

Didi Kempot's Campursari Songs: the Existence and the Effects of Communication Media

Noveryan Satria Putra¹, Novan Nurrohim², Ima Nuryana³, Yuventius Tyas Catur Pramudi⁴

^{1,2,3,4} Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia

Article History

Submitted date:

2021-11-09

Accepted date:

2022-03-23

Published date:

2022-04-14

Keywords:

campursari music,
communication media,
communication behavior,
Didi Kempot

Abstract

Indonesia is famous for its cultural heritage. *Campursari* is a musical genre of Indonesian local arts. Didi Kempot was a successful musician and singer who composed popular *campursari* songs. His songs were popular in Indonesia and abroad, such as in the Netherlands, Suriname, etc. The communication media greatly impacts the popularity of his works even though the maestro, Didi Kempot, has passed away. This research aims to examine the existence of regional arts and the effects of communication media on Didi Kempot's *Campursari* music. Descriptive-qualitative method was applied in this research. The data were collected by observation on YouTube, Instagram accounts, 'Sobat Ambyar' fans, direct interviews with the Javanese cultural practitioners, and literature studies. The results of the study indicate that Didi Kempot's *campursari* still exists today, although it undergoes decreased interaction in the community. Media Communication has also succeeded in influencing people's communication behavior to interact. This is because the development of media and technology makes it easier for the public and accelerates the dissemination of information.

Abstrak

Lagu Campursari Didi Kempot: Eksistensi dan Pengaruh Media Komunikasi

Indonesia terkenal sebagai negara yang memiliki warisan budaya. Genre musik Campursari menjadi salah satu warisan budaya kesenian daerah asal Indonesia. Didi Kempot adalah penyanyi dan musisi yang berhasil menciptakan lagu-lagu campursari yang populer di kalangan masyarakat. Tidak hanya di Indonesia, lagu-lagu Didi Kempot sukses meraih popularitas melalui karyanya di luar negeri, seperti Belanda, Suriname, dll. Media komunikasi berpengaruh besar pada karya-karya sang maestro meskipun dia kini telah tiada. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji keberadaan kesenian daerah dan pengaruh media komunikasi terhadap musik campursari 'Didi Kempot'. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, pengumpulan data penelitian dilakukan secara observasi pada akun YouTube, Instagram, penggemar 'Sobat Ambyar', wawancara secara langsung dengan budayawan Jawa, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa musik campursari 'Didi Kempot' masih terus eksis hingga saat ini, walaupun sudah mengalami penurunan interaksi di masyarakat. Media Komunikasi juga berhasil memengaruhi perilaku komunikasi masyarakat untuk melakukan interaksi. Hal tersebut dikarenakan perkembangan media dan teknologi mempermudah masyarakat dan mempercepat penyebaran informasi.

Corresponding author:

¹ noveryans@gmail.com

1 Pendahuluan

Perkembangan seni dan musik Campursari di Indonesia saat ini terus meningkat. Hal tersebut diikuti oleh perkembangan teknologi media komunikasi yang terus berkembang. Saat masyarakat mengalami perubahan dalam tatanan kehidupan Sosial politik maka akan menjadi negara yang merdeka dan demokratis, sehingga akan berpengaruh terhadap kebebasan dan individualitas. Hadirnya musisi baru maupun kolaborasi yang dilakukan oleh musisi lama dan baru akan memperluas target pasar musik di masyarakat. Memasuki pertengahan tahun 2019, ada fenomena yang patut dicermati. Hal tersebut terkait dengan eksistensi musik Campursari di masyarakat (Sari & Suprihatin, 2020).

Saat ini, perkembangan Musik Campursari tidak lepas dengan adanya sosok Didi Kempot atau yang biasa dikenal sebagai "The Godfather of Broken Heart" atau sering dikenal juga sebagai bapak patah hati nasional. Dilansir dari *cnnindonesia.com* bahwa Didi Kempot menjadi salah satu musisi yang awalnya mendapat sedikit perhatian dari media arus utama, namun ia tak pernah sepi dari tawaran manggung secara *off-air* (Wahyuni, 2019). Walau begitu nampaknya di tengah kemajuan media dan teknologi membuat nama Didi Kempot seakan menjadi perbincangan publik dengan karya-karya lagu Campursari yang terus eksis di masyarakat. Menurut Dessy (2017:88) informasi yang terus tercipta di media baru memiliki kekuatan dalam menciptakan interaksi antar pengguna dan kelompok.

Seni daerah seperti campursari mampu populer kembali di segala kalangan masyarakat. Kemudahan mengakses informasi dan pemberitaan membuat masyarakat dapat memilih sesuai keinginan untuk bertindak dan melakukan suatu hal dalam media komunikasi. Tentu hal tersebut yang melatarbelakangi perkembangan perilaku komunikasi penggemar Didi Kempot di media massa. Media massa memiliki peran yang penting dalam perubahan pola perkembangan maupun tingkah laku dalam masyarakat, sehingga kedudukan media massa memiliki peran penting di masyarakat (Prasetyo, 2016).

Pengaruh perkembangan teknologi dan karya yang diciptakan oleh salah satu legenda musik Indonesia tersebut menjadi satu kesatuan dalam kilas balik meningkatnya penggemar musik campursari dan penggemar Didi Kempot atau yang biasa dipanggil sebagai "Sobat Ambyar". Didi Kempot adalah fenomena musik di tanah air, musisi kelahiran 31 Desember 1966 tersebut sebenarnya memulai karir musiknya pada tahun 1984. Karir musiknya dimulai dari tahap yang sangat rendah dan kemudian menjadi seniman jalanan (Yuliani, 2019). Akan tetapi, dilansir melalui *nova.grid.id* penyanyi kondang tersebut meninggal pada tanggal 5 Mei 2020 karena serangan jantung. Tentunya, meninggalnya musisi Campursari yang legendaris ini juga mengejutkan banyak pihak yang berduka dan membuat sedih rakyat Indonesia (Ratih, 2020).

Sosok sederhana Didi Kempot mampu merepresentasikan lagu-lagu Campursari yang diciptakannya sebagai lagu seluruh kalangan masyarakat. *Kompas.com* menyatakan bahwa alasan Didi Kempot menjadi luar biasa adalah karena karya musiknya yang mampu meledak di kalangan remaja dan milenial. Penikmat karya Didi Kempot atau akrab disapa *Lord Didi*, telah menjangkau seluruh kalangan usia. Lagu-lagu Didi Kempot digemari di segala bidang, termasuk anak muda dari semua daerah (Sembiring, 2020). Popularitas Didi Kempot di dunia seni musik kontemporer Indonesia berhasil mengubah citra Campursari (Sulistyo, 2020).

Lirik lagu yang sederhana, memikat, dan bertenaga, serta dapat menembus emosi penonton dengan iringan drum merupakan salah satu ciri lagu campursari Didi Kempot (Yuliani, 2019). Selain itu, ungkapan "Daripada Sakit Hati Mending Dijogetin" yang kerap kali diutarakan oleh Didi Kempot menjadikan dirinya semakin dikenal masyarakat. Ungkapan tersebut seakan mendukung para penggemarnya yang sakit hati untuk tidak bersedih dalam waktu yang lama (Putri & Parani, 2020). Perilaku komunikasi itulah yang memberikan interaksi sosial oleh penggemar Didi Kempot. Komunikasi yang terjadi dalam media sosial, generasi milenial pun mampu menerima lagu-lagu

berbahasa etnik seperti Campursari di kancah hiburan nasional, yang mencerminkan sikap multikultural masyarakat Indonesia (Sulistyo, 2020).

Perilaku penggemar Didi Kempot di dunia maya saat ini semakin banyak pengikutnya. Menurut *beritasatu.com* berkat penyebaran melalui media, karya Didi Kempot kini tidak hanya mudah didengarkan dan dirasakan untuk saat ini, namun bisa melampaui generasi mendatang. Video viral yang dia edarkan di YouTube telah ditonton jutaan orang (Sulistyo, 2020). Tentu hal tersebut yang melatar belakangi perkembangan perilaku komunikasi penggemar Didi Kempot di media massa. Menurut penelitian Thoha dalam Rorimpandey dan Kalangi (2016:2), perilaku manusia merupakan efek dari hubungan antar individu dan sekitarnya.

Menurut Nugraha dan Akbar (2018:95), media sosial saat ini menjadi wadah hal-hal populer dan revolusioner dalam berkomunikasi. Perangkat ini ditandai dengan pemberitaan yang diakses, hingga membuat teknologi media sosial yang muncul dan berkembang. Pemberitaan dan informasi melalui media akan mempengaruhi perilaku sosial pada sikap dan gaya kehidupan komunitas. Dilansir melalui *republika.co.id* mengatakan bahwa Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan perkembangan media. Media mulai perlahan beralih menuju media digital dan elektronik (Ariefyanto, 2012). Hal tersebut menyebabkan penyebaran informasi di media sosial dan massa menjadi lebih cepat.

Perbedaan secara mutlak antara media massa dan sosial adalah media sosial tidak memiliki lisensi / legalitas secara resmi. Oleh karena itu, siapapun dapat ikut serta menyebarkan pesan seperti media massa, bahkan menyebarkan informasi yang sumbernya melalui media sosial tidak jelas. Tingkat kebenaran seperti itu membuat informasi yang disampaikan sangat banyak (Azman, 2018). Terkait perubahan pola dan perilaku komunikasi, Nugraha dan Akbar (2018:95), menyatakan bahwa berbagai komunikasi dan relasi manusia hampir tak ada pembatas karena adanya kemampuan dan perkembangan internet.

Media massa tidak hanya mempengaruhi sikap tetapi juga dapat memengaruhi perilaku seseorang. Bahkan, selain itu media massa juga dapat memengaruhi institusi sosial dan sistem budaya komunitas (Azman, 2018). Sifat persuasif yang kuat karena pengaruh media massa mampu menjadikan masyarakat lebih cepat dalam beradaptasi terhadap perubahan pola-pola komunikasi dan informasi. Terkait hal tersebutlah terjadi gejala yang menyangkut adanya eksistensi dan efek media komunikasi.

Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa di dalam suatu lingkungan (Sjafirah & Prasanti, 2016). Eksistensi menjadi suatu tanda untuk mengetahui apakah proses atau keberadaan suatu hal akan terbukti atau tidaknya dalam lingkungan atau sistem yang dijalankan.

Menurut Iwan (2016:160) media juga memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan dalam perilaku dan komunikasi antar masyarakat. Membangun konsep diri dan aktualisasi diri melalui komunikasi, setiap individu mampu menjalin kerjasama demi mencapai tujuan bersama. Keramaian yang tercipta di media sosial terjadi karena diikat oleh adanya kebutuhan masyarakat akan informasi dan akan ada interaksi yang terjadi setelahnya pada sebuah komunitas dengan kesepakatan mengenai kesamaan akan kekuatan masing-masing. Eksistensi pada media sosial akan dilakukan oleh orang yang ada pada komunitas yang bersangkutan. Keadaan dan interaksi media sosial yang memicu orang lain melakukan hal yang sama disebut dengan komunitas (Trisilowaty, 2017). Oleh karena itu, eksistensi sendiri adalah segala aktivitas yang terjadi pada objek dan dapat dihitung atau dapat diketahui bahwa setiap individu masih memberikan tanggapan dan berhak secara bebas mengambil sikap/tindakan untuk menemukan suatu arti.

Gejala berikutnya setelah permasalahan eksistensi adalah efek media sosial. Media memiliki sifat dan kedudukan yang kuat untuk memengaruhi pola pikir dan tingkah laku berkomunikasi di

masyarakat. McQuail dalam Prasetyo (2016:160) menjelaskan bahwa dalam praktek budaya, mode, gaya hidup, dan norma sosial, media merupakan sarana untuk mengembangkan budaya. Hal tersebut merupakan tanggung jawab dan fungsi media untuk memenuhi permintaan informasi melalui media. Menurut Bungin dalam Azman (2018:3) tindakan dan perilaku serta sistem sosial budaya dimasyarakat dipengaruhi media sehingga media komunikasi tidak hanya akan mempengaruhi sikap seseorang saja.

Penelitian ini mengaji bagaimana musik Campursari 'Didi Kempot' mampu eksis dan digemari oleh masyarakat. Peneliti juga melakukan pencarian mengenai penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini dilakukan observasi serta wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Pada penelitian terdahulu dijelaskan bahwa pernah dilakukan penelitian yang sama dengan objek penelitiannya mengenai karya-karya Didi Kempot. Penelitian yang dilakukan oleh Yuni dan Rizaldi (2020) berfokus pada bagaimana makna kata 'ambyar' menjadi identitas berkembangnya komunitas Sobat Ambyar yang merupakan penggemar Didi Kempot. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada bagaimana Didi Kempot mampu meraih popularitas kembali dan muncul penggemar yang bernama 'Sobat Ambyar'.

Selain itu, penelitian lain mengenai penggunaan media massa dan media sosial dilakukan Azman (2018) mengenai bagaimana penggunaan dan perkembangan media massa dan media sosial. Penelitian ini lebih berfokus pada aktivitas yang terjadi pada media massa dan media sosial mengenai Didi Kempot.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian mengenai tinjauan eksistensi dan efek media komunikasi pada musik Campursari 'Didi Kempot'. Latar belakang penelitian ini dilandasi karena adanya fenomena Didi Kempot yang menjadi salah satu musisi populer kembali di kalangan masyarakat pada beberapa tahun terakhir. Pengaruh media komunikasi yang terus berkembang membuat karya-karya Didi Kempot dapat terus dinikmati, walau sang maestro kini telah tiada. Terkait hal tersebutlah terjadi gejala yang menyangkut adanya eksistensi dan efek media komunikasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menelusuri lebih jauh menyangkut kejadian tersebut.

2 Metode

Penelitian dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara, dan studi pustaka. Data observasi didapatkan melalui video YouTube mengenai Didi Kempot yang telah diunduh melalui Netlytic kemudian diolah melalui *tools* Azure Machine Learning dan Jupyter Notebook serta data melalui *platform* Instagram @didikempot_official, @sobatambyar, dan @sobatambyarindonesia. Sedangkan data wawancara dikumpulkan dari informan penelitian, yakni seorang budayawan. Serta data studi pustakan dikumpulkan melalui penelitian terdahulu dan pemberitaan media mengenai musik campursari Didi Kempot.

Penelitian kualitatif menggunakan analisis yang mengacu pada data dan memanfaatkan teori yang mendukung penelitian tersebut. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki mengenai popularitas lagu-lagu campursari karya Didi Kempot.

Analisis Sentimen

Interaksi yang terjadi di media komunikasi menjadi sebuah opini setiap individu. Proses komunikasi tersebut akan menjadi timbal balik yang dilakukan karena adanya kejadian atau topik pembahasan. Sistem analisis sentimen dapat mengidentifikasi opini tersebut secara otomatis sehingga mampu mengetahui informasi dari sumber yang berupa teks (Flores et al., 2020). Dengan adanya

sentimen tersebut maka eksistensi dan perilaku komunikasi yang terjadi di media sosial akan diketahui klasifikasi secara positif, negatif, atau netral.

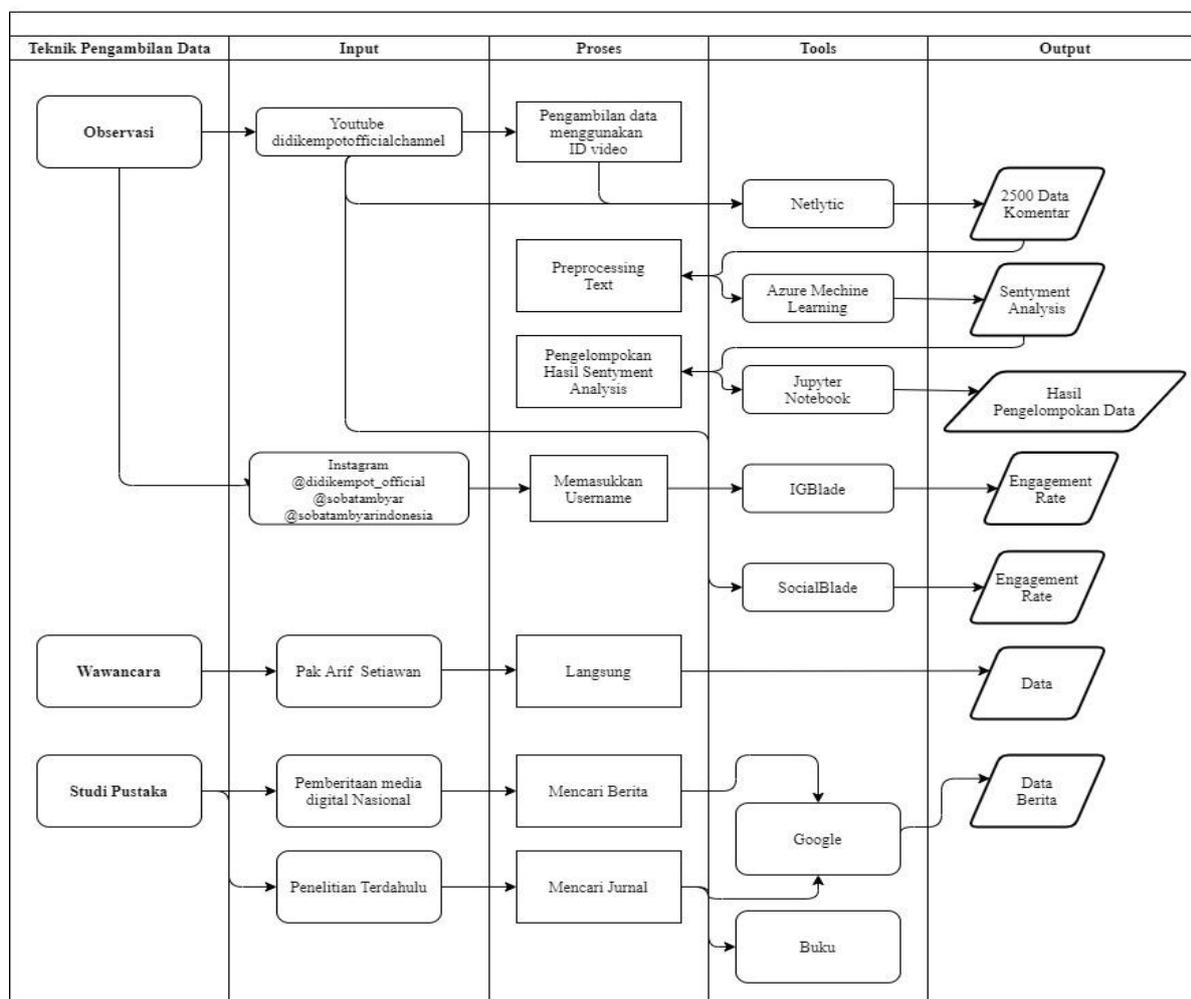
Penulis melakukan proses pengolahan data berdasarkan penelitian terdahulu mengenai analisis sentimen dan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Proses *text preprocessing* dilakukan melalui tahap *Tokening*, *Filtering*, dan *Stemming*. Menurut Veronica, dkk (2020:51) Tahapan Text Preprocessing adalah:

1. *Tokenizing*: tahapan ini berguna untuk menghapus tanda baca dan memisahkan tiap kata berdasarkan indeks spasi.
2. *Filtering*: tahapan ini terdiri dari dua tahapan yaitu, menghilangkan semua karakter angka pada text, dan menghapus kata yang dianggap tidak perlu atau tidak bermakna dari kamus kata stopword.
3. *Stemming*: tahapan ini memproses tiap indeks kata dengan mengubahnya menjadi kata dasar.

Terkait hal tersebutlah terjadi gejala yang menyangkut adanya perubahan eksistensi dan efek media komunikasi mengenai campursari karya Didi Kempot, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menelusuri lebih jauh menyangkut kejadian tersebut.

Gambar 1. Flow pengambilan data
[Sumber : Data Pribadi]

FLOW PENGAMBILAN DATA



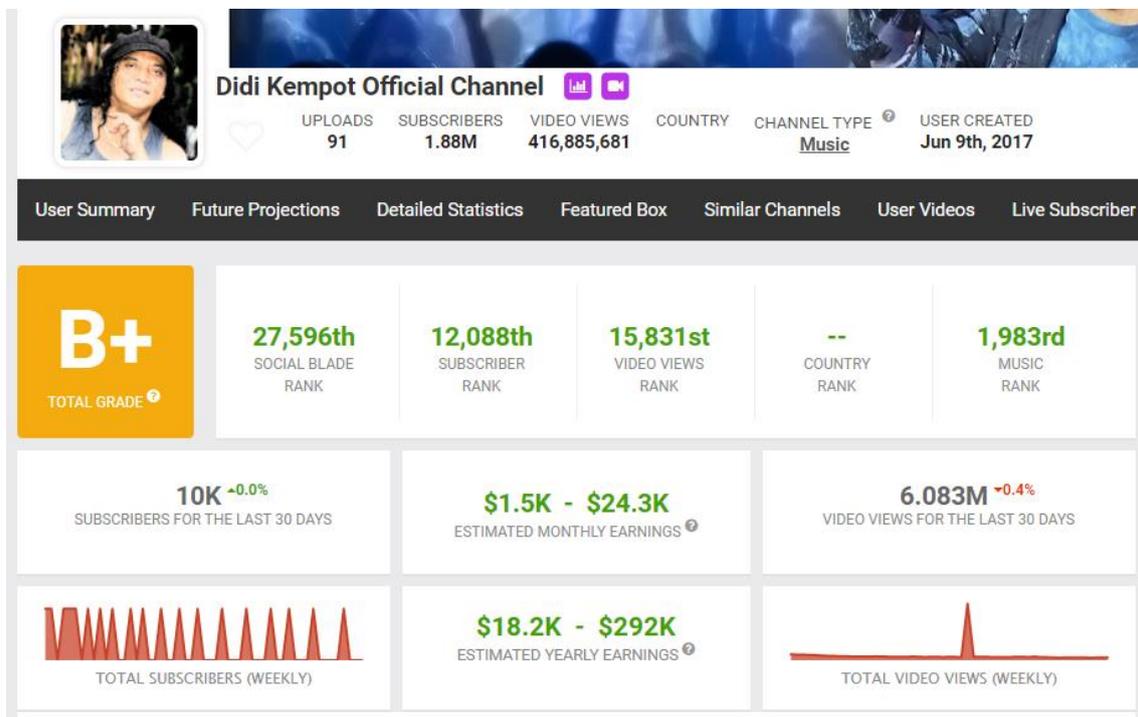
3 Hasil dan Pembahasan

Video Klip Lagu Didi Kempot di Youtube

Youtube saat ini menjadi salah satu *platform* yang menjadi *favorite* para musisi untuk melakukan publikasi terhadap karya-karyanya. Seperti yang dilakukan oleh Didi Kempot yaitu dengan melakukan publikasi Video Klip melalui kanal Didi Kempot Official Channel. Lagu sang maestro tersebut mampu mempengaruhi citra dan eksistensi musik campursari di masyarakat. Observasi yang dilakukan melalui *tools socialblade.com* Didi Kempot Official Channel mendapatkan grade B+. Hal tersebut dibuktikan dengan *subscriber* yang mengikuti channel tersebut sebanyak 1,88 juta pengikut. Selain itu total penonton keseluruhan channel tersebut berhasil mencapai 416.885.681 penonton dari 91 video yang telah diunggah. Data tersebut didapatkan penulis per tanggal 17 Agustus 2021.

Hal tersebut membuktikan eksistensi lagu-lagu campursari Didi Kempot di media komunikasi, khususnya Youtube terus berjalan walau dia telah meninggal dunia lebih dari setahun. Akses media komunikasi yang mudah dan cepat membuat para penggemar dan masyarakat dapat melihat secara terus menerus karya-karya campursari Didi Kempot. Rekam jejak dan publikasi media digital memudahkan seniman-seniman daerah seperti Didi Kempot meraih eksistensinya di tengah perkembangan zaman yang sangat dinamis.

Gambar 2. Engagement Rate Didi Kempot Official Channel
[Sumber : Socialblade]



Gambar 3. Engagement Rate Didi Kempot Official Channel
[Sumber : Socialblade]

YOUTUBE STATS SUMMARY / USER STATISTICS FOR DIDI KEMPOT OFFICIAL CHANNEL (2021-08-04 - 2021-08-17)						
DATE		SUBSCRIBERS	VIDEO VIEWS	ESTIMATED EARNINGS		
2021-08-04	Wed	– 1.88M	+231,992 414,353,885	\$58 - \$928		
2021-08-05	Thu	– 1.88M	+206,751 414,560,636	\$52 - \$827		
2021-08-06	Fri	– 1.88M	+143,205 414,703,841	\$36 - \$573		
2021-08-07	Sat	– 1.88M	+257,205 414,961,046	\$64 - \$1K		
2021-08-08	Sun	– 1.88M	+201,716 415,162,762	\$50 - \$807		
2021-08-09	Mon	– 1.88M	+261,708 415,424,470	\$65 - \$1K		
2021-08-10	Tue	– 1.88M	+190,258 415,614,728	\$48 - \$761		
2021-08-11	Wed	– 1.88M	+206,676 415,821,404	\$52 - \$827		
2021-08-12	Thu	– 1.88M	+187,465 416,008,869	\$47 - \$750		
2021-08-13	Fri	– 1.88M	+217,736 416,226,605	\$54 - \$871		
2021-08-14	Sat	– 1.88M	+198,265 416,424,870	\$50 - \$793		
2021-08-15	Sun	– 1.88M	+239,544 416,664,414	\$60 - \$958		
2021-08-16	Mon	– 1.88M	+221,267 416,885,681	\$55 - \$885		
2021-08-17	Tue	– 1.88M	– 416,885,681	\$0 - \$0		
Daily Averages		+334	+202,758	\$51 - \$811		
Weekly Averages		+2.33K	+1,419,306	\$355 - \$5.7K		
Last 30 Days		+10K	+6,082,740	\$1.5K - \$24.3K		

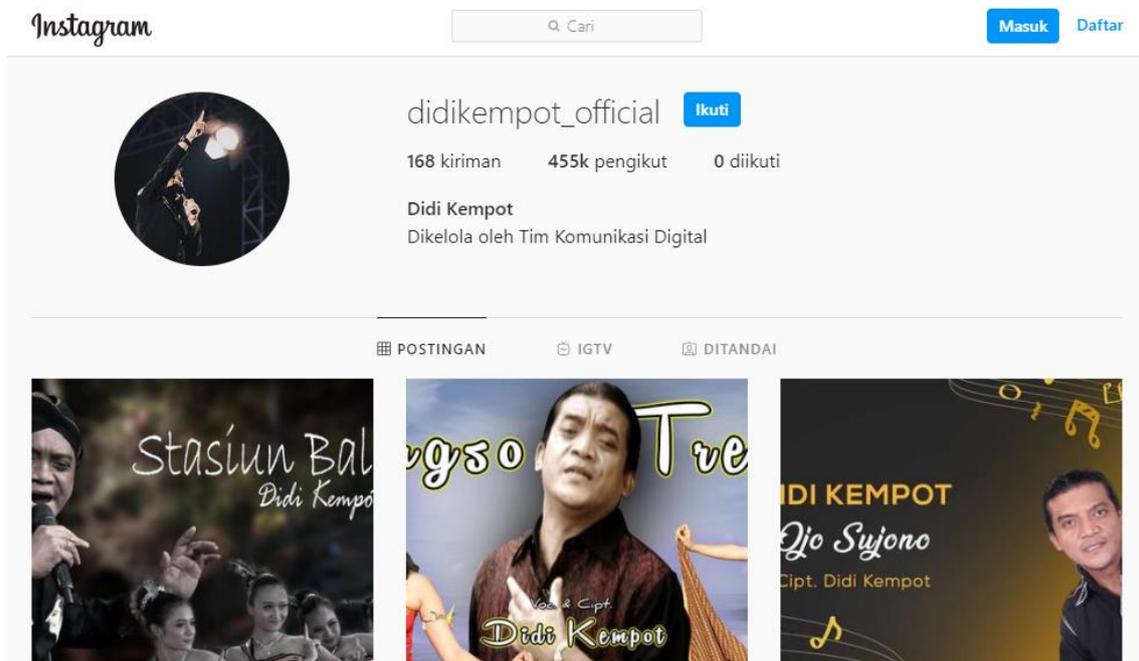
Bahkan, *channel* Didi Kempot Official Channel per tanggal 17 Agustus 2021 masih mampu mendapatkan rata-rata harian penambahan jumlah *subscribers* sebanyak 334 dengan rata – rata *viewers* mencapai ratusan ribu, yakni 202.758 penonton. Selain itu terdapat beberapa video yang berhasil mencapai puluhan juta penonton setelah diunggah pada channel tersebut. Maka, penulis melakukan observasi lebih mendalam melalui 5 video klip dengan penonton terbanyak milik Didi Kempot. 5 video klip dengan penonton terbanyak dan terpopuler per tanggal 8 agustus 2021, adalah:

1. Didi Kempot – Banyu Langit [OFFICIAL], ditonton sebanyak 60.913.989 kali dengan likes sebanyak 229 ribu
2. Didi Kempot – Pamer Bojo [OFFICIAL], ditonton sebanyak 41.272.751 kali dengan likes sebanyak 232 ribu
3. Didi Kempot – Cidro [OFFICIAL], ditonton sebanyak 34.578.184 kali dengan likes sebanyak 164 ribu
4. Didi Kempot – Tatu [OFFICIAL], ditonton sebanyak 20.310.706 kali dengan likes sebanyak 116 ribu
5. Didi Kempot – Ambyar [OFFICIAL], ditonton sebanyak 17.018.859 kali dengan likes sebanyak 77 ribu

Selain itu, untuk lebih mengetahui eksistensi musik Campursari Didi Kempot di media komunikasi penulis melakukan observasi terhadap Instagram akun resmi milik Didi Kempot dan beberapa akun penggemar Didi Kempot, yakni @didikempot_official, @sobatambyar, dan

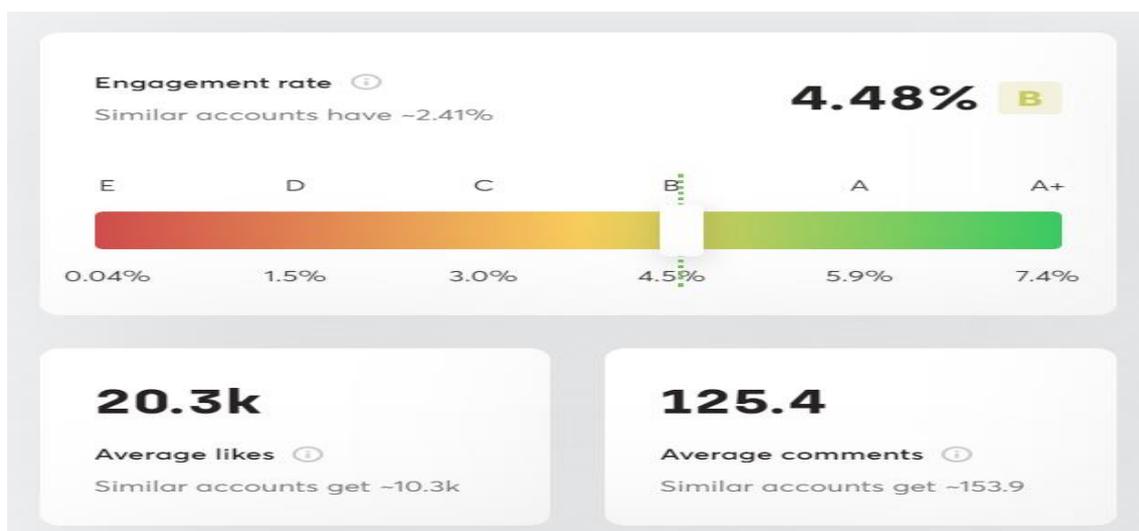
@sobatambyarindonesia. Instagram menjadi salah satu *platform* yang menjadi tempat observasi selanjutnya mengenai objek penelitian. Musisi Didi Kempot memiliki akun resmi pribadi yang saat ini dikelola oleh Tim Komunikasi Digital Didi Kempot bernama @didikempot_official dengan jumlah pengikut sebanyak 455,7 ribu.

Gambar 4. Profil akun @didikempot_official
[Sumber : Instagram]



Melalui observasi yang dilakukan melalui *igblade.com* penulis dapat mengetahui hasil eksistensi dan interaksi yang terjadi dalam akun tersebut. *Engagement rate* akun tersebut per tanggal 17 Agustus 2021 mendapatkan *grade B* dengan jumlah persentase sebesar 4,48%.

Gambar 5. Engagement Rate Instagram @didikempot_official
[Sumber : Igblade]

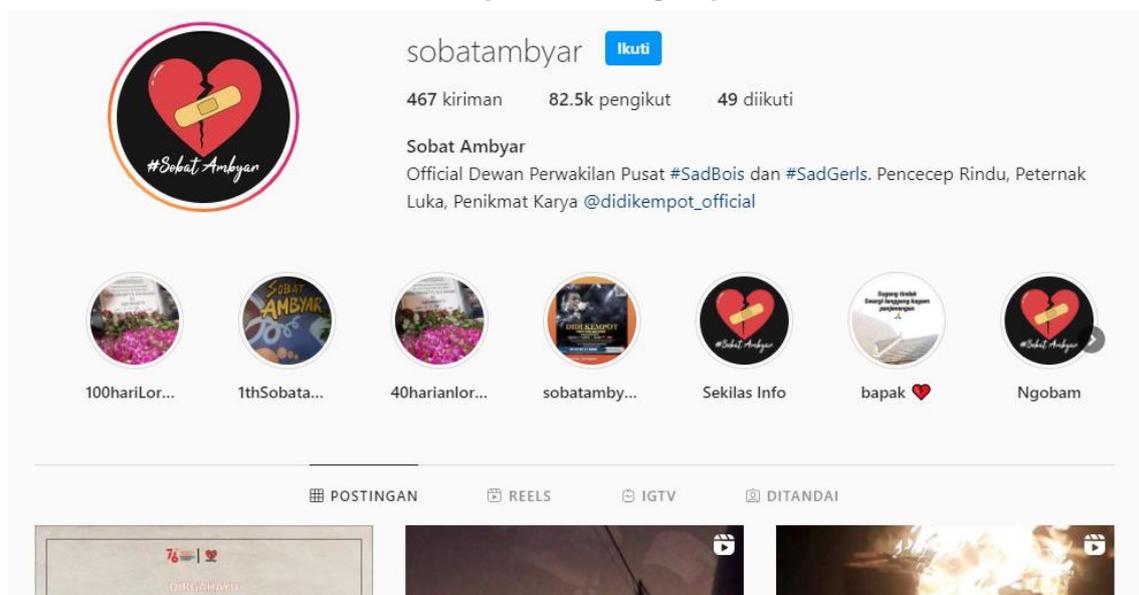


Selain itu, melalui *tools* tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata selama 180 hari terakhir, *likes* terhadap unggahan akun tersebut masih mencapai 20,3 ribu. Serta 125,4 rata-rata interaksi komentar setiap unggahan foto/video dalam akun @didikempot_official selama 180 hari terakhir. Sehingga dengan mendapatkan grade B, bisa disimpulkan bahwa *engagement rate* atau interaksi yang terjadi dalam akun tersebut masih terbilang baik walaupun saat ini telah dikelola oleh Tim Komunikasi Digital Didi Kempot.

Namun ternyata eksistensi akun Instagram tersebut sudah mulai menurun setelah kepergian sang pemilik, yaitu Didi Kempot. Puncak jumlah pengikut atau *followers* terbanyak terjadi pada bulan Juni 2020. Dimana waktu tersebut merupakan satu bulan setelah kepergian sang maestro Didi Kempot. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa saat itu informasi meninggalnya Didi Kempot menjadi *highlights* atau perbincangan publik di media sosial Instagram. Walau begitu, penurunan jumlah pengikut dan interaksi akun tidak terjadi secara drastis melalui data yang diunggah pada *igblade.com* pada tanggal 17 Agustus 2021.

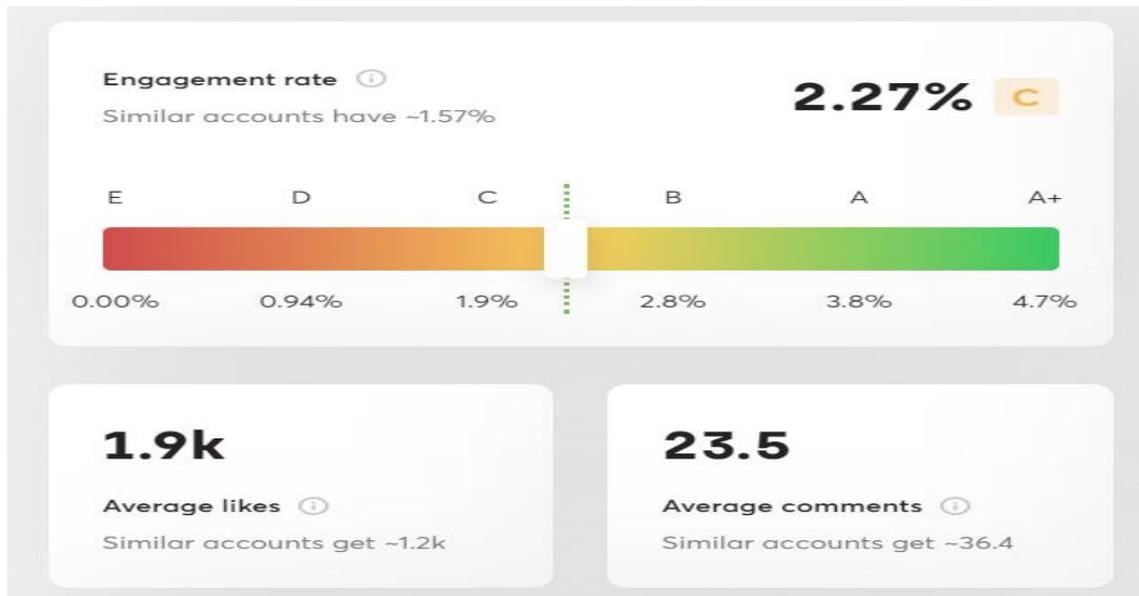
Observasi melalui akun Instagram selanjutnya dilakukan terhadap akun komunitas virtual penggemar Didi Kempot, yakni Sobat Ambyar dengan nama akun @sobatambyar. Akun tersebut memiliki jumlah pengikut sebesar 82,7 ribu akun dengan jumlah postingan 466 foto/video. Berdasarkan data yang diunduh melalui *igblade.com* rataan *Engagement Rate* akun tersebut berada di grade C dengan jumlah persentase sebesar 2,27%. Walau begitu, hingga kini akun tersebut masih aktif dalam mengunggah postingan melalui *feed* maupun *story*. Selain itu *engagement rate* rataan *likes* dan komentar selama 180 hari terakhir terjadi sebesar 1,9 ribu untuk *likes* dan sebesar 23,5 untuk komentar.

Gambar 6. Profil Instagram @sobatambyar
[Sumber : Instagram]



Penulis memilih akun tersebut karena, menjadi akun *business* yang mendukung dan merupakan komunitas virtual penggemar Didi Kempot yang disebut Sobat Ambyar. Dalam *biography* akun tersebut memberikan keterangan “Official Dewan Perwakilan Pusat #SadBois dan #SadGerls. Pencecep Rindu, Peternak Luka, Penikmat Karya @didikempot_official”.

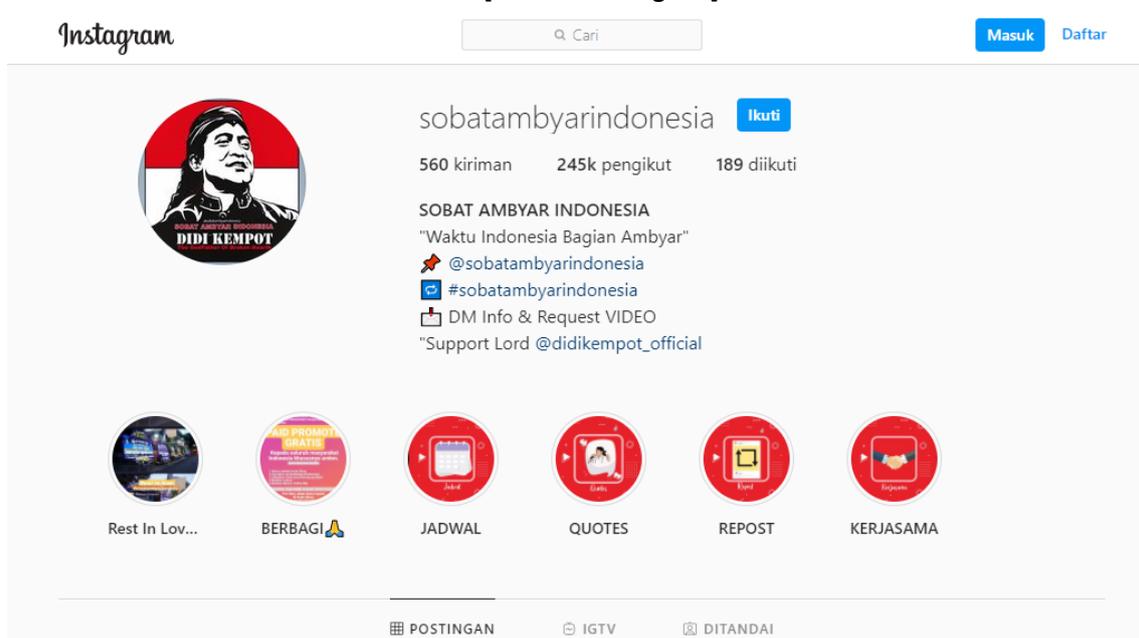
Gambar 7. Engagement Rate Instagram @sobatambyar
[Sumber : Iglblade]



Data yang sama juga diperoleh pada akun tersebut, dengan terjadi penurunan pengikut pada akun tersebut. Sama halnya dengan akun @didikempot_official, akun @sobatambyar juga terjadi penurunan secara terus menerus setelah bulan Juni 2020. Akun penggemar Didi Kempot tersebut pernah mencapai puncak jumlah pengikut sebesar 91,1 ribu pada bulan Juni 2020.

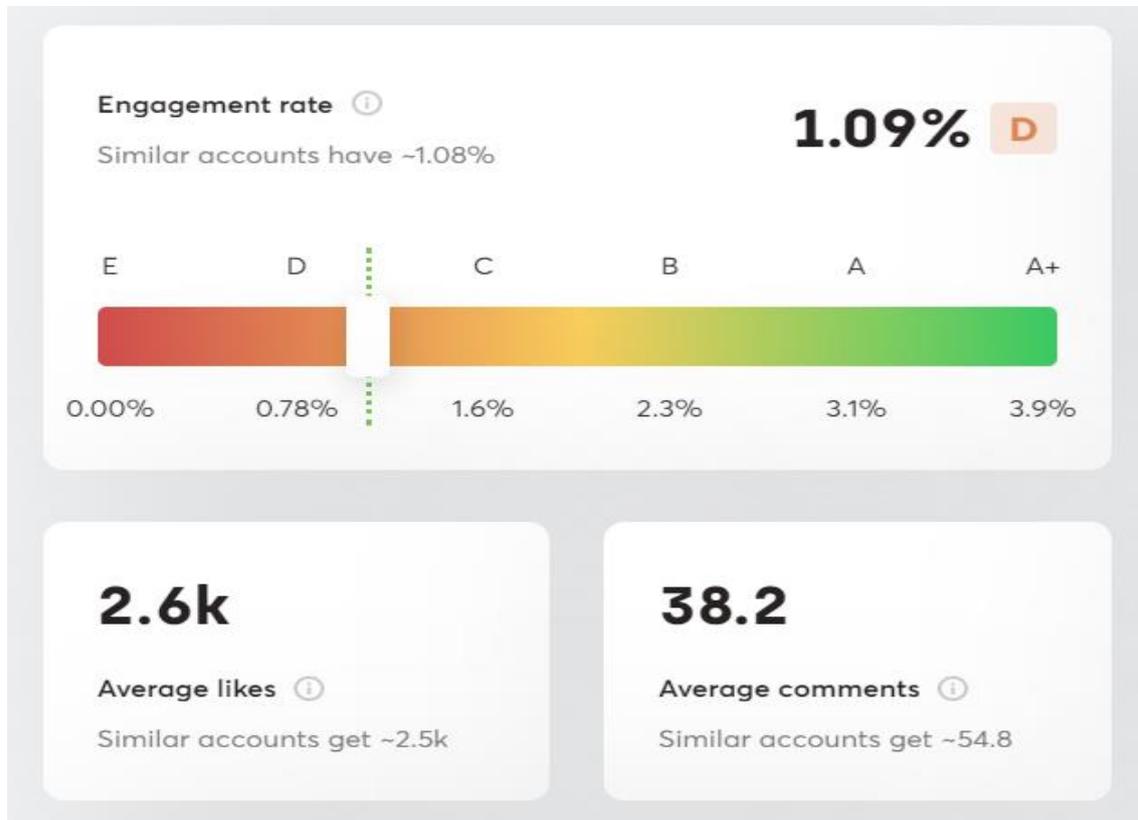
Observasi selanjutnya dilakukan pengamatan terhadap akun penggemar Didi Kempot lainnya yang juga merupakan komunitas virtual Sobat Ambyar, akun tersebut bernama @sobatambyarindonesia. Akun tersebut memiliki pengikut lebih tinggi dari akun @sobatambyar, yakni sebesar 245,9 ribu pengikut. Akun tersebut memberikan keterangan dalam *biography* bahwa @sobatambyarindonesia "Support Lord @didikempot_official".

Gambar 8. Profil Instagram @sobatambyarindonesia
[Sumber : Instagram]



Untuk memperdalam informasi maka penulis masih melakukan observasi melalui *tools igblade.com*. Data diperoleh pada tanggal 17 Agustus 2021 dengan menunjukkan *engagement rate* berada di grade D dengan persentase 1,09%. Rata-rata *likes* dan interaksi komentar selama 180 hari terakhir berjumlah 2,6 ribu *likes* dan 38,2 komentar.

Gambar 9. Engagement Rate Instagram @sobatambyarindonesia
[Sumber : Igblade]



Selain itu, sama halnya dengan 2 akun observasi sebelumnya, akun @sobatambyarindonesia juga mengalami penurunan secara terus menerus setelah kepergian Didi Kempot pada bulan Mei 2020. Akun @sobatambyarindonesia pernah berada di puncak pengikut tertinggi dengan jumlah 282,1 ribu pengikut pada awal Juni 2020.

Data selanjutnya di observasi untuk mengetahui komentar positif dan negatif dalam 5 video terpopuler video klip Didi Kempot Official Channel. Berdasarkan data di atas, penulis melakukan pencarian data tersebut untuk mengetahui perilaku interaksi yang terjadi di media komunikasi, khususnya Youtube. Sebanyak 2.500 komentar berhasil diunduh di setiap video klip melalui *tools* yang bernama Netlytic.

Netlytic merupakan sebuah *platform* berbasis *website* yang bisa digunakan untuk mengambil data komentar, *like*, *comment* dalam suatu video di YouTube. Data dapat diunduh melalui *link* yang kemudian berhasil mendapatkan 2.500 data komentar video klip Didi Kempot. Data tersebut kemudian dianalisis melalui *text preprocessing* untuk mendapatkan klasifikasi analisis sentimen. Penulis mengambil 100 komentar sebagai *sampling data* yang dianalisis berdasar top 100 komentar terbaru untuk mengetahui eksistensi perilaku interaksi masyarakat terhadap musik Campursari 'Didi Kempot'.

Gambar 10. Data Komentar Video Klip Lagu Didi Kempot
[Sumber : Data Pribadi]

ID	author	description	guid	to	likecount	link	pubdate	replycount	title	authorChannelUrl
1	tarian anak c	Mari sobat ar	UgxvURkR3GsEs4EYF4	0	https://www.y	2021-07-13	0	0	Mari sobat ar	http://www.youtube.com/channel/UC6elu7eD0-s57RJOED17w
2	Dimas Seto	Semoga Khui	UgwywPsfUjCck7p94Aa	0	https://www.y	2021-07-13	0	0	Semoga Khui	http://www.youtube.com/channel/UC4ikZhgTxBGimxiRqzsy7g
3	Zidna Lucky	Apik tenanje	UgyFJ6cImxd25iqDVE14Aa	0	https://www.y	2021-07-12	0	0	Apik tenanje	http://www.youtube.com/channel/UCnANTB788uzGQF-2oOwVLA
4	Reza Wanor	Udh 11-Jul-21	UgxwFLXRO4AsJT9x06R4	1	https://www.y	2021-07-11	0	0	Udh 11-Jul-21	http://www.youtube.com/channel/UC1cD0YuG_iU4RkAmfNeBs_g
5	Bemabas	Abi Sedih lagunya	Ugz2H5ap4Dn4GhOUTB54	0	https://www.y	2021-10-10	0	0	Sedih lagunya	http://www.youtube.com/channel/UCRk-gmrcqz7Np6GkRvvg
6	Radhitya Ima	Jadi keinget	Ugz2_ewVAILGpD94A	0	https://www.y	2021-07-09	2	0	Jadi keinget	http://www.youtube.com/channel/UCILxfsqgl_8pxeYQw-CD3w
7	Anti Sunda E	Dionisius Pra	UgwsuPwMYxKl8aJA4	0	https://www.y	2021-07-09	0	0	Dionisius Pra	http://www.youtube.com/channel/UCgCzIU-P04Ez5z6tami
8	Adiba Sakila	Perbuatan ba	Ugx1NuLmSpUcV9eFI4A	0	https://www.y	2021-07-09	0	0	Perbuatan ba	http://www.youtube.com/channel/UCmLVggGvZ5xw2ZkOS8S8A
9	Gombong Ke	Aminn	Ugy99ajwjsP4sQ4-x4Aa	0	https://www.y	2021-07-09	0	0	Aminn	http://www.youtube.com/channel/UCauOcWTV_JWgE5YTS-MNLLUw
10	Gombong Ke		Ugzg7BR5WRMnS_Cu3R	0	https://www.y	2021-07-09	0	0		http://www.youtube.com/channel/UCauOcWTV_JWgE5YTS-MNLLUw
11	Siti Fatimah	Tak tenergi tu	Ugx5tBwBNw-9pQl0B4Aa	0	https://www.y	2021-07-08	1	0	Tak tenergi tu	http://www.youtube.com/channel/UCB7Zy9YXD3OyRZDP8K7nwa
12	Andi Prasetyo	7 7 2021	Ugy6W03qz_6vkH3Q954	0	https://www.y	2021-07-07	0	0	7 7 2021	http://www.youtube.com/channel/UCBjOp_h-x9NDN4NyJ-2H-1fw
13	Navizha Sireq	Alfatihah	Ugy7XqVMKCGz-voAsh4A	1	https://www.y	2021-07-06	0	0	Alfatihah	http://www.youtube.com/channel/UC653akAhYUvThUyR8g8Jpg
14	winda minil	Smoga almar	Ugy18M4oerDFuR94A	0	https://www.y	2021-07-04	2	0	Smoga almar	http://www.youtube.com/channel/UC-32W4eYLPETX3K3K3Rnc0Q
15	Widi 29	wah kangen	Ugy0RkC4P0gglump4A	0	https://www.y	2021-07-03	2	0	wah kangen	http://www.youtube.com/channel/UCORzVTK7zAb3_CzfkzKkg
16	Loucius Stri	GO BACK I	UgzGTSEtuo_aLJTS02A	1	https://www.y	2021-07-03	0	0	GO BACK I	http://www.youtube.com/channel/UCBjYvXXm9VUL-ScziUR0BCg
17	Noab Starrs	02-07-2021	B Ugygrx-TUsmGHuS3n4N4	2	https://www.y	2021-07-02	0	0	02-07-2021 B	http://www.youtube.com/channel/UCUkluoYDnFkVnQz6MgUg
18	herbert Limb	Tansah keling	UgxzPmslH02c2G9qX5A	1	https://www.y	2021-07-01	1	0	Tansah keling	http://www.youtube.com/channel/UCK8OoRvq88p6M-Zk6pScc9Q
19	Acidwee Bas	Ikut nyimak	UgzL2sopU8NTeupA4Aa	0	https://www.y	2021-07-01	0	0	Ikut nyimak	http://www.youtube.com/channel/UCohV4SaQdkhYzZJ7Ja289uw
20	Rasmusm Parc	mantep pkoe	UgwsqcsUHF-uQxqVBD4	0	https://www.y	2021-06-30	0	0	mantep pkoe	http://www.youtube.com/channel/UCJu0-H4Wep5w2cXNziig
21	Intan Siti Sun	Kangen mas	UgwxzVW2nl-wGApO14	1	https://www.y	2021-06-29	1	0	Kangen mas	http://www.youtube.com/channel/UCbqjTAb4AJOLDe8IDVw
22	Nely Ahmad	Oke banget	UgwhUUGKp-M6cF0Jmp4	0	https://www.y	2021-06-29	2	0	Oke banget	http://www.youtube.com/channel/UCNq_VWg6z7VJ6xENTa8Aw
23	mingga pram	Selamat Jala	Ugvg904yKw9KRp4	0	https://www.y	2021-06-29	0	0	Selamat Jala	http://www.youtube.com/channel/UCyqWfT5SS7FexWLLW39KvG
24	Achida Achil	I love u pak d	UgvyVcs9ghTDPvZC14A	0	https://www.y	2021-06-27	0	0	I love u pak d	http://www.youtube.com/channel/UCChyTzcl2qIhRMJET28ag
25	Siti salima Si	Kalau ada ha	UgycHsTjyzKhwgScq4A	0	https://www.y	2021-06-26	2	0	Kalau ada ha	http://www.youtube.com/channel/UCLSgANPyNy5mR1wLupBQ
26	lqbal Mulana	Ya ka	Ugyv9x856VUW20m94	0	https://www.y	2021-06-25	2	1	Ya ka	http://www.youtube.com/channel/UCTF5Yw6D50MgHl-4M4YwOWS

Data berhasil diperoleh dalam format .xlsx yang diunduh secara otomatis, namun perolehan data terhadap 5 video tersebut dilakukan dalam waktu yang berbeda-beda. Untuk mengetahui klasifikasi opini tersebut, penulis menggunakan cara *text preprocessing* melalui Microsoft Excel 2016. Metode tersebut dilakukan untuk mengolah data yang sebagian besar berbahasa jawa dan seluruhnya menggunakan format penulisan yang tidak baku.

Data komentar video klip Banyu Langit berhasil diunduh pada tanggal 9 Juni 2021, video klip Pamer Bojo berhasil diunduh pada tanggal 13 Juli 2021, video klip Cidro berhasil diunduh pada 9 Agustus 2021, video klip Tatu berhasil diunduh pada 13 Juli 2021, dan video klip Ambyar diunduh pada tanggal 9 Agustus 2021.

Setelah melalui tahap *text preprocessing*, tahap selanjutnya adalah proses *sentiment analysis* menggunakan *Azure Machine Learning* untuk mendapatkan analisis klasifikasi komentar berdasarkan komentar positif, netral, dan negatif.

Azure Machine Learning merupakan salah satu layanan Microsoft Office yang dapat mengolah dan menganalisis data dalam jumlah besar melalui jaringan global. Selain itu, layanan ini mampu memberikan kesimpulan atau hasil menggunakan berbagai algoritma untuk memprediksi hasil data. Setelah mendapatkan hasil *sentiment analysis* yang kita inginkan selanjutnya kita dapat melakukan pengklasifikasian data menggunakan Bahasa *python* dengan *tools* Jupyter Notebook. Jupyter Notebook merupakan sebuah platform untuk membuat dan berbagi dokumen interaktif yang berisi *live code*, persamaan, dan visualisasi hasil analisis data komentar.

Tabel 1. Hasil Analisis Video Klip Didi Kempot
[Sumber : Data Pribadi]

No.	Judul Lagu	Komentar		
		Positif	Negatif	Netral
1	Banyu Langit	76	11	13
2	Pamer Bojo	57	27	16
3	Cidro	65	18	17
4	Tatu	71	18	11
5	Ambyar	71	10	19



Berdasarkan hasil analisis komentar tersebut dapat diketahui bahwa interaksi yang dilakukan oleh masyarakat masih terjadi hingga saat ini. Walaupun video-video tersebut sudah bertahun-tahun diunggah, namun karya Didi Kempot masih eksis hingga saat ini. Interaksi yang terjadi dalam media sosial YouTube tersebut, khususnya video klip Didi Kempot sebagian besar diklasifikasikan sebagai komentar positif sehingga bisa dikatakan bahwa lagu Didi Kempot diterima oleh masyarakat.

Selain itu, observasi dilakukan juga terhadap video-video mengenai Didi Kempot, salah satunya ketika Didi Kempot menjadi bintang tamu di salah satu acara talkshow televisi swasta yang videonya diunggah melalui KOMPAS TV Channel, dengan judul Patah Hati, Jogetin Aja! | Didi Kempot The Godfather of Broken Heart - ROSI (5) (Silalahi, 2019). Penulis berhasil mendapatkan pendapat oleh salah satu bintang tamu lainnya, yakni Frans Sartono (Wartawan Senior Kompas). Menurut beliau, adanya media sosial mampu mempengaruhi eksistensi Didi Kempot. Frans Sartono juga memberikan pendapat bahwa musik campursari Didi Kempot berhasil membuat kaum milenial dan generasi muda menjadi suka terhadap karyanya.

Video-video hasil rekaman *cover* ataupun *remake* oleh penyanyi dan musisi Indonesia terhadap lagu Didi Kempot pun masih dapat ditemukan di *platform* Instagram dan Youtube. Munculnya penyanyi dan musisi-musisi baru yang membawakan konsep genre Campursari dan Pop Jawa mampu membuat masyarakat semakin senang dan memengaruhi eksistensi Campursari yang terus bertahan.

Data juga diperoleh penulis melalui hasil wawancara pada tanggal 20 Agustus 2021 dengan informan bernama Arif Setiawan yang juga bekerja sebagai penyiar radio, guru pendidik, dan juga budayawan mengenai budaya-budaya Indonesia. Beliau menjelaskan bahwa media memiliki peranan penting dalam eksistensi kembali Didi Kempot di dunia musik Indonesia. Menurutnya, Didi Kempot juga mampu memberikan situasi emosional seseorang untuk masuk dan memahami musik-musik karyanya. Maka dari itu, lagu-lagu yang sebagian besar Didi Kempot ciptakan mampu dirasakan dan dinikmati masyarakat.

Lagu-lagu karya Didi Kempot sebagian besar juga memiliki arti penafsiran lirik yang sedih atau terpuruk. Namun kehebatan Didi Kempot menurut informan yakni mampu memengaruhi *audience* atau masyarakat bangkit dari sedih dan jatuh terpuruk dengan menikmati lagunya dengan suasana senang hati yang kerap kali digaungkan dimasyarakat dengan adanya istilah “patah hati jogetin aja”. Sehingga menurut informan Didi Kempot mampu berhasil mengubah konotasi “ambyar” yang memiliki arti hancur dan bersifat negatif sebagai konotasi kata yang positif.

Informan juga menambahkan bahwa seluruh kalangan masyarakat perlu memanfaatkan dan melestarikan budaya Campursari. Sehingga regenerasi yang disebutnya sebagai siklus seni Campursari dapat terus berjalan. Sehingga informan juga berharap musisi penerus Didi Kempot dapat terus berkarya secara kreatif dan memanfaatkan media sebagai wadah potensial pelestarian seni musik Campursari itu sendiri. Dengan mengikuti zaman yang terus berubah diharapkan eksistensi seni musik Campursari dapat terus bertahan di tengah kemajuan teknologi.

Selain itu, pemerintah sebagai fasilitator juga harus mampu memberikan kemudahan akses dan peningkatan secara kuantitatif jumlah penyajian seni asli Indonesia di media komunikasi. Sehingga, masyarakat dapat menikmati seni tersebut dengan mudah dan tidak berbayar.

4 Simpulan

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa eksistensi seni daerah khususnya musik Campursari ‘Didi Kempot’ masih populer di kalangan masyarakat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis data yang diunduh dari kanal YouTube Didi Kempot Official Channel serta 3 akun Instagram @didikempot_official, @sobatambyar, dan @sobatambyarindonesia. Analisis menunjukkan masih adanya interaksi dan keaktifan pada akun tersebut yang ditandai dengan perolehan *engagement rate*. Selain itu, citra baik akan musik daerah seperti Campursari dapat diterima di masyarakat dengan

pengolahan data komentar di Youtube yang dominan positif. Maka dari itu, adanya media komunikasi yang membuat masyarakat masih bisa menikmati karya Didi Kempot secara terus menerus. Video-video *liveshow* Didi Kempot pun selalu terlihat ramai dihadiri masyarakat.

Selain itu, para musisi dan penyanyi Indonesia juga turut serta terus melestarikan karya Didi Kempot melalui rekaman *cover* maupun saat *liveshow* secara on-air ataupun off-air. Maka tidak bisa dipungkiri bahwa lagu-lagu Didi Kempot masih bisa dinikmati masyarakat hingga saat ini. Walau begitu, perbincangan publik terhadap Didi Kempot secara intens sudah menurun berdasarkan grafik dan perolehan hasil *grade* pada *engagement rate* 3 objek akun Instagram yang tidak menunjukkan hasil *grade* maksimal. Tentu dengan meninggalnya legenda Campursari Indonesia tersebut, membuat interaksi secara langsung antara Didi Kempot dan penggemarnya sudah tidak bisa terjadi. Hal tersebut yang membuat eksistensi musik campursari 'Didi Kempot' sudah tidak menjadi *trendsetter* masyarakat.

Penulis juga berhasil menemukan bahwa media komunikasi memberikan pengaruh terhadap masyarakat memberikan opini atau pendapatnya terhadap musik Campursari Didi Kempot. Selain itu, ungkapan dan tingkah laku secara emosional dapat diungkapkan melalui teks dan pesan. Dengan adanya kemajuan zaman dan teknologi media komunikasi seperti saat ini, komunikasi maupun tempat untuk berkarya dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Sehingga, diharapkan dengan adanya penelitian para musisi campursari penerus Didi Kempot dapat memanfaatkan media komunikasi dengan baik dan tepat untuk terus menjaga kelestarian budaya daerah asli Indonesia.

Referensi

- Ariefyanto, M. I. (2012). *Perkembangan Media Massa di Indonesia*. Republika.Co.Id.
- Azman. (2018). Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi. *Jurnal Peurawi*, 1(1), 1–13.
- Flores, V. A., Jasa, L., & Linawati, L. (2020). Analisis Sentimen untuk Mengetahui Kelemahan dan Kelebihan Pesaing Bisnis Rumah Makan Berdasarkan Komentar Positif dan Negatif di Instagram. *Majalah Ilmiah Teknologi Elektro*, 19(1), 49. <https://doi.org/10.24843/mite.2020.v19i01.p07>
- Nugraha, B., & Akbar, M. F. (2018). Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 95–101.
- Prasetyo, I. (2016). Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Kredibilitas Pemimpin Simbolik Keagamaan. *Jurnal Komunikasi Untar*, 8(2), 159–169.
- Putri, Y. A., & Parani, R. (2020). *Makna Ambyar Sebagai Bentuk Penguatan Solidaritas Komunitas Pendukung Didi Kempot*. 8, 1–15.
- Ratih, N. (2020). *Setengah Tahun Kepergian Didi Kempot, Yan Vellia Kembali Bawa Kabar Duka: Kami Mempunyai Kenangan Dekat*. Nova.Grid.Id.
- Rorimpandey, P. A., & Kalangi, J. S. (2016). Perilaku Komunikasi Mahasiswa Pengguna Sosial Media Path. *Acta Diurna*, 5(3).
- Sari, R. P., & Suprihatin. (2020). Akulturasi Budaya Pada Komunitas Virtual "Sobat Ambyar." *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 8(1), 25–36. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i1.15058>
- Sembiring, I. G. N. (2020). *Awal Mula Didi Kempot Populer di Generasi Milenial*. Kompas.Com.
- Silalahi, R. (2019). *Patah Hati, Jogetin Aja! | Didi Kempot The Godfather of Broken Heart - ROSI* (5). Kompas TV Channel.
- Sjafirah, N. A., & Prasanti, D. (2016). Penggunaan Media Komunikasi dalam Eksistensi Budaya Lokal bagi Komunitas Tanah Aksara. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi, Volume* 6(2), 39–50.
- Sulistyo, E. (2020). *Sobat Ambyar dan Nasionalisme Multikultural*. Beritasatu.Com.
- Trisilowaty, D. (2017). Eksistensi dan Identitas di Media Baru. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 86–92. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21107/ilkom.v11i1.2837> EKSISTENSI

Putra, NS., Nurrohim, N., Nuryana, I., & Pramudi, YTC., (2022). Didi Kempot's Campursari Songs: the Existence and the Effect of Communication Media. *LITE: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya* 18 (1), 12-26. <https://doi.org/10.33633/lite.v18il.5386>

Wahyuni, T. (2019). *Didi Kempot, Senandung Lara dan Bapak Patah Hati Nasional*. Cnnindonesia.Com.

Yuliani, T. (2019). *Didi Kempot, Senandung Lara dan Bapak Patah Hati Nasional*. Cnnindonesia.Com.