Methods for Cultural Studies*. Edinburg: Edinburg University Press.

¹⁰ Op.cit.Pickering.Hlm. 71

berlangsung. Narasumber wawancara tulisan adalah penonton yang memiliki akun surat elektronik (*e-mail*). Daftar pertanyaan akan dikirimkan kepada beberapa narasumber dan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut akan dikirimkan kembali kepada peneliti.

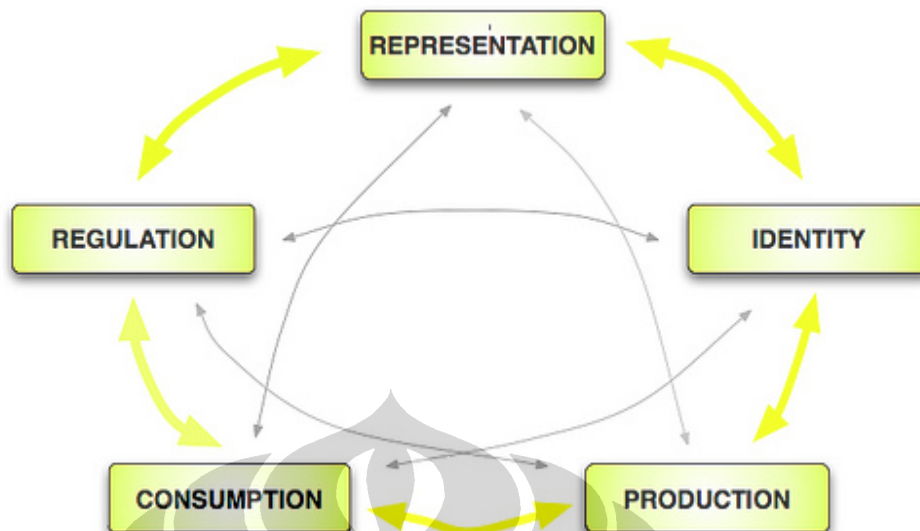
Selain wawancara dan FGD, penelitian ini juga melakukan penelusuran data melalui internet. Penelusuran data melalui internet tersebut adalah mencari penonton yang menuliskan pengalamannya selama menyaksikan Java Jazz Festival 2010. Data-data melalui internet itu dilakukan dengan cara membuka blog-blog pribadi pengguna situs pertemanan sosial.

Mengingat banyaknya penonton yang menyaksikan Java Jazz Festival 2010 dan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka responden yang dilibatkan dalam penelitian ini dibatasi jumlahnya. Dengan terbatasnya jumlah responden, maka untuk mendapatkan data dari berbagai kalangan penonton dipilihlah beberapa responden dengan latar belakang umur dan pekerjaan yang berbeda-beda.

1.5 Kerangka Teori

Kerangka teori tersebut terdiri atas beberapa konsep, teori, dan konteks dalam produksi dan konsumsi musik jazz di Indonesia, serta bagaimana sponsor dan media bergerak di dalamnya. Konsep yang digunakan untuk menjelaskan ketiga hal tersebut antara lain konsep produksi budaya (*production of culture*), konsumsi dan kehidupan sehari-hari (*consumption and everyday life*), media dan regulasi budaya (*media and cultural regulation*), dan *circuit of culture*. Selanjutnya bab ini akan menjabarkan konteks produksi, konsumsi, media, dan sponsor yang bergerak di dalam sebuah festival jazz di Indonesia.

CIRCUIT OF CULTURE



Gambar 4: Circuit of Culture¹¹

Dari kelima titik utama dalam Circuit of Culture, maka akan digunakan dua titik untuk melihat perebutan makna dalam penelitian ini. Dua titik yang akan dipakai adalah produksi dan konsumsi karena kedua hal tersebut saling berhubungan satu sama lain. Selain produksi dan konsumsi akan disinggung juga mengenai media yang menjembatani kebutuhan antara produksi dan konsumsi.

Jika dilihat dari tanda panah dalam *Circuit of Culture* yang bersinggungan satu sama lain, maka yang menjadi titik awal dalam penelitian ini adalah produksi. Dari produksi akan dilihat bagaimana sebuah acara hiburan dibentuk dan apa yang menjadi tujuan dari acara tersebut. Tujuan acara tersebut akan bersinggungan dengan konsumsi dimana akan ada sekelompok orang yang datang untuk melihat acara hiburan. Tujuan antara produksi bisa sama, tetapi bisa juga berbeda. Apabila ada perbedaan tujuan, maka akan dicari tahu tujuan seperti apa yang terjadi di kalangan konsumen. Setiap tujuan dapat merepresentasikan suatu hal.

¹¹ Diunduh dari e-book *Consumption and Everyday Life* pada hari Selasa, 25 Mei 2010 pukul 19.44 WIB.

1.6 Sumber Data

Sumber data merupakan data-data kualitatif yang didapatkan melalui wawancara dan *Focus Group Discussion* (FGD). Data-data kualitatif tersebut berupa transkripsi wawancara dan hasil kajian FGD.

Wawancara mendalam akan dilakukan dengan beberapa sumber, antara lain penonton Java Jazz 2010 dan panitia yang memproduksi Java Jazz. Sedangkan FGD akan dilakukan dengan beberapa penonton Java Jazz. Dalam hal ini FGD akan dilakukan setelah Java Jazz berlangsung melalui wawancara. Selain itu, untuk mendukung hasil wawancara lisan, juga akan dilakukan wawancara tertulis melalui surat elektronik (*e-mail*). Untuk mendukung penelitian ini, maka akan dikumpulkan juga data-data sekunder lainnya, antara lain: foto-foto penonton Java Jazz, video pertunjukan Java Jazz, dan lain-lain. Dokumentasi yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat berbentuk beberapa *press release* dan artikel di website yang dikeluarkan oleh pihak penyelenggara sebelum dan sesudah acara, tulisan penonton Java Jazz yang dituangkan dalam sebuah blog, foto-foto penonton selama Java Jazz berlangsung yang dapat diunduh dari internet, video saat musisi-musisi tampil di Java Jazz, dan artikel di media cetak mengenai Java Jazz 2010.

1.7 Sistematika penulisan

Penelitian dimulai dengan Bab I yang berisi latar belakang penelitian, alasan pemilihan obyek penelitian, permasalahan, tujuan penelitian, metodologi penelitian, kerangka teori, sumber data penelitian, dan sistematika penyajian.

Bab II akan membahas mengenai pemaknaan AXIS Jakarta International Java Jazz Festival 2010 dari segi produksi, yaitu bagaimana awal mula acara musik ini diadakan, tujuan tim produksi mengadakan acara tersebut, dan apa yang ingin dicapai oleh tim produksi dengan mengadakan acara yang menarik massa dalam jumlah besar tersebut.

Bab III akan membahas mengenai pemaknaan AXIS Jakarta International Java Jazz Festival 2010 dari segi selera musik konsumen, yaitu

musik jazz dan musik pop. Pada bab ini akan dilihat bagaimana perilaku konsumen selama Java Jazz Festival berlangsung, jenis musik apa yang mereka dengarkan, dan bagaimana mereka memaknai acara tersebut dalam kehidupan mereka.

Bab IV akan membahas mengenai pemaknaan AXIS Jakarta International Java Jazz Festival dari segi sponsor dan media, yaitu bagaimana sponsor dan media bergerak di dalam Java Jazz Festival, bagaimana mereka mempromosikan acara tersebut, dan apa yang ingin dicapai oleh sponsor dan media selama acara berlangsung.

Bab V merupakan bab terakhir. Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya. Bab ini juga akan menuliskan tentang saran-saran atau catatan-catatan yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

