

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia hiburan digital telah mendorong penyelenggaraan berbagai acara musik dan pentas seni (PENSI) di kalangan pelajar. Acara semacam ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi wahana bagi siswa untuk mengekspresikan diri serta memperluas jaringan sosial. Dalam konteks ini, pemilihan band yang akan tampil menjadi hal krusial karena band dengan popularitas tinggi dan kecocokan genre musik cenderung meningkatkan minat serta keputusan pembelian tiket bagi calon penonton. Namun, minat siswa terhadap band bersifat heterogen dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti selera musik individu, pengalaman menonton sebelumnya, dan persepsi nilai hiburan yang ditawarkan (*Achmad et al., 2024*)

Minat merupakan kecenderungan psikologis individu yang mendorong seseorang untuk menunjukkan perhatian dan preferensi terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu. Dalam konteks perilaku konsumen, minat menjadi faktor penting yang memengaruhi sikap individu terhadap suatu produk atau layanan, yang pada akhirnya berdampak pada keputusan pembelian. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa tingkat ketertarikan konsumen terhadap suatu produk atau layanan berhubungan langsung dengan intensi pembelian serta respon terhadap strategi pemasaran yang diterapkan (*Tabianan et al., 2022*)

Pendekatan yang efektif untuk memahami perbedaan dalam minat dan perilaku konsumen adalah dengan melakukan segmentasi pelanggan. Metode segmentasi berbasis data memungkinkan peneliti dan penyelenggara acara untuk mengelompokkan audiens berdasarkan kesamaan karakteristik mereka. Salah satu teknik yang populer adalah algoritma *K-Means Clustering*, yaitu metode tidak berlabel untuk membagi data ke dalam beberapa cluster berdasarkan kemiripan fitur mereka (*Mado & Hendry, 2025*).

Salah satu algoritma clustering yang paling populer adalah *K-Means*, dimana data akan dikelompokkan ke dalam beberapa klaster berdasarkan nilai

centroid dan jarak antar objek. *K-Means* dipilih karena relatif sederhana, efisien secara komputasi, dan mampu menangkap pola segmentasi secara jelas tanpa memerlukan label awal. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa algoritma *K-Means* efektif digunakan dalam segmentasi perilaku konsumen pada domain retail, e-commerce, dan jasa (Achmad et al., 2024).

Penerapan segmentasi dengan metode *K-Means* dapat membantu penyelenggara PENSİ dalam mengelompokkan siswa berdasarkan tingkat minat mereka terhadap band tertentu. Dengan data yang tersegmentasi, strategi pemasaran, promosi, dan penetapan harga tiket dapat disusun secara lebih tepat sasaran. Selain itu, pemahaman terhadap setiap segmen audiens dapat membantu dalam memilih band yang memiliki daya tarik kuat pada segmen terbesar atau potensial. (Achmad et al., 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa algoritma *K-Means* efektif dalam mengidentifikasi segmen konsumen dan perilaku pelanggan di berbagai konteks, seperti ritel, e-commerce, dan analisis perilaku konsumen (Achmad et al., 2024). Penggunaan metode clustering seperti *K-Means* juga membantu organisasi untuk mendapatkan wawasan tentang kelompok dengan tinggi potensi pembelian, sehingga strategi pemasaran dan promosi dapat disesuaikan lebih tepat sasaran. Dengan penerapan metode ini, diharapkan segmentasi minat siswa terhadap band PENSİ dapat memberikan informasi yang kuat dalam merancang strategi penetapan band dan harga tiket yang sesuai.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini difokuskan pada segmentasi minat siswa terhadap band PENSİ menggunakan algoritma *K-Means*. Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran segmentasi audiens yang lebih objektif dan terukur, sehingga keputusan mengenai pemilihan band, strategi promosi, dan harga tiket dapat dilakukan dengan dasar data yang kuat. Dengan demikian, penelitian ini berjudul “Segmentasi Minat Siswa terhadap Band PENSİ dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Menggunakan Algoritma *K-Means*”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini :

1. Bagaimana minat penonton terhadap band yang tampil pada acara PENSI?
2. Bagaimana penerapan algoritma *K-Means* dalam melakukan segmentasi minat siswa terhadap band PENSI?
3. Berapa jumlah segmen minat audiens yang terbentuk berdasarkan hasil clustering menggunakan algoritma *K-Means*?
4. Bagaimana pengaruh setiap segmen minat penonton terhadap keputusan pembelian tiket PENSI?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada penelitian ini:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis minat audiens terhadap band PENSI.
2. Menerapkan algoritma *K-Means* untuk melakukan segmentasi penonton berdasarkan tingkat minat terhadap band PENSI.
3. Menentukan jumlah serta masing-masing segmen minat penonton yang terbentuk.
4. Menganalisis pengaruh segmentasi minat penonton terhadap keputusan pembelian tiket PENSI.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

A. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang data mining dan sistem informasi, khususnya terkait penerapan algoritma *K-Means* dalam segmentasi minat dan perilaku penonton pada konteks acara hiburan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas segmentasi audiens, perilaku pembelian, atau analisis berbasis clustering.

B. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan bagi penyelenggara PENSI mengenai segmentasi minat penonton terhadap band.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini:

1. Objek penelitian dibatasi pada siswa yang menjadi calon atau target penonton acara PENSI.
2. Penelitian hanya membahas minat siswa terhadap band PENSI dan keputusan pembelian tiket, tanpa membahas aspek teknis penyelenggaraan acara.
3. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah algoritma *K-Means* clustering.
4. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden.
5. Penelitian ini tidak membandingkan algoritma *K-Means* dengan algoritma clustering lainnya.
6. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner dengan skala Likert, sehingga hasil penelitian sangat bergantung pada kejujuran dan persepsi subjektif responden.
7. Penelitian ini menggunakan data *cross-sectional*, yaitu data yang dikumpulkan pada satu periode waktu tertentu, sehingga tidak membahas perubahan minat siswa dari waktu ke waktu.
8. Lokasi dan waktu penelitian dibatasi pada satu lingkungan atau institusi tertentu tempat penyelenggaraan PENSI, sehingga hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan secara luas ke semua acara PENSI.