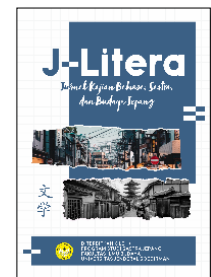


Evaluasi Kualitas Acara Lomba Karaoke Jepang sebagai Sarana Promosi Budaya Jepang di Palembang

M Arief Rahman ^{1 *},

M Ridho Suryadharna ²

^{1*,2} Department of Informatics Management, State Polytechnic of Sriwijaya, Palembang, Indonesia



Abstract

This study aims to evaluate the quality of Japanese Karaoke Competition event as a means of promoting Japanese culture in Palembang. The variables tested in this study were event quality and promotion of Japanese culture. The methodology used was a survey using a questionnaire distributed to 30 respondents who attended the event. The data obtained was then analyzed using descriptive statistical techniques. The results showed that the quality of the event and the promotion of Japanese culture were rated quite good by the respondents, but there are some aspects that need to be improved to improve the quality of the event and the promotion of Japanese culture in Palembang. The implication of this research is that event managers and the promotion of Japanese culture in Palembang need to improve the aspects that need to be improved and increase the promotion of Japanese culture to be more effective in promoting Japanese culture in Palembang.

Keywords:

Karaoke; Japanese culture; quality; promotion.

Article Info:

Accepted: 01 Agustus 2024

Available online: 14 November 2024

PENDAHULUAN

Palembang merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki sejarah yang kaya dan budaya yang beragam. Sebagai kota yang terletak di pulau Sumatera, Palembang memiliki keunikan tersendiri dalam menggabungkan unsur-unsur budaya Melayu, Jawa, China, dan India yang tercampur dengan budaya lokal. Selain itu, Palembang juga memiliki potensi wisata yang besar, termasuk wisata budaya yang beragam.

Salah satu cara untuk mempromosikan kekayaan budaya Palembang adalah dengan mengadakan acara yang berfokus pada budaya tertentu. Salah satu budaya yang sedang menjadi tren di Palembang adalah budaya Jepang. Budaya Jepang memiliki pengaruh yang besar di kalangan masyarakat Palembang, terutama di kalangan muda yang gemar menonton anime dan drama Jepang. Dalam penelitian Lusiana, 2018 yang berjudul *Japanese Hegemoni in the World of*

Culinary Business, ditemukan bahwa Jepang memiliki dominasi dalam bisnis kuliner di Indonesia. Fakta ini memicu minat penulis untuk memperdalam pemahaman mengenai dominasi budaya populer Jepang, seperti anime dan manga, pada anggota komunitas Leciell Palembang. Oleh karena itu, acara Lomba Karaoke Jepang di Palembang merupakan salah satu cara yang efektif untuk mempromosikan budaya Jepang dan mengenalkan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Dimana menurut Lubis, 2022 pengorganisasian acara merupakan bentuk dari memanfaatkan hobi dan minat untuk mengaktualisasikan diri. Tak jarang, komunitas *otaku* menggunakan acara-acara tersebut sebagai sarana promosi atau pengenalan budaya Jepang kepada orang yang belum tertarik pada budaya tersebut. Selain itu, tidak jarang banyak masyarakat maupun individu yang menjadi tertarik ketika mengikuti acara-acara kebudayaan tersebut.

Evaluasi kualitas acara Lomba Karaoke Jepang sebagai sarana promosi budaya Jepang di Palembang sangat penting untuk dilakukan. Evaluasi tersebut dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana kualitas acara tersebut dalam menampilkan budaya Jepang, serta sejauh mana dampaknya terhadap masyarakat Palembang. Evaluasi juga dapat membantu panitia untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari acara tersebut, sehingga dapat ditingkatkan pada acara berikutnya. Selain itu, evaluasi juga dapat memberikan masukan bagi pemerintah dan *stakeholder* terkait untuk mengembangkan kegiatan promosi budaya Jepang yang lebih baik dan efektif di Palembang.

Acara Lomba Karaoke Jepang sebagai sarana promosi budaya Jepang di Palembang diadakan oleh komunitas Leciel Palembang. Komunitas ini didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan budaya Jepang di Palembang. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Leciel adalah mengadakan acara yang berkaitan dengan budaya Jepang, seperti karaoke lagu Jepang, lomba *seiyuu* anime, dan juga lomba *custom play (cosplay)*.

Gambar 1: Poster Kegiatan Jejepangan Oleh Komunitas Leciel Palembang Dengan Tema



Salah satu acara lomba yakni Karaoke Jepang yang diadakan oleh komunitas Leciel ini menjadi salah satu agenda penting bagi para penggemar budaya Jepang di Palembang. Acara ini memungkinkan para peserta untuk mengekspresikan bakat dan minat mereka dalam bernyanyi serta memperdalam pengetahuan mereka tentang budaya Jepang. Dengan adanya acara Lomba Karaoke Jepang ini, diharapkan masyarakat Palembang dapat lebih memahami dan mengapresiasi kekayaan budaya Jepang.

Melalui evaluasi kualitas acara Lomba Karaoke Jepang, diharapkan masyarakat Palembang dapat semakin mengenal dan mencintai budaya Jepang. Diharapkan acara tersebut dapat mempererat hubungan antara masyarakat Palembang dengan masyarakat Jepang, serta mempromosikan kegiatan-kegiatan budaya Jepang di Palembang di masa depan. Dengan demikian, evaluasi tersebut akan memberikan kontribusi yang besar dalam pengembangan dan promosi budaya Jepang di Palembang serta memperkaya keberagaman budaya di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Promosi

Menurut Kotler et al. (2008), promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang berfungsi untuk memberikan informasi, mempengaruhi, dan memotivasi konsumen untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa. Promosi juga dapat dilakukan untuk membangun citra perusahaan atau produk serta memperkenalkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk atau jasa tersebut.

Promosi merupakan salah satu bagian penting dari bauran pemasaran yang dapat membantu perusahaan atau organisasi dalam memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, acara lomba karaoke Jepang yang diadakan oleh komunitas Leciel Palembang dapat dipandang sebagai suatu bentuk promosi untuk memperkenalkan budaya Jepang kepada masyarakat Palembang. Dengan adanya acara tersebut, diharapkan masyarakat Palembang dapat lebih mengenal dan tertarik dengan budaya

Jepang serta produk atau jasa yang terkait dengan budaya tersebut.

Selain itu, promosi juga dapat digunakan untuk membangun citra perusahaan atau produk serta memperkenalkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini, acara lomba karaoke Jepang yang diadakan oleh komunitas Leciell Palembang dapat membantu membangun citra positif tentang budaya Jepang serta produk atau jasa yang terkait dengan budaya tersebut. Dengan memperkenalkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh budaya Jepang, diharapkan masyarakat Palembang dapat memiliki persepsi yang positif tentang budaya tersebut dan lebih tertarik untuk mengenal lebih jauh tentang budaya Jepang.

Budaya

Budaya dapat didefinisikan sebagai sistem nilai, norma, dan tata cara hidup yang dibagikan oleh suatu kelompok masyarakat (Hofstede, 1991). Budaya juga dapat memengaruhi perilaku manusia dalam memilih dan menggunakan produk atau jasa. Menurut Schouten dan McAlexander (1995), budaya dapat dianggap sebagai suatu bentuk konsumsi dan aktivitas konsumen dapat merefleksikan dan membentuk budaya tersebut.

Definisi budaya oleh Hofstede (1991) menyatakan bahwa budaya merupakan suatu sistem nilai, norma, dan tata cara hidup yang dibagikan oleh suatu kelompok masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, budaya Jepang dapat dipandang sebagai suatu sistem nilai, norma, dan tata cara hidup yang dibagikan oleh masyarakat Jepang. Melalui acara lomba karaoke Jepang yang diadakan oleh komunitas Leciell Palembang, diharapkan masyarakat Palembang dapat lebih memahami dan mengenal sistem nilai, norma, dan tata cara hidup yang dibagikan oleh masyarakat Jepang.

Schouten dan McAlexander (1995) menyatakan bahwa budaya dapat dianggap sebagai suatu bentuk konsumsi dan aktivitas konsumen dapat merefleksikan dan membentuk budaya tersebut. Dalam hal ini, aktivitas konsumen seperti membeli

atau menggunakan produk atau jasa terkait dengan budaya Jepang dapat membentuk atau merefleksikan budaya Jepang itu sendiri. Dengan memperkenalkan produk atau jasa terkait dengan budaya Jepang melalui acara lomba karaoke Jepang, diharapkan masyarakat Palembang dapat lebih tertarik untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa terkait dengan budaya Jepang. Hal ini dapat membantu memperkuat budaya Jepang di masyarakat Palembang.

Evaluasi

Evaluasi adalah proses penilaian terhadap suatu objek atau aktivitas dengan tujuan untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu program atau kegiatan (Stufflebeam, 2003). Evaluasi juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan suatu program atau kegiatan sehingga dapat dilakukan perbaikan dan peningkatan di masa yang akan datang.

Evaluasi dilakukan terhadap kualitas acara lomba karaoke Jepang sebagai sarana promosi budaya Jepang di Palembang. Evaluasi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan acara tersebut dalam mempromosikan budaya Jepang di Palembang. Selain itu, evaluasi juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas acara sehingga dapat dilakukan perbaikan dan peningkatan pada acara serupa di masa yang akan datang.

Dalam penelitian ini, evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif melalui kuesioner kepada responden yang hadir dalam acara lomba karaoke Jepang. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan tentang aspek-aspek kualitas acara seperti kepuasan peserta, kualitas penyelenggaraan acara, dan keefektifan acara dalam mempromosikan budaya Jepang. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan menganalisis data dari sumber-sumber lain seperti media sosial atau liputan media mengenai acara tersebut.

Hipotesis

Salah satu penelitian terkait promosi budaya yang relevan dengan topik penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Cheng et al. (2019) yang bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas promosi budaya Taiwan di Indonesia melalui festival budaya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi budaya Taiwan melalui festival budaya dapat meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat Indonesia terhadap budaya Taiwan.

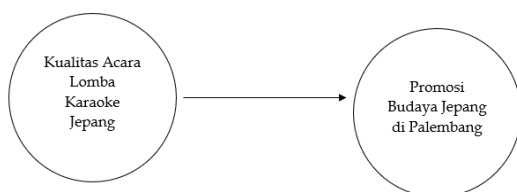
Selain itu, terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Wen et al. (2016) yang mengkaji pengaruh promosi budaya Korea Selatan melalui drama televisi terhadap minat wisata ke Korea Selatan. Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi budaya Korea Selatan melalui drama televisi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat wisata ke Korea Selatan.

Dari hasil penelitian-penelitian tersebut, dapat diasumsikan bahwa promosi budaya melalui acara atau festival budaya memiliki potensi untuk meningkatkan minat dan pemahaman masyarakat terhadap budaya yang dipromosikan. Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diusulkan dalam penelitian ini adalah bahwa acara lomba karaoke Jepang dapat efektif sebagai sarana promosi budaya Jepang di Palembang.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antara Variabel X dan Variabel Y, yaitu Kualitas Acara Lomba Karaoke Jepang dan Promosi Budaya Jepang di Palembang. Sebagaimana gambar berikut

Gambar 2: Kerangka konseptual



Variabel X, yaitu Kualitas Acara Lomba Karaoke Jepang, mencakup berbagai aspek kualitas seperti kualitas suara, kualitas lagu, kualitas penyajian, kualitas perlengkapan, kualitas tempat, dan kualitas waktu acara. Variabel X ini dapat diukur menggunakan skala penilaian dari responden yang menghadiri acara Lomba Karaoke Jepang.

Variabel Y, yaitu Promosi Budaya Jepang di Palembang, mencakup upaya untuk mempromosikan dan meningkatkan pemahaman tentang budaya Jepang di Palembang melalui acara Lomba Karaoke Jepang. Variabel Y dapat diukur menggunakan skala penilaian dari responden mengenai pemahaman mereka tentang budaya Jepang sebelum dan setelah menghadiri acara Lomba Karaoke Jepang.

Hipotesis yang diajukan adalah adanya hubungan positif antara Kualitas Acara Lomba Karaoke Jepang (Variabel X) dan Promosi Budaya Jepang di Palembang (Variabel Y), yang berarti semakin tinggi kualitas acara Lomba Karaoke Jepang maka semakin tinggi juga promosi budaya Jepang di Palembang

METODOLOGI

Dalam penelitian Evaluasi Kualitas Acara Lomba Karaoke Jepang sebagai Sarana Promosi Budaya Jepang di Palembang. Bab ini akan membahas mengenai rancangan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta analisis data.

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Survei dilakukan untuk mengumpulkan data dari responden yang terlibat dalam acara Lomba Karaoke Jepang di Palembang. Dalam penelitian ini, survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang terdiri dari peserta dan penonton acara tersebut.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta dan penonton acara Lomba Karaoke

Jepang di Palembang. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu mengambil sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang terdiri dari 50 peserta dan 50 penonton.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner yang digunakan terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, sedangkan bagian kedua berisi pertanyaan mengenai kualitas acara Lomba Karaoke Jepang dan promosi budaya Jepang di Palembang.

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Teknik statistik deskriptif digunakan untuk mengolah data dengan menghitung mean, median, modus, dan persentil. Sedangkan teknik statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dengan menggunakan uji t-test dan uji regresi linier sederhana.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa acara Lomba Karaoke Jepang yang diadakan oleh komunitas Leciell Palembang mendapat respon positif dari para peserta dan penonton. Variabel X, yaitu kualitas acara, dinilai baik oleh sebagian besar responden. Hal ini terlihat dari tingkat kepuasan peserta dan penonton terhadap berbagai aspek acara seperti kualitas suara, lagu-lagu yang dipilih, dan tata kelola acara secara keseluruhan. Selain itu, penggunaan alat pendukung seperti sound system, pencahayaan, dan dekorasi turut meningkatkan kualitas acara.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa acara Lomba Karaoke Jepang dapat menjadi sarana yang efektif untuk promosi budaya Jepang di Palembang. Variabel Y, yaitu promosi budaya Jepang, mendapat respon positif dari responden

yang menyatakan bahwa acara ini dapat memperkenalkan budaya Jepang secara lebih luas dan mendalam kepada masyarakat Palembang. Beberapa aspek budaya Jepang seperti lagu-lagu karaoke Jepang, bahasa Jepang, dan pakaian tradisional Jepang yang dipakai oleh peserta lomba turut menjadi daya tarik bagi penonton.

Namun demikian, terdapat beberapa kritik dan saran perbaikan yang diberikan oleh responden terhadap acara Lomba Karaoke Jepang ini. Beberapa peserta menyatakan bahwa ketersediaan lagu-lagu karaoke Jepang yang terbatas dapat mempengaruhi pengalaman mereka dalam acara tersebut. Selain itu, beberapa responden mengusulkan untuk meningkatkan interaksi antara peserta dan penonton sehingga dapat memperkuat kesan dan pengalaman budaya Jepang yang disampaikan dalam acara ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa acara Lomba Karaoke Jepang yang diadakan oleh komunitas Leciell Palembang dapat menjadi sarana yang efektif untuk promosi budaya Jepang di Palembang. Namun demikian, perlu dilakukan perbaikan dan peningkatan dalam berbagai aspek acara agar dapat meningkatkan kualitas dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi peserta dan penonton.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa acara Lomba Karaoke Jepang yang diadakan oleh komunitas Leciell Palembang sebagai sarana promosi budaya Jepang di Palembang memiliki kualitas yang baik dan dapat meningkatkan pengetahuan serta minat masyarakat terhadap budaya Jepang. Dari segi penyelenggaraan, acara tersebut dapat dianggap sukses karena mendapatkan respons yang positif dari peserta dan penonton, serta berhasil menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan ramah.

Namun, terdapat beberapa aspek yang masih perlu diperbaiki dan ditingkatkan, seperti peningkatan kualitas suara dan pemilihan lagu

yang lebih sesuai dengan tema acara. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap aspek-aspek lain yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini, seperti keamanan, kenyamanan, dan ketersediaan fasilitas.

Sebagai rekomendasi, disarankan agar komunitas Leciell Palembang terus mengadakan acara serupa untuk mempromosikan budaya Jepang di Palembang, namun dengan tetap memperhatikan dan meningkatkan aspek-aspek yang perlu diperbaiki. Selain itu, promosi dan publikasi acara sebaiknya dilakukan secara lebih luas dan intensif, dengan melibatkan berbagai media dan jejaring sosial untuk mencapai target audiens yang lebih luas. Diharapkan hal ini dapat membantu memperkenalkan budaya Jepang kepada masyarakat Palembang dan meningkatkan minat serta penghargaan terhadap budaya asing.

PENELITIAN LANJUTAN

Hasil dari deskriptif penelitian lanjutan ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kualitas acara Lomba Karaoke Jepang dan pengaruhnya sebagai sarana promosi budaya Jepang di Palembang. Dari hasil tersebut, dapat dilakukan evaluasi dan perbaikan terhadap acara Lomba Karaoke Jepang di masa yang akan datang agar dapat lebih efektif dalam mempromosikan budaya Jepang dan menarik minat masyarakat untuk lebih mengenalnya. Dan tidak hanya untuk Lomba Karaoke Jepang namun untuk Lomba lainnya seperti *Custom Play (Cosplay)* dan mengisi suara anime (*Seiyuu*)

DAFTAR PUSTAKA

Lubis, R. M. (2022). Strategi Pemasaran Himpunan Mahasiswa Bahasa Jepang dan Sastra Jepang USU dalam Mempromosikan Event Bunkasai USU 2022. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Volume 6. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/4693>

Lusiana, Y. (2018). *Japanese Hegemoni in the World of Culinary Business*.

[https://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=bro
wse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-
yusidalusi-39857](https://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl-yusidalusi-39857)

Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational researcher*, 33(7), 14-26. <https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>

Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2008). *Marketing management: An Asian perspective*. Prentice Hall.

Schouten, J. W., & McAlexander, J. H. (1995). Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. *Journal of consumer research*, 22(1), 43-61. <https://doi.org/10.1086/209427>

Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. McGraw-Hill.

Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Hémonnet-Goujot, A. (2008). *Marketing management (13th ed.)*. Pearson Education.

Schouten, J. W., & McAlexander, J. H. (1995). Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 43-61.

Stufflebeam, D. L. (2003). The CIPP model for program evaluation. In *Evaluation models* (pp. 117-141). Springer US.)