

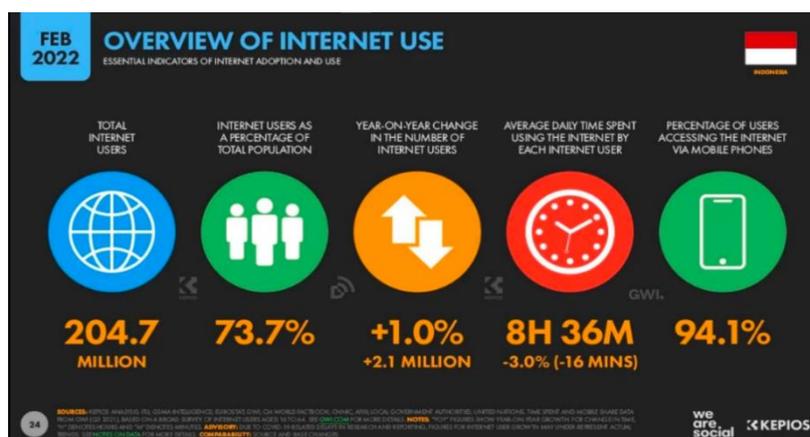
BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini segalanya membutuhkan jaringan internet, baik itu untuk terkoneksi dengan satu sama lain, sebagai media untuk mengakses fasilitas publik dan juga hiburan bagi masyarakat. Sangat lazim ditemui oleh kita semua di dalam masyarakat sosial kota tiap individu atau orang pasti mempunyai satu atau lebih alat komunikasi yang tercipta dengan adanya perkembangan teknologi, salah satu contohnya adalah *smartphone* baik yang berbasis *operating system* android, windows mobile hingga IOS semuanya terhubung atau terkoneksi dengan internet. Masyarakat sosial di kota besar khususnya, hampir selalu menggunakan internet dalam melakukan interaksi komunikasi mulai dari komunikasi pribadi atau personal hingga komunikasi secara formal semuanya selalu didukung dengan adanya jaringan internet, bahkan muncul istilah “*Communication always on your hand*” (Kristiyono, 2015).

Gambar 1 Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: (WeAreSocial, 2022)

Keadaan di Indonesia dengan gambar di atas ini menginformasikan bahwa penggunaan internet di masyarakatnya terbilang sangat besar dengan angka 204.7

Juta, dimana hal itu merupakan 73.7 persen dari total populasi dengan satu persen perkembangan pertahun. Selain itu angka penggunaan internet per tahunnya bertambah 1 persen dengan rata-rata penggunaan di masyarakatnya sekitar 8 jam per hari. Angka ini membuktikan bahwa internet sudah menjadi bagian besar dan penting dalam kehidupan berkomunikasi di Indonesia.

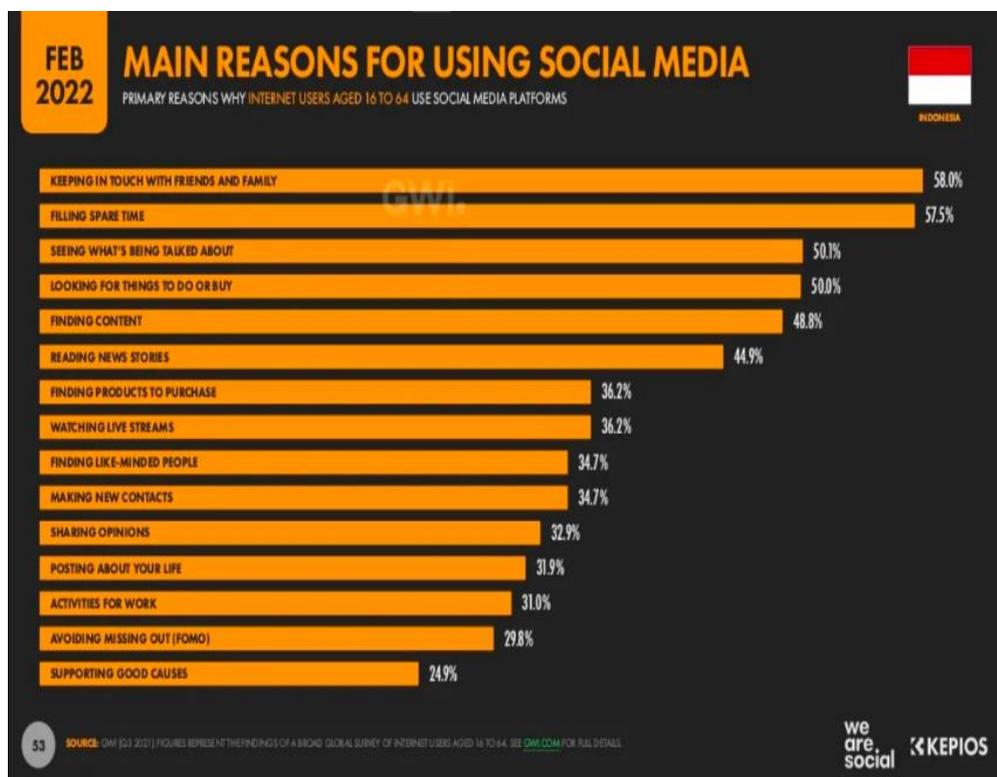
Komunikasi dapat dikatakan mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, sebagai makhluk sosial terdapat kebutuhan naluriah untuk melakukan kegiatan bersosialisasi dan melakukan interaksi dengan manusia lain, baik secara individu maupun komunitas. Ada banyak cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan mengungkapkan pendapat, salah satunya melalui pemanfaatan media massa sebagai sarana komunikasi. Komunikasi, dalam prosesnya sendiri terbagi kedalam beberapa jenis yaitu komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, komunikasi lisan dan tertulis, komunikasi simbolik, komunikasi interpersonal, juga komunikasi publik dan yang terakhir komunikasi massa (Chaniago, 2020).

Kemunculan dan perkembangan Internet telah membawa masyarakat dengan komunikasi baru. Munculnya internet sudah banyak mengubah cara komunikasi di berbagai kalangan masyarakat, menjadikan komunikasi tidak terbatas oleh jarak, waktu dan ruang. Secara sadar maupun tidak, media social sudah menyatu dengan realita berkehidupan saat sekarang ini. Berkat kemampuan internet kian murah serta mudah memberikan kontribusi dan dampak yang tidak terbatas kepada para pengguna-nya di ranah virtual. Bisa dikatakan, para pengguna (*user*) menjadi sangat tergantung dengan media online dengan demikian secara tidak langsung media *offline* pun ikut menyatu (Boellstroff, 2012).

Penggunaan Media Sosial di Indonesia lebih banyak dikarenakan untuk tetap saling berkomunikasi dengan keluarga maupun teman sebanyak 58%. Tidak hanya itu, alasan lain menggunakan media sosial juga dilihat untuk mengisi waktu luang yang berdasarkan hasil We Are Social menunjukkan 57,5%. Tentu saja hal tersebut, berkaitan dengan bagaimana cara manusia berkomunikasi semakin berkembang dan memiliki banyak gaya baru dalam penerapannya. Media social disini dapat mengurangi perbedaan stratifikasi yang seringkali menjadi faktor komunikasi terhambat. Dengan munculnya YouTube, WhatsApp, Twitter, Facebook, Google+

dan lain-lain, orang dapat berkomunikasi satu sama lain tanpa harus bertemu. Banyak contoh fenomena penggunaan media sosial seperti, meng-*update status* aktivitas terkini dalam sehari-hari, mengunggah foto atau gambar pribadi dan gambar menarik untuk dibagikan dalam laman media sosial, hingga menonton video konten hiburan dan mendengarkan lagu favorit. Seluruh penjelasan terdapat dalam gambar di bawah ini:

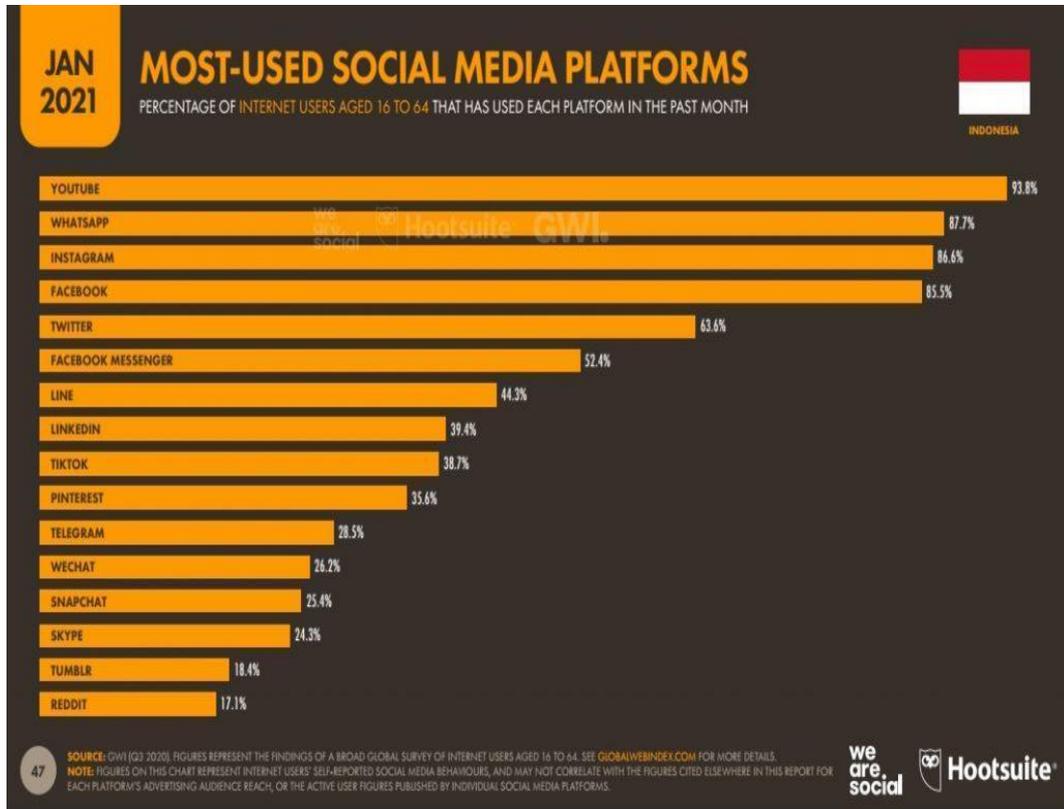
Gambar 2 Alasan Mengapa Menggunakan Media Sosial



Sumber: (WeAreSocial, 2022)

Bahkan tanpa kita sadari, dengan segala perkembangan teknologi yang terjadi kini masyarakat telah memasuki era *society* 5.0, yang ditunjukkan dalam menyatukan dunia nyata dengan dunia maya agar dapat mengubah segala hal lebih menjadi ringan, hingga berdampak pada berbagai disiplin ilmu termasuk industri, ekonomi dan pemerintahan. Kemajuan ini membuat ruang lingkup dan dialog menjadi lebih luas dan lebih mudah, bahkan perkembangannya menyebabkan perubahan perilaku, budaya, dan cara masyarakat bersosialisasi.

Gambar 3 Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia



Sumber: (WeAreSocial, 2022)

Berkaitan dengan perubahan perilaku dan budaya masyarakat, salah satunya adalah dalam industri hiburan, dalam sehari-harinya kalangan kita menggunakan media social serta internet sebagai sarana untuk menghibur diri dikala penat akan aktivitas keseharian mereka. Melalui tabel diatas dapat dilihat bahwa youtube disebut sebagai media sosial yang sering digunakan di Indonesia. Perkembangan teknologi yang membawa *youtube* menjadi kebiasaan atau bahkan budaya baru bagi masyarakat memberikan dampak yang cukup besar terhadap perkembangan musik di Indonesia. Banyak musisi yang menjadi terkenal dengan karya-karyanya melalui youtube sebagai media pilihan utama mereka, baik untuk apresiasi, promosi dan juga konsumsi (Naser, 2019). Melalui keadaan tersebut terjadi perubahan yang signifikan dalam kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media hiburan dalam kesehariannya, beralih dari media konvensional seperti televisi, radio, dan koran ke media digital yaitu *gadget* atau sekarang lumrah kita sebut sebagai *smartphone*,

Putut Aji Setio Nugroho, 2022

STUDY NETNOGRAFI VIRALITAS LAGU MENDUNG TANPO UDAN NDARBOY GENK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

yang sangat multifungsi dimana segalanya dapat dicapai dan diakses melalui *smartphone*.

Sebagai salah satu bentuk hiburan, musik sudah menjadi bagian dari masyarakat merupakan seni yang tercipta guna memberikan kenyamanan dalam diri dan mengaitkan emosi terhadap lagu, pola dan proses kreatifnya pun ikut berkembang beriringan dengan perkembangan zaman. Salah satu konten musik yang tidak diragukan lagi telah mengambil ketenaran di media sosial adalah musik yang menjadi hiburan bagi anak muda, sebut saja musik tiktok yang menjadi viral salah satunya adalah lagu Ndar Boy Genk. Musik yang dapat menjadi hiburan baru dan tidak biasa didengarkan sebelumnya, kini menjasi hiburan bagi anak muda (Rajkhowa, 2020). Bidang distribusi, kreasi, produksi dan komersialisasi ikut berubah. Semakin tingginya kreativitas yang dibutuhkan dalam hal produksi maka hal ini juga menuntut agar dapat menuju kearah yang lebih maju. Jika dikaitkan dengan makna yang disampaikan dalam lagu hal ini tentunya berpengaruh juga terhadap bentuk komunikasi yang dilahirkan dari lagu yang ada. Pada kajian sebelumnya disimpulkan bahwa music terdiri dari lirik atau teks dan juga music itu sendiri. Dalam mendengarkan lagu sudak dapat dikatakan juga dengan berkomunikasi. Hal ini terlihat pada elemen yang ada pada lagu yaitu lirik dan juga music. Sehingga muncullah istilah komunikasi musik (Yuliarti, 2015).

Dalam melakukan sosialisasi komunikasi hal ini tentunya berkaitan dengan lirik yang terdapat dalam lagu tersebut. Lirik dan music dapat disampaikan kepada khalayak umum yang selanjutnya dapat dimaknai. Hal ini tentunya akan dapat diturunkan ke generasi yang selanjutnya (Yuliarti, 2015). Sebagai salah satu bentuk media massa maka dalam lagu sendiri terdapat makna yang dapat disampaikan dalam bentuk pesan. Media massa disini dapat dikatakan sangat penting dalam penyebarannya hal ini dikarenakan banyaknya makna yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian media massa dalam hal ini dapat menjadi suatu platform untuk dapat membentuk kreativitas baru masyarakat melalui musik. Dengan banyaknya platform yang dapat mendukung kreativitas seluruh masyarakat tanpa terkecuali semakin mudah, khususnya dalam berkesenian musik, selain mengapresiasi karya musik yang ada tetapi juga untuk mengeksplorasi diri dan

mengunggah karya. Terlepas dari jaminan sukses atau tidak karya yang di unggah pada platform media sosial. fenomena yang menarik untuk dikritisi adalah akun youtube. Terdapat beberapa masalah musik yang menjadi urgensi di era digital (Youtube) yaitu, menyanyikan lagu milik sendiri produksi sendiri pasarkan sendiri, kemudian menyanyikan lagu orang lain produksi dan pasarkan sendiri, lalu menyanyikan lagu sendiri produksi dan dipasarkan oleh orang lain (Produser) dan terakhir menyanyikan lagu orang lain (*cover*) produksi dan pasarkan oleh orang lain. Permasalahan musik di era digital tersebut bisa saja sukses, bisa juga gagal. Namun, apabila dilihat bahwa menyanyikan lagi orang lain justru memiliki potensi yang lebih besar dan terbukti banyak yang sukses melalui lagu tersebut, hal ini dapat dikatakan demikian karena mengcover lagu sama saja seperti mendaur ulang lagu dengan ciri khas yang lebih bisa diterima di masyarakat (SICMA, 2021). Salah satu cover lagu yang sukses daripada lagu milik aslinya yaitu sebut saja lagu Ndarboy Genk dengan judul *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* dengan jumlah viewers 63M, sedangkan pemilik lagu aslinya hanya memiliki viewers sebanyak 1,8M.

Ndarboy Genk adalah musisi yang sedang populer diberbagai kalangan akhir-akhir ini. kepopulerannya justru muncul dimasa-masa pandemic seperti saat sekarang ini. Karir musik yang dirintisnya melalui perjalanan yang panjang. Kerap dianggap sebagai sebuah grup, sebenarnya Ndarboy Genk adalah seorang penyanyi solo. Musisi bernama asli Helarius Daru Indrayana itu pada awalnya merintis karir bermusik dibekali hobinya dalam bermusik dan menulis lagu. Pria lulusan Sekolah Menengah Musik Yogyakarta yang kemudian dilanjut dengan berkuliah di jurusan Pendidikan Seni Musik Universitas Negeri Semarang ini telah mencoba berbagai macam genre musik mulai dari menyanyikan lagu pop berbahasa Indonesia, hingga mencoba memasuki skena musik ska saat berkuliah di Semarang, dan faktanya ia sempat menjadi guru ekstrakurikuler di SD bahkan, berjualan pecel lele walaupun tidak dilanjutkan karena tidak laku. Di kala itu, ia sempat kehilangan hasratnya dalam bermusik dan menjadi kurang produktif, sedangkan teman-teman seperjuangannya dalam bermusik, lebih dulu berhasil memasarkan karyanya di pasar musik jawa. Tidak ingin tertinggal dengan teman-temannya, Daru kemudian mulai bersemangat kembali untuk menciptakan formula yang ampuh agar dapat memasuki pasar musik jawa saat itu. Daru atau Ndarboy Genk dikenal musisi

dangdut jawa dengan lagu-lagu ciptaannya yang memiliki lirik yang bermakna dalam dan dekat dengan kehidupan manusia sehari-hari, namun tetap ringan yang dipadukan dengan alunan musik yang berdayun merdu membuat karya-karyanya menjadi sangat mudah untuk dinikmati oleh semua kalangan.

Daru pun sesungguhnya memiliki misi tersendiri dalam bermusik yang tidak jauh dari alasannya mengapa memilih musik dangdut jawa sebagai aliran musiknya. Selain karena dangdut merupakan musik asli dari indonesia yang memiliki segmentasi tersendiri, sehingga menjadikan musik dangdut tidak akan pernah ada matinya karena sangat dekat atau bahkan sudah menjadi budaya bangsa indonesia. kemudian juga untuk mengubah atau melepas stigma yang ada, bahwa musik dangdut adalah musik bagi kalangan bawah, terutama anggapan bahwa dangdut koplo itu harus selalu vulgar dan mengandalkan goyangan erotis dalam pertunjukannya. Hal ini pun yang ternyata menjadi misi bersama para musisi dangdut jawa masa kini, Ndarboy Genk dan musisi dangdut jawa yang lain musisi bernama asli Helarius Daru Indrayana pada awalnya menciptakan lagu sendiri, namun tidak sukses. justru ketika mengcover lagu orang lain salah satu nya *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* dan sukses besar.

Seiring waktu, karier musisi bernama asli Helarius Daru Indrayana itu terus melejit. Bahkan dia berkesempatan mengadakan tur album ke beberapa kota di Indonesia. Sebagai musisi yang sekarang tenar, masa lalu Ndarboy ternyata penuh lika-liku. Nama Ndarboy Genk menjadi heboh berkat lagu "*Mendung tanpo udan Ndarboy Genk*". Secara jujur, ia mengatakan kalau lagu itu bukan ciptaannya, melainkan ciptaan sahabatnya, Kukuh Prasetyo Kudamai. Lagu itu rilis pada Januari 2021 dengan versi pop. Pertama kali mendengar lagu itu, hati Ndarboy langsung bergetar karena merasa ada kaitan dengan kisah hidupnya. Karena itulah Ndarboy membujuk Kukuh untuk diberi izin mengaransemen ulang lagu itu dalam versinya sendiri. Pada awalnya Kukuh tidak mengizinkan lagunya dibawakan Ndarboy. Ia berkata pada Ndarboy bahwa ia tak peduli lagunya akan terkenal atau tidak. Namun akhirnya pada Maret 2021, Kukuh memberikan izin Ndarboy untuk mengaransemen lagu ciptaannya. Pada Bulan Juli 2021, Lagu *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* diaransemen dengan versinya Ndarboy Genk. dengan aransemen baru tersebut, lagu *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* dapat diterima oleh

masyarakat. Saat ini, tayangan lagu *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* pada akun NdarBoy telah dilihat oleh lebih dari 60 juta viewer yang tersebar dari seluruh wilayah Indonesia.

Sejak dirilis 5 Juli 2021 oleh penyanyi campursari Ndarboy Genk, popularitas *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* masih terus berada di puncak. Lagu dengan bahasa Jawa ini mampu diterima dengan baik oleh pendengar di Indonesia bahkan sampai ke luar negeri. Boyband NCT Dream baru-baru ini menggunakan lagu tersebut sebagai *backsound* salah satu konten mereka. Tidak hanya itu, grup K-Pop ini juga ikut joget khas lagu *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* dengan begitu lancar dan kompak. Kunci Sukses dari Ndarboy Genk Yaitu, Pertama cara pembawaan mirip Gangnam Style dan K-Pop, kedua Aransemen musik dangdut jawa menjadi lebih modern K-Pop Style dan adanya video clip yang mendukung dan tampilan penyanyinya.

Melakukan netnografi merupakan cara untuk mengulang kembali kenyataan di tengah entitas. Netnografi sebagai metode dalam mengkaji sebuah penelitian merupakan metode yang masih baru, yang masih terus berkembang sejak 20 tahun belakangan ini (Stepanus, 2020). Meski tergolong sebagai metode yang relatif baru dan dalam masih dalam pengembangan, netnografi menawarkan begitu banyak peluang dalam penelitian sosiokultural dengan suatu rangkaian proses dan analitik yang berlaku dan menyeluruh dalam spektrum yang berkaitan secara online. Dengan membudayanya media sosial dalam keseharian masyarakat menjadikan media social seperti instagram, facebook, twitter, dan lainnya menjadi sumber data yang luas sekaligus menarik dalam penelitian menggunakan metode netnografi (Dewatara, 2019). Keadaan yang banyak diketahui dan ditemukan dari media sosial ini dapat menunjukkan bahwa adanya berbagai macam jenis komunikasi yang baru yang ada dikalangan netizen seperti saat sekarang ini, maka komunikasi dapat dengan mudah disebarkan baik melauai like, comments dan subscribe. Istilah-istilah tersebut akan sangat mudah dilihat saat ini (Permana R. , 2019).

Viralitas sebuah konten pada media sosial diketahui dapat dilakukan dengan melalui retweetan dari pengguna sehingga dapat menghasilkan sebuah konten, ini jika media sosialnya adalah twitter, sedangkan Youtube menggunakan kata viral

melalui konten yang diupload dengan jumlah viewers yang terbilang banyak (Himmelboim G. d., 2019). Selain viewers Panjang judul, run-time, kualitas musik juga akan menjadi sebuah penentu video musik dapat viral (West, 2011). Kata viral dapat diartikan sebagai rantai informasi bahwa fitur komunikasi telah tertanam didalam algoritma media sosial. (Abdullah, 2019). Terlepas dari keadaan viralitas juga dapat menjadi tolak ukur dari strategi pemasaran sebuah lagu, namun pada kenyataannya melalui penggunaan platform media sosial tentunya dapat menarik penjualan yang lebih tinggi (George, 2017). Selain itu sebuah konten viral didalam media sosial dengan mempertunjukan budaya sebuah negara diketahui dapat memperkaya media untuk menjaga budaya lokal (Achmad, 2020).

Alasan dalam melakukan penelitian netnografis yaitu karena setiap adanya interaksi yang ada dimasyarakat akan lahir budaya yang baru untuk priode tertentu (Creswell, 1998). Maka penelitian ini memiliki batasan masalah yaitu mengkaji viralitasnya lagu *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* yang dinyanyikan oleh Ndarboy Genk melalui komentar akun Youtube Ndarboy Genk dengan likes terbanyak sebanyak sepuluh narasumber.

I.2 Rumusan Masalah

Melalui berbagai uraian penjelasan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu menjadi “Mengapa lagu *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* yang dinyanyikan oleh Ndarboy Genk menjadi viral di media sosial (Study Netnografi)?”

I.3 Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis memiliki tujuan didalam merealisasikan penelitian ini, yaitu dalam upaya mengkaji mengenai viralitas lagu *Mendung Tanpa Udan* yang dinyanyikan oleh Ndarboy Genk dengan menggunakan studi Netnografi

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian dari tulisan ini diharapkan memiliki manfaat bagi pembaca dari segi akademis dan juga segi manfaat praktis. Beberapa penjabarannya dijelaskan sebagai berikut:

I.4.1 Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan lebih mendalam mengenai bentuk viralitas melalui Studi Netnografi dari musik *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* yang dinyanyikan oleh Ndarboy Genk. Selain itu, jika nantinya terdapat penelitian yang terbilang sejenis mengenai Studi Netnografi dan melalui sebuah Musik, Penelitian ini juga diharapkan menjadi sebuah acuan didalam pembuatannya.

I.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis yang dapat diberikan dari penelitian ini yaitu sebagai penelitian dan juga tulisan yang dapat menjadi sebuah tolak ukur sebuah konten musik karya anak bangsa dapat menjadi viral dimasyarakat.

I.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan yang dapat menjelaskan secara menjelas pembahasan yang akan dibahas mengenai penelitian ini setiap babnya, maka sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini, menjelaskan bagaimana bentuk latar belakang masalah, urgensi, fokus dalam melakukan penelitian. Peneliti menjelaskan adanya penggunaan internet di masyarakatnya terbilang sangat besar, kemudian memperkenalkan Ndarboy Genk hingga lagu miliknya dengan judul *Mendung tanpo udan Ndarboy Genk* yang terbilang viral.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang konsep-konsep dan teori yang berkaitan dengan topik penelitian serta menjelaskan penelitian terdahulu yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode dan sistematika dalam pengumpulan, pengambilan, analisis data, dan teknik keabsahan data serta tabel rencana waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil dan pembahasan yang sudah dijalankan penulis dengan mengaitkan dan dianalisis menggunakan konsep-konsep yang ada

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyimpulkan dan memberikan saran praktis maupun dari segi akademik.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan informasi pendukung mengenai data yang digunakan peneliti dalam melengkapi pengumpulan data-data dari buku, internet, jurnal penelitian terdahulu, dan informasi dari Youtube.