

Karaoke sebagai Budaya Populer di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta

Oleh:

Fanta Eri Kurnia dan Grendi Hendrastomo

fantaerika17@gmail.com

Pendidikan Sosiologi – Fakultas Ilmu Sosial – Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karaoke menjadi budaya populer di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor pendukungnya dengan studi kasus pada tempat karaoke keluarga di Yogyakarta. Kajian tentang karaoke sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Yogyakarta ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mahasiswa yang rutin mengunjungi karaoke tersebut sebagai informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa populernya karaoke di kalangan mahasiswa Yogyakarta yaitu karena (1) karaoke sebagai hiburan yang disukai oleh banyak orang, (2) citra positif tempat karaoke keluarga yang ada di Yogyakarta, (3) promo dan diskon khusus bagi mahasiswa, (4) karaoke sebagai tempat untuk bersenang-senang dan mengisi waktu luang, (5) kerjasama antara pihak tempat karaoke dan mahasiswa sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk datang ke tempat karaoke tersebut dan membuat karaoke semakin populer. Sedangkan faktor yang melatar belakangi populernya karaoke di kalangan mahasiswa Yogyakarta dari faktor eksternal yaitu (1) adanya pengaruh dari teman dan media massa, (2) promo dan diskon dari pihak tempat karaoke, dan (3) fasilitas tempat karaoke. Kemudian faktor internalnya yaitu (1) karaoke dianggap sebagai tempat hiburan yang menghibur dan menyenangkan untuk mengisi waktu luang, (2) karaoke sebagai pelepas penat dan stress, (3) karaoke sebagai sarana mengekspresikan diri dan ajang berkumpul, dan (4) keprivatan tempat karaoke.

Kata Kunci: Mahasiswa, Budaya Populer, Karaoke, Waktu Luang

Karaoke as a Popular Culture Among University Students of Yogyakarta

By:

Fanta Eri Kurnia and Grendi Hendrastomo

fantaerika17@gmail.com

Sociology Education Departement – Faculty of Social Science – Yogyakarta

State University

ABSTRACT

This research aimed to understand how karaoke becoming such a popular culture amongst students and its factors with a case study in a family karaoke in Yogyakarta. This study employed qualitative method approach taking students who frequently doing karaoke as informants. The study showed the reasons behind the popularity of karaoke among the students of Yogyakarta were (1) karaoke regarded as an entertainment preferred by many people, (2) positive image of karaoke place in Yogyakarta, (3) promos and special discounts for students, (4) Karaoke as a place for having fun and for spending leisure time, (5) cooperation between the family karaoke and students that affected students interest to the family karaoke and it made even more popular to do karaoke. The external factors behind the popularity of karaoke were (1) the influence of friends and the media, (2) promos and discounts promoted from karaoke place, and (3) facilities offered from karaoke. Then internal factors were (1) karaoke was regarded as an entertaining place a fun place to spend spare time, (2) karaoke as the way to release fatigue and stress, (3) karaoke as a mean to self-express and a gathering place, and (4) a privation offered by a karaoke place.

Keywords: Students, Popular Culture, Karaoke, Leisure Time

A. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak sekali budaya pop yang datang dari luar negeri seperti musik pop, *anime*, dan karaoke. Karaoke sebagai salah satu hiburan musik yang banyak digemari oleh berbagai kalangan umur ini juga menjadi salah satu budaya populer yang ada di Indonesia. Terutama yaitu karaoke keluarga yang banyak berdiri di Indonesia.

Berdirinya banyak tempat karaoke di Indonesia menandakan bahwa tinggi pula minat masyarakat Indonesia terhadap karaoke. Seperti Inul Vizta sebagai salah satu industri karaoke yang mempunyai outlet di berbagai kota di Indonesia. Outlet inul vizta di Kota Jambi misalnya, jumlah pengunjung di tempat karaoke ini rata-rata mencapai 4000 lebih pengunjung setiap bulannya (Rahmad, 2012). Hal inilah yang menjadikan bisnis karaoke keluarga menjamur di Indonesia dan karaoke terlihat menjadi budaya populer di masyarakat.

Yogyakarta sebagai kota yang memiliki jumlah pendatang yang tinggi menjadikan berbagai permintaan akan hiburan semakin bermunculan mulai dari kalangan mahasiswa/ pelajar, karyawan, sampai kalangan eksekutif sekalipun. Salah satu tempat hiburan yang ada di Yogyakarta yaitu tempat karaoke keluarga. Banyak para pebisnis karaoke mendirikan tempat karaoke di Yogyakarta karena

dianggap memiliki peluang yang besar dikarenakan tingginya kebutuhan masyarakat akan hiburan. Ada berbagai tempat karaoke yang ada di Yogyakarta seperti NAV, Inul Vizta, Happy Puppy, dan Hyperbox, bahkan baru-baru ini juga ada tempat karaoke baru seperti Syahrini dan Masterpiece milik artis Ahmad Dhani (Tomi, 2014).

Banyaknya tempat karaoke yang dibangun di Yogyakarta menandakan bahwa karaoke banyak diminati masyarakat. Berdasarkan data pengunjung mingguan dari Family Fun Karaoke Keluarga per Februari 2016, pengunjung tempat karaoke tersebut dalam rentang waktu satu minggunya ada sekitar 1.467 pengunjung. Bila dihitung dalam waktu satu bulan maka jumlah pengunjung tempat karaoke bisa lebih banyak lagi. Jumlah tersebut membuktikan bahwa minat masyarakat terhadap karaoke yang ada di Yogyakarta cukup tinggi.

Karaoke sebagai salah satu tempat hiburan di Yogyakarta dapat dinikmati oleh berbagai kalangan termasuk mahasiswa. Banyak mahasiswa yang tertarik dengan karaoke dan bisa berkali-kali pergi ke tempat karaoke. Hasil penelitian di Jakarta pada Diva Karaoke menyebutkan bahwa mahasiswa memiliki presentase terbanyak sebagai pengunjung tempat karaoke, yaitu sebesar 33.3 % (Fadillah, 2014).

Karaoke juga sering dilakukan oleh mahasiswa karena kecintaan atau hobinya akan bernyanyi. Mereka ingin menyanyikan lagu-lagu artis idolanya atau lagu-lagu yang sedang populer di media massa dan juga untuk menirukan gaya bernyanyi artis idolanya. Karaoke menjadi hal yang begitu melekat bahkan menjadi kebiasaan atau tren bagi mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik mengadakan penelitian tentang karaoke sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Yogyakarta.

B. KERANGKA TEORI

1. Budaya Populer

Budaya Populer terdiri dari dua istilah, budaya dan populer. William memberikan empat makna dari kata “populer” yakni banyak disukai orang, jenis kerja rendah, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, budaya yang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri. Budaya pop adalah budaya yang menyenangkan dan banyak disukai orang (Storey, 2003).

Definisi budaya populer yaitu definisi kuantitatif, suatu budaya yang dibandingkan dengan budaya “luhur” (Misalnya: festival-festival kesenian daerah) jauh lebih disukai. “Budaya pop” juga didefinisikan sebagai sesuatu yang “diabaikan” saat kita telah memutuskan

yang disebut “budaya luhur”. Definisi ketiga menyamakan budaya pop dengan Budaya Massa. Hal ini terlihat sebagai budaya komersial, diproduksi massal untuk konsumsi massa (Storey, 2008).

2. Karaoke

Kata karaoke berasal dari dua kata bahasa Jepang yaitu “*Kara*” merupakan bentuk pendek dari *Karappo* yang berarti ‘kosong’ dan “*Oke*” yang merupakan bentuk pendek dari *Okesutora* yang berarti ‘Orkestra’. Secara harfiah karaoke berarti melodi yang tidak ada vokalnya. Pengertian menurut kamus bahasa Jepang *kojien* adalah *karaoke* (berarti melodi tanpa lirik). Rekaman atau *disc* yang berisi rekaman iringan musik tanpa lirik, digunakan untuk menyanyi sesuai dengan iringan tersebut (Agustin, 2008).

Di Indonesia sendiri karaoke mulai menjadi tren sejak usaha ini dibuka tahun 1998, terlebih-lebih sejak tahun 2005 bisnis karaoke mulai menjadi salah satu tempat hiburan alternatif bagi orang-orang yang menginginkan hiburan sekaligus menyalurkan hobi mereka bernyanyi. Pelopor karaoke keluarga di Indonesia adalah Happy Puppy (Dita, 2015). Perkembangan bisnis karaoke keluarga mulai populer sejak kalangan artis ikut membuka bisnis karaoke keluarga juga. Artis yang menjadi pelopor membuka bisnis karaoke keluarga adalah Inul

Daratista di tahun 2005 dengan bendera Inul Vizta (Tomi, 2014).

3. Popularitas Karaoke

Kepopuleran karaoke terlihat dari banyaknya pebisnis tempat karaoke yang saat ini membangun tempat-tempat karaoke tidak hanya di kota besar saja, namun sudah masuk ke kabupaten-kabupaten. Hal ini berarti masyarakat banyak yang suka dengan karaoke itu sendiri hingga karaoke menjadi budaya populer, karena budaya pop adalah budaya yang menyenangkan dan banyak disukai orang (Storey, 2003: 10).

4. Mahasiswa, Karaoke, dan Waktu

Luang

Waktu luang merupakan waktu disela-sela kegiatan atau aktivitas manusia. Orang biasa mengisi waktu luang ini dengan sesuatu hal yang menghibur. *The Leisure Class* merupakan teori dari salah satu tokoh Sosiologi, yaitu Thorstein Veblen yang membahas tentang waktu luang. *Leisure Class* berasal dari kata *leisure* yang berarti "waktu luang" dan *leisure class* sendiri teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang dalam memanfaatkan waktu luang mereka. Mahasiswa dalam memanfaatkan waktu luangnya diisi dengan kegiatan yang menghibur seperti karaoke. Pada dasarnya manusia bebas untuk menentukan isi hidupnya, namun umumnya ia bertindak karena rutin saja. Sebagian besar

kelakuannya disebabkan oleh kebiasaan */habit* (Vairindyanto, 2014).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di tempat karaoke keluarga Yogyakarta yaitu di Family Fun Karaoke Keluarga, Hello FKTV, dan TOP 40 Family Karaoke.. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif agar datanya dapat diperoleh secara mendalam. Karena dalam metode penelitian kualitatif ini sumber data digali dengan observasi dan wawancara mendalam kepada responden.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling. Sampel yang diambil adalah mahasiswa Yogyakarta yang suka karaoke. Informan tersebut sesuai dengan ciri-ciri atau memenuhi syarat seperti yang telah ditetapkan oleh peneliti yaitu mahasiswa Yogyakarta baik laki-laki maupun perempuan yang sering karaoke yaitu minimal satu bulan sekali. Peneliti memilih 7 orang informan yang terdiri dari 4 orang mahasiswa dan 3 orang dari pihak tempat karaoke.

Sumber data primer diperoleh dari wawancara dengan informan yaitu mahasiswa yang suka karaoke, dan hasil observasi di lapangan yaitu di Family Fun Karaoke Keluarga, Hello FKTV, dan TOP 40 Family Karaoke. Sumber data sekunder

diperoleh dari foro, website, dan data pengunjung.

Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan di tempat karaoke untuk melihat pengunjung yang datang di tempat karaoke pada siang dan malam hari. Kemudian wawancara dilakukan dengan mahasiswa yang sering karaoke sesuai dengan pedoman wawancara. Sedangkan dokumentasi diperoleh dari data pengunjung tempat karaoke tersebut.

Peneliti menggunakan triangulasi sebagai uji kevalidan data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2001: 273). Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik pengumpulan data.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *interactive model* sebagaimana yang diajukan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2011: 246) yang terdiri dari empat aspek, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Popularitas Karaoke di Kalangan Mahasiswa pada Tempat Karaoke Keluarga Yogyakarta

Kepopuleran karaoke tidak terlepas dari peran para pebisnis tempat hiburan yang mampu membuat hiburan tersebut disukai oleh banyak orang dan mampu dinikmati oleh semua kalangan. Menurut Storey audiens budaya pop adalah sosok konsumen yang tidak memilih. Budaya pop adalah budaya yang berasal dari rakyat. Budaya pop seperti halnya budaya daerah merupakan budaya dari rakyat untuk rakyat. Apapun budaya pop itu, bahan mentahnya selalu disediakan secara komersial (Storey, 2003: 10). Budaya pop adalah budaya yang menyenangkan dan banyak disukai orang (Storey, 2003: 10).

Banyaknya minat masyarakat terhadap karaoke terlihat dari banyaknya pengunjung tempat karaoke yang setiap harinya bisa mencapai ratusan orang. Itupun hanya dihitung dari satu perwakilan dari setiap kelompoknya. Karena memang karaoke merupakan hiburan yang bisa dinikmati secara berkelompok bisa dua orang atau bahkan puluhan orang.

a. Karaoke sebagai hiburan yang disukai banyak orang

Awal mahasiswa mengenal karaoke yaitu karena dikenalkan oleh teman sepermainannya. Mereka mengenal

karaoke rata-rata sebelum mereka menjadi mahasiswa namun ada juga yang setelah menjadi mahasiswa. Mereka diajak oleh teman sepergaulannya pergi ke tempat karaoke untuk mengisi waktu luang. Lama kelamaan mereka menjadi suka dengan karaoke dan pergi ke tempat karaoke secara berulang-ulang. Selain itu ada juga mahasiswa yang melakukan karaoke karena memang memiliki inisiatif sendiri.

Pengaruh teman sepermainan dan media massa tersebut telah membuat banyak mahasiswa pergi ke tempat karaoke dan menyukai karaoke. Pada dasarnya manusia bebas untuk menentukan isi hidupnya, namun umumnya ia bertindak karena rutin saja. Sebagian besar kelakuannya disebabkan oleh kebiasaan */habit* (Vairindyanto, 2014). Pada awalnya memang mahasiswa yang suka dengan karaoke dan sering pergi ke tempat karaoke dikarenakan kebiasaan atau habit, mereka melakukan karaoke karena pengaruh teman dan media massa kemudian merasa suka dengan karaoke lalu membuat mereka berulang-ulang pergi ke tempat karaoke. Mahasiswa memiliki persentase tertinggi sebagai pengunjung tempat karaoke yaitu sekitar 60% sampai 70% dibandingkan dengan kalangan lain seperti keluarga, pekerja atau kalangan eksekutif.

b. Citra positif tempat karaoke keluarga di Yogyakarta

Tempat karaoke keluarga ini menyuguhkan suatu tempat hiburan yang santai dan menghibur bebas dari stigma negatif tempat karaoke yang identik dengan tempat maksiat. Bahkan tempat karaoke keluarga tidak menjual minuman beralkohol dan juga melarang pengunjung membawa minuman beralkohol di area tempat karaoke. Berkat citra positif tempat karaoke yang berlabel keluarga tersebut maka karaoke semakin populer di masyarakat. Citra tempat karaoke di Yogyakarta dan pandangan masyarakat Yogyakarta terhadap tempat karaoke yang positif membuat mahasiswa tertarik untuk melakukan karaoke.

c. Promo dan diskon khusus bagi mahasiswa

Melalui promo dan diskon yang diberikan oleh tempat karaoke, membuat mahasiswa tertarik untuk karaoke. Promo dan diskon yang diberikan oleh pihak tempat karaoke memang tidak hanya dikhususkan untuk mahasiswa saja, tetapi juga untuk seluruh pengunjung dari berbagai kalangan. Namun ada tempat karaoke yang mengkhususkan diskonnya untuk mahasiswa. Setiap mahasiswa yang datang ke tempat karaoke dan menunjukkan kartu mahasiswa maka akan langsung mendapatkan diskon atau potongan harga dari tarif karaoke. Diskon

tersebut bahkan separuh dari tarif normal karaoke.

d. Karaoke sebagai tempat untuk bersenang-senang dan mengisi waktu luang

Mahasiswa Yogyakarta pergi ke tempat karaoke karena mereka menyukai karaoke sebagai tempat hiburan untuk bersenang-senang, bersantai dan berkumpul bersama dengan teman. Mahasiswa yang menyukai karaoke membuat mereka dapat berkali-kali untuk datang ketempat karaoke. Dalam sebulan mereka bisa satu bulan sekali melakukan karaoke, bahkan ada yang sampai satu minggu sekali melakukan karaoke. Mahasiswa Yogyakarta yang memilih karaoke sebagai hiburan untuk mengisi waktu luangnya termasuk kedalam kelompok *leisure class*. Kelompok ini bersifat *hedonistic* yang menghambur-hamburkan uang untuk memenuhi kesenangan mereka.

e. Kerjasama antara pihak tempat karaoke dan mahasiswa

Kepopuleran karaoke pada mahasiswa Yogyakarta juga terbukti dari banyaknya tempat karaoke yang mempunyai kerjasama dengan mahasiswa untuk suatu event. Event ini biasanya merupakan acara yang dibuat oleh mahasiswa dan bekerjasama dengan pihak tempat karaoke sebagai sponsor acara. Mahasiswa biasa mencari dana untuk acara

tersebut dari pihak tempat karaoke. Kemudian pihak tempat karaoke akan memberikan voucher karaoke dalam acara tersebut yang dapat digunakan oleh mahasiswa untuk karaoke secara gratis.

2. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Populernya Karaoke di Kalangan Mahasiswa pada Tempat Karaoke Keluarga Yogyakarta

Budaya populer merupakan budaya komersial yang diproduksi massal untuk konsumsi massa (Storey, 2008). Populernya karaoke di kalangan mahasiswa Yogyakarta tidak terlepas dari industri hiburan yang menyediakan tempat karaoke, karena karaoke memang dibuat untuk dikonsumsi oleh orang banyak bahkan semua kalangan. Budaya karaoke dibentuk oleh perusahaan-perusahaan yang memfasilitasi kegiatan ini (Agustin, 2008) seperti tempat-tempat karaoke keluarga yang ada di Yogyakarta. Tempat-tempat karaoke yang ada di Yogyakarta memberikan ruang kepada konsumen seperti mahasiswa yang ingin memperoleh hiburan dengan cara bernyanyi. Faktor

faktor yang mendukung atau yang melatarbelakangi populernya karaoke di kalangan mahasiswa pada tempat karaoke keluarga Yogyakarta yaitu:

a. Faktor Eksternal

1) Pengaruh teman dan media massa

Mahasiswa yang suka karaoke, pada awalnya mereka mendapat pengaruh dari teman sepermainannya untuk diajak ke tempat karaoke sehingga lama kelamaan mereka menjadi suka dan terbiasa melakukan karaoke. Teman sepermainan merupakan agen sosialisasi yang ikut mempengaruhi proses sosialisasi individu (Wachidah, 2009). Selain itu Mahasiswa mengenal karaoke melalui media massa seperti internet, televisi, dan media cetak (Agustin, 2008).

2) Promo dan diskon dari pihak tempat karaoke

Pihak tempat karaoke sebagai pelaku dalam pemasaran memberikan promo dan diskon untuk menarik konsumen agar datang ke tempat karaoke tersebut. Konsumen tersebut berasal dari berbagai kalangan termasuk mahasiswa. Pihak tempat karaoke gencar melakukan promosi kepada mahasiswa dengan datang ke kampus-kampus yang ada di Yogyakarta dan membagikan voucher tersebut kepada mahasiswa untuk membuat mereka tertarik pergi ke tempat karaoke.

3) Fasilitas tempat karaoke

Tempat karaoke juga menyediakan fasilitas yang mencoba untuk memenuhi keinginan konsumen. Hal ini agar konsumen menjadi nyaman ketika melakukan karaoke dan dapat membuat konsumen tertarik untuk pergi ke tempat karaoke tersebut secara berulang-ulang.

b. Faktor Internal

1) Karaoke sebagai tempat hiburan yang menyenangkan dan menghibur untuk mengisi waktu luang

Karaoke dipilih oleh mahasiswa Yogyakarta sebagai tempat hiburan yang menyenangkan dan menghibur apabila dibandingkan dengan tempat hiburan yang lain. Karaoke menjadi pilihan sebagai pengisi waktu luang mahasiswa disela-sela sibuknya kuliah dan kegiatan baik di dalam maupun di luar kampus. Kecenderungan mahasiswa memilih karaoke untuk mengisi waktu luangnya sama seperti *leisure class*, mahasiswa merupakan kelompok *leisure class* yang memanfaatkan waktu luang mereka untuk karaoke. Karaoke sebagai hiburan yang dipilih oleh mahasiswa Yogyakarta merupakan kecenderungan untuk membajak (*predatory instinct*), yang mendorong orang untuk menikmati barang tanpa bekerja (Vairindyanto, 2014). Kegiatan karaoke merupakan suatu hal yang ringan tanpa harus besusah payah melakukannya.

2) Karaoke sebagai pelepas penat dan stres

Semakin kompleksnya kegiatan manusia saat ini terkadang membuat mereka merasa capek dan stress. Seperti halnya mahasiswa yang memiliki banyak kegiatan baik di dalam maupun di luar kampus, belum lagi masalah pribadi yang menimpa. Banyaknya tugas kuliah membuat mereka stress sehingga mencari hiburan yang sesuai yaitu karaoke untuk melepaskan penat dan stress tersebut. Selain itu karaoke dipilih oleh mahasiswa karena dengan karaoke mereka dapat mengeluarkan seluruh beban yang ada dalam pikirannya sehingga membuat perasaan serta pikiran menjadi tenang dan beban yang ada menjadi sedikit berkurang bahkan bisa hilang meskipun sifatnya sementara.

3) Karaoke sebagai sarana mengekspresikan diri dan ajang berkumpul

Kebebasan mengekspresikan diri di dalam room karaoke juga membuat mahasiswa dapat melepaskan seluruh emosinya dengan berteriak ketika bernyanyi tanpa takut mengganggu orang lain. Karaoke juga digunakan oleh mahasiswa untuk ajang berkumpul bersama dengan teman sehingga menumbuhkan rasa kebersamaan. Selain itu karaoke dipilih oleh mahasiswa karena dapat digunakan sebagai tempat untuk melampiaskan

masalah secara positif tidak seperti ketika memilih diskotik sebagai tempat hiburan malam untuk melampiaskan masalah.

4) Keprivatan tempat karaoke

Tempat karaoke keluarga yang menyediakan room untuk bernyanyi membuat nuansa karaoke lebih privat. Munculnya tempat karaoke keluarga ini mengakibatkan terjadinya perpindahan ruang privat keluarga pada masyarakat modern. Ruang keluarga yang awalnya berada di dalam rumah (privat) berpindah ke tempat lain yang berada di luar rumah atau publik yaitu tempat hiburan karaoke keluarga (Irhamna, 2014). Mahasiswa yang mencari hiburan dengan melakukan karaoke dapat merasakan keprivatan ketika melakukan berbagai kegiatan di dalam room karaoke selain bernyanyi. Keprivatan tersebut membuat mereka lebih terjaga privasinya. Ajang berkumpul bersama temanpun juga menjadi terasa sekali kebersamaannya. Dibandingkan dengan tempat hiburan lain karaoke memiliki sifat yang tidak membosankan. Karena mahasiswa dapat bernyanyi, berteriak sesuka hati dan menyanyikan lagu sesuai dengan keinginan mereka.

E. PENUTUP

Simpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Karaoke sebagai Budaya populer di Kalangan Mahasiswa

Yogyakarta dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Popularitas Karaoke di Kalangan Mahasiswa pada Tempat Karaoke Keluarga Yogyakarta

Ketertarikan para pebisnis tempat karaoke untuk membangun tempat karaoke di Yogyakarta disebabkan karena Yogyakarta memiliki perkembangan yang cepat akibat banyaknya pendatang termasuk mahasiswa. Meskipun sasaran pengunjung yang mereka ambil tidak hanya mahasiswa saja melainkan semua segmen.

Pihak tempat karaoke yang ada di Yogyakarta menyebut bahwa minat masyarakat terhadap karaoke tinggi karena dapat dilihat dari pengunjung tempat karaoke yang setiap hari dapat mencapai ratusan pengunjung. Dari keseluruhan pengunjung tersebut mahasiswa menjadi pengunjung yang memiliki persentasi tertinggi dibandingkan dengan segmen yang lain seperti keluarga, pekerja, dan kalangan eksekutif. Persentase pengunjung mahasiswa yaitu sekitar 60% sampai dengan 70%. Ini menunjukkan bahwa karaoke memang disukai oleh banyak orang termasuk mahasiswa. Hal tersebut juga ditunjang oleh pihak tempat karaoke yang berusaha memberikan promo dan diskon yang dapat menarik mahasiswa untuk datang ke tempat karaoke tersebut.

Selain itu juga karena citra positif tempat karaoke yang ada di Yogyakarta.

Mahasiswa Yogyakarta menyukai karaoke sebagai tempat untuk bersenang-senang, bersantai, dan berkumpul bersama dengan teman. Mereka yang menyukai karaoke membuat mereka dapat berkali-kali datang ke tempat karaoke. Mereka dapat pergi ke tempat karaoke satu bulan sekali bahkan satu minggu sekali.

2. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Populernya Karaoke di Kalangan Mahasiswa pada Tempat Karaoke Keluarga Yogyakarta

Karaoke menjadi populer karena disukai oleh banyak orang termasuk mahasiswa, selain itu terdapat faktor yang menunjang populer karaoke di kalangan mahasiswa Yogyakarta. Faktor-faktor tersebut yaitu:

a. Faktor Eksternal

- 1) Pengaruh teman sebaya dan media massa
- 2) Promo dan diskon dari pihak tempat karaoke
- 3) Fasilitas tempat karaoke

b. Faktor Internal

- 1) Karaoke sebagai tempat hiburan yang menyenangkan dan menghibur untuk mengisi waktu luang
- 2) Karaoke sebagai pelepas penat dan stress

- 3) Karaoke sebagai sarana mengekspresikan diri dan ajang berkumpul
- 4) Keprivatan tempat karaoke

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, F. R. (2008). *Karaoke Sebuah Kebudayaan Populer Jepang*. Skripsi S1. <http://lib.ui.ac.id/>. Universitas Indonesia.
- Dita, S. (2015). *Happy Puppy Pelopor Karaoke Keluarga di Indonesia*. Tersedia di: <http://www.wisatajakarta.com>. Diakses pada 15 Januari 2016.
- Fadillah, F. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Diva Karaoke*. Skripsi S1. <http://library.binus.ac.id/>. Universitas Bina Nusantara.
- Irhamna, C. (2014). *Karaoke "Keluarga" (Studi Kasus Empat Mahasiswa dan Karaoke Keluarga Happy Puppy di Ring Road Utara Yogyakarta)*. Skripsi S1. Tidak diterbitkan. Universitas Gajah Mada.
- Rahmad, A. (2012). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan Karaoke Inul Vizta Family Outlet Cabang Kota Jambi. *Jurnal Online UNJA*. 1(2).
- Storey, J. (2003). *Teori Budaya dan Budaya dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Qalam.
- Storey, J. (2008). *Culture Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tomi. (2014). *Bisnis Artis: Ahmad Dhani Hingga Syahrini Buka Usaha Karaoke*. Tersedia di: <http://www.suara.com/>. Diakses pada 15 Januari 2016.
- Vairindyanto, Y.A. (2014). Makna Konsumsi Bagi Atlet Junior Balap Sepeda di Kota Malang. *Jurnal Online UNESA*. 2(1).
- Wachidah, L. (2009). Pengaruh Agen-Agen Sosialisasi terhadap Siswa SLTP Berprestasi di Bandung. *Jurnal Sosial dan Pembangunan*. 25(1).