

## **BAB II EKSISTENSI DIDI KEMPOT & KARYA-KARYANYA DI MASYARAKAT**

### **II.1 Didi Kempot**

Dionisius Prasetyo yang lebih dikenal dengan nama Didi Kempot adalah anak kandung dari seniman Mbah Ranto dengan nama asli Ranto Edi Gudel dan mempunyai kakak kandung seorang pelawak kondang Mamiék Prakoso Srimulat (Rahmawati, 2017). Dalam acara Ngobam (Ngobrol Bareng Musisi) yang diselenggarakan oleh *Youtuber* Gofar Hilman, Didi Kempot mengawali karirnya dengan mengamen bersama teman-temannya di Kota Surakarta dan tahun 1984. Tergabung dalam Kelompok Penyanyi Trotoar yang disingkat Kempot selama 2 tahun dan nama Kempot telah menjadi nama panggung hingga saat ini.



Gambar II. 2 Wawancara Didi Kempot  
Sumber: <https://bit.ly/wawancaradidikempot>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

Didi Kempot mengeluarkan album pertamanya pada tahun 1989 namun tidak cukup sukses, kemudian mengeluarkan album lagi di tahun 1991 dengan lagu andalannya yaitu “Cidro”. Sejak saat itu nama Didi Kempot dikenal dan mulai muncul di televisi nasional membawakan lagu campursari (Rahmawati, 2017, h.33). Tahun 1993 pertama kalinya bernyanyi di Belanda dan Suriname yang sebagian warganya keturunan Jawa. Didi Kempot juga menciptakan lagu berbahasa Suriname dengan judul “Angrie Foe Joe”. Pada tahun 2000an Didi Kempot merilis album kompilasi yang berisi kumpulan lagu yang pernah hits dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, dalam rentang waktu 1990-2000an. Lagu-lagu tersebut antara lain, “Sewu Kutho”, “Terminal Tirtonadi”, “Sekonyong-konyong Koder”, dan “Parangtritis”.

Banyak lagu-lagu yang ditulis Didi Kempot dengan sengaja mengisahkan tentang patah hati. Patah hati merupakan pengalaman pribadinya saat usia 14 tahun dan semua orang pasti pernah mengalaminya. Dipilihnya nama-nama tempat menjadi judul dan lirik lagunya supaya merasa lebih dekat dengan masyarakat, yang pernah mengalami patah hati di tempat seperti Stasiun Balapan di Solo, Pantai Klayar di daerah Pacitan, Terminal Tirtonadi Solo, Gunung Api Purba Nglanggeran dan Malioboro yang ada di Yogyakarta (Prasetyo, 2019).

### **II.1.1 Fenomena Sobat Ambyar**

Salah satu penghargaan terbesar yang Didi Kempot terima adalah saat lagu-lagunya diterima, dikenal, dan dihafal oleh anak-anak muda. Menurut Rahmawati (2017), Didi Kempot mempunyai faktor internal dan eksternal yang membuat Didi Kempot selalu konsisten dalam bermusik. Faktor tersebut meliputi faktor internal yang mempunyai kepedulian terhadap budaya tradisional, dikarenakan hidup dalam keluarga seniman. Faktor selanjutnya adalah eksternal, faktor tersebut datang dari orang-orang yang telah mendukung karirnya sebagai seniman, dari orang tersebut muncul “Kempoters” yang sekarang menjadi “Sobat Ambyar”.

Fenomena “Sobat Ambyar” muncul melalui sebuah acara yang diadakan Rumah Blogger Indonesia di Surakarta pada pertengahan Juni 2019. Didi Kempot mendapat julukan “*The Godfather of Broken Heart*” setelah seorang pengguna Twitter @agusmagelangan bernama Agus Mulyadi membuat julukan “*The Godfather of Broken Heart*” adalah Didi Kempot. Tulisan tersebut menjadi viral dan mendapat banyak respon dari anak muda. Banyak yang membicarakan video reaksi penonton Didi Kempot yang menangis tersedu-sedu saat menonton konser. Fenomena tersebut menjadi populer membuat banyak anak muda mengikuti dan mulai menyukai lagu-lagu Didi Kempot. Didi Kempot sering berpesan kepada penggemarnya agar tidak menjadikan patah hati sebagai kesedihan yang mendalam, namun untuk semangat berkarya. Momen tersebut membuat anak muda tidak malu menyanyikan lagu tradisional (Satya, 2019).



Gambar II. 3 Fenomena Sobat Ambyar  
Sumber: <https://bit.ly/sobatambyarnangis>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

### **II.1.2 Fenomena Penyanyi Cover**

Menurut Wallach (2008), menjelaskan sejarah lagu *cover* di Indonesia dimulai saat pementasan seni (pensi) di sekolah tahun 1990'an. Dalam tahun tersebut mulai banyak band-band lokal yang menciptakan versi *cover* pada lagu-lagu Barat. Penyanyi *cover* semakin berkembang hingga saat ini. Kemunculan penyanyi *cover* terjadi saat lagu seseorang sedang populer atau banyak diperbincangkan masyarakat. Kepopuleran Didi Kempot membuat banyak bermunculan penyanyi *cover*. Penyanyi *cover* tidak hanya berasal dari penyanyi lokal namun juga artis terkenal. Kehadiran artis terkenal yang bernyanyi *cover* membuat potensi masyarakat lebih mengetahui lagu yang dinyanyikan penyanyi *cover* adalah ciptaan dari penyanyi tersebut dibandingkan penyanyi aslinya. Artis milenial yang biasanya menyanyikan *cover* Didi Kempot diantaranya adalah: Via Vallen, Nella Kharisma, dan Guyon Waton. Penyanyi *cover* biasanya mengunggah di Youtube karena Youtube merupakan sebuah *platform* yang populer.

### **II.1.3 Pakaian Didi Kempot**

Didi Kempot selalu konsisten membawakan lagu Jawa dalam setiap pertunjukannya dan menggunakan pakaian adat Jawa Surakarta lengkap saat bernyanyi di acara resmi. Pakaian adat tersebut diantaranya adalah blangkon, beskap, dan kain jarik. Didi Kempot sudah lama menggunakan pakaian adat tersebut pada acara resmi dengan tujuan untuk memperkenalkan budaya Jawa kepada masyarakat luas supaya lebih mencintai budayanya sendiri. Pakaian adat yang dikenakan Didi Kempot

hanya sebuah identitas, kekuatan sesungguhnya dari Didi Kempot adalah kedekatan dengan penggemar yang membuat penggemarnya mengenalinya (Siswanto, 2020).



Gambar II. 4 Pakaian Didi Kempot  
Sumber: <https://bit.ly/pbdidikempot>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

#### A. Blangkon

Blangkon adalah kain penutup kepala, udeng, kopiah. Sebutan blangkon berasal dari kata blangko yang mempunyai arti sebuah nama pada jenis iket yang telah dibentuk (Soegeng, 1980, h.113). Blangkon Surakarta dan Yogyakarta mempunyai perbedaan yaitu terletak pada bagian belakang, blangkon Yogyakarta memiliki benjolan sedangkan blangkon Surakarta tidak. Terdapatnya benjolan karena pada saat sejarah pemerintahan Panembahan Senopati, kebiasaan pria berambut panjang yang diikat kebelakang dan mempunyai filosofi jika orang Jawa pandai dalam menjaga rahasia tidak suka menyebarkan aib. Blangkon Surakarta bagian belakangnya rata karena pada masa pemerintahan Belanda para pria sudah berambut pendek (Patria, 2011, h.23).



Gambar II. 5 Blangkon Surakarta  
Sumber: <https://bit.ly/blangkonsolo>  
(Diakses pada: 10/11/2019)



Gambar II. 6 Blangkon Yogyakarta  
Sumber: <https://bit.ly/blangkonyk>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

### B. Beskap

Beskap merupakan pakaian adat pria Jawa resmi menyerupai kemeja yang berbentuk seperti kemeja yang tebal, berwarna gelap, tidak bermotif (polos) dan berkerah tegak. Beskap hampir mirip dengan surjan, perbedaannya hanya terletak pada warna dan kancing baju. Beskap mempunyai pola kancing yang menyamping di kanan dan kiri (Patria, 2011, h.5). Beskap memiliki lima kancing pada bagian depan melambangkan lima Rukun Islam, dua kancing pada leher mempunyai arti dua kalimat syahadat, dan tiga kancing pada bagian manset lengan kanan dan kiri melambangkan Rukun Iman. Hal tersebut terjadi karena pengaruh masuknya agama Islam di pulau Jawa dan mayoritas beragama Islam (Larasati, 2016).



Gambar II. 7 Beskap  
Sumber: <https://bit.ly/pbbeskap>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

### C. Jarik

Jarik adalah istilah dalam Bahasa Jawa yang artinya sebuah kain bermotif batik dengan berbagai corak. Batik adalah suatu produk tradisional berbahan tekstil yang

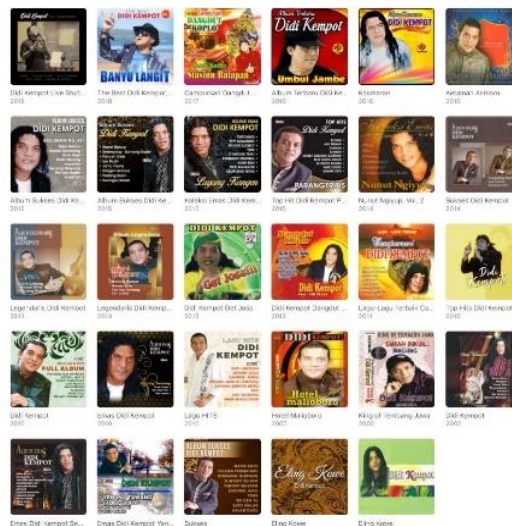
merupakan hasil karya bangsa Indonesia. Di Indonesia memiliki ciri khas motif batik tersendiri pada setiap daerahnya. Sejarah perkembangan batik di Indonesia mempunyai keterikatan dengan kerajaan Majapahit dan kerajaan Mataram (Nurainun, 2008, h.124). Menurut Achmad (2015), menyebutkan bahwa batik menjadi kebanggaan karena termasuk kedalam salah satu warisan dunia, sekaligus memberi tantangan bagi warga negaranya untuk melestarikan warisan kekayaan bangsa. Surakarta merupakan kota yang terkenal dengan hasil karya batiknya. Batik Surakarta dihasilkan dari industri uang dikelola turun temurun, sehingga membatik menjadi sumber mata pencaharian masyarakat Surakarta. Masyarakat Surakarta memiliki kemampuan membatik secara turun temurun.



Gambar II. 8 Jarik Parangkusumo  
Sumber: <https://bit.ly/pbjarik>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

## II.1.4 Karya Didi Kempot

Karir Didi Kempot dalam dunia musik Indonesia sudah lebih dari 30 tahun dengan membuat lebih dari 800 lagu dalam 80 lebih album. Diantara semua album Didi Kempot, Album Emas Didi Kempot adalah album terpopuler yang dirilis 1 Januari 2002 oleh Dasa Studio. Album Emas Didi Kempot mempunyai banyak lagu andalan seperti “Sewu Kuto”, “Tanjungmas Ninggal Janji”, “Tanjung Perak”, “Stasiun Balapan”, dan “Cidro”. Pada tahun 2003 Didi Kempot mempunyai lagu yang mempopulerkan namanya kembali dengan judul “Cucak Rowo” walaupun mempunyai lirik vulgar dan menjadi kontroversi.



Gambar II. 9 Kumpulan Album Didi Kempot (1997-2018)  
Sumber: <https://bit.ly/didikempotapple>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

- Kepopuleran Didi Kempot

Nama Didi Kempot semakin dikenal di wilayah Jawa Tengah, Yogyakarta dan Jawa Timur hingga tahun 2016 dengan lagu andalannya “Layang Kangen”, “Dalam Anyar”, “Suket Teki”. Lagu “Layang Kangen” semula adalah lagu “Angrie Foe Joe” yang diciptakan khusus oleh Didi Kempot dengan bahasa Suriname dan dinyanyikan bersama penyanyi wanita Suriname bernama Artoetiantie. Karena lagu “Angrie Foe Joe” sangat terkenal di Suriname, Didi Kempot merilis kembali lagu tersebut dengan bahasa Indonesia yang kemudian diberi judul “Layang Kangen” dan menjadi salah satu lagu yang sukses di Indonesia (Rahmawati, 2017).



Gambar II. 10 Didi Kempot Bersama Presiden Suriname  
Sumber: <https://bit.ly/withpressuriname>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

- Puncak Karir Didi Kempot

Di tahun 2019 nama Didi Kempot kembali dikenal bermula dari topik perbincangan di Twitter yang ramai membicarakan tentang fenomena penonton konser Didi Kempot. Penonton Didi Kempot yang didominasi anak muda milenial larut dalam suasana lagu banyak yang meneteskan air mata. Dahulu penggemar Didi Kempot mempunyai julukan “Kempoters”. Kempoters sangat mengapresiasi karya Didi Kempot yang memiliki tujuan untuk melestarikan budaya Jawa (Rahmawati, 2017, h.34). Kembali terkenalnya nama Didi Kempot membuat banyak penyanyi *cover* yang memanfaatkan kesempatan. Tidak sedikit penyanyi *cover* adalah dari penyanyi yang sudah terkenal juga ikut menyanyikan ulang lagu Didi Kempot. Hal tersebut membuat adanya potensi masyarakat lebih mengetahui lagu asli Didi Kempot melalui penyanyi *cover* karena penyanyi *cover* lebih menarik dalam berpenampilan dan lebih mengikuti tren milenial.

- Penghargaan Didi Kempot

Nama Didi Kempot yang sedang terkenal tidak membuatnya berhenti berkarya, Didi Kempot terus membuat lagu-terbarunya sepanjang tahun 2019 dan sukses diantaranya adalah “Ambyar”, “Ora Bisa Mulih”, “Tatu”, dan diunggah di kanal Youtube pribadinya. Didi Kempot adalah legenda penyanyi campursari dengan mendapatkan apresiasi yang baik dari masyarakat Indonesia. Didi Kempot mendapatkan beragam penghargaan mulai dari Indonesia Dangdut *Award*,



Anugerah Dangdut TPI, Anugerah Musik Indonesia (AMI Award), Panasonic Musik Award dan yang paling terbaru adalah penghargaan *Lifetime Achievement* dari *Billboard* Indonesia (Rahmawati, 2017, h.33).



Gambar II. 11 Didi Kempot & Penghargaan *Billboard* Indonesia  
Sumber: <https://bit.ly/didikempotbillboard>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

### II.1.5 Meninggalnya Didi Kempot

Kepopuleran Didi Kempot tidak membuatnya berhenti berkarya, hingga awal tahun 2020 Didi Kempot telah menciptakan karya-karya terbarunya. Lagu baru Didi Kempot diantara lain “Tamba Teka Lara Lunga”, “Istighfar Sak Kuatmu”, dan lagu “Ojo Mudik” yang ditujukan kepada masyarakat Indonesia supaya tidak mudik ke kampung halaman supaya menghentikan penyebaran virus Covid-19. Tidak hanya itu, Didi Kempot juga sudah merencanakan akan menggelar konser besar untuk memperingati 30 tahun berkarya, namun ditunda karena pandemi virus covid-19. Didi Kempot lalu mengadakan konser amal dari rumah yang disiarkan oleh KompasTV dengan berhasil menggumpulkan total donasi hingga 7,6 miliar rupiah. Konser amal tersebut mendapat apresiasi penuh dari seluruh masyarakat Indonesia dan juga menjadi konser terakhir Didi Kempot (Auliani, 2020).

Didi Kempot meninggal dunia pada hari selasa, 5 Mei 2020 di usia 53 tahun. Didi Kempot meninggal dunia akibat henti jantung di RS Kasih Ibu, Surakarta. Didi Kempot dimakamkan pada hari selasa setelah disemayamkan dan dishalatkan sore hari di Tempat Pemakaman Umum (TPU) Desa Majasem, Kecamatan Kendal,

Kabupaten Ngawi, Jawa Timur hari Selasa. Pemakaman Didi Kempot diiringi ribuan Sobat Ambyar dari berbagai daerah. Kabar meninggalnya Didi Kempot tidak hanya ada di Indonesia. Media internasional juga memberitakan meninggalnya Didi Kempot, diantaranya BBC News dan media di Suriname. Ungkapan berita duka juga datang dari Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo dan juga Menteri Keuangan, Sri Mulyani melalui laman Instagram. Meninggalnya Didi Kempot membuat tagar #SobatAmbyarBerduka menjadi *trending topic* Twitter di Indonesia (Auliani, 2020).

## **II.2 Kondisi Masyarakat**

Untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya tentang biografi Didi Kempot. Maka dilakukan wawancara kepada narasumber ahli dan masyarakat, penyebaran kuesioner dan observasi. Berikut merupakan hasil analisa permasalahan yang telah dilakukan.

### **II.2.1 Hasil Wawancara**

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih akurat serta *relate* dengan kondisi masyarakat terkini. Wawancara yang telah dilakukan sebelumnya (Muhammad, 2020) dibagi menjadi dua jenis, yaitu wawancara ahli yang ditujukan untuk mendapatkan informasi fenomena Didi Kempot dan wawancara masyarakat yang mengetahui sosok Didi Kempot, untuk mendapatkan data lapangan yang sesuai dengan fakta narasumber.

#### **a. Wawancara Ahli**

Wawancara dengan ahli dilakukan pada tanggal 1 April 2020 melalui aplikasi Zoom. Narasumber merupakan ahli dalam *branding* dan menjadi dosen di Universitas Telkom. Berikut merupakan data wawancara ahli yang didapatkan dari narasumber.

Nama Lengkap : Riky Azharyandi Siswanto, S.Ds, Mdes.  
Tanggal lahir : 24 Juli 1987  
Pendidikan : S1 Universitas Trisakti, S2 UNSW Australia, S3 USM  
Malaysia

Jabatan : Dosen DKV Telkom University



Gambar II. 12 Foto Narasumber Ahli  
Sumber: Dokumen Pribadi

Menurut Riky, *branding* adalah sebuah identitas dan yang sedang berkembang sekarang adalah *brand-brand* besar harus memiliki sebuah *personality*, maka dari itu *personal branding* adalah sebuah prinsip dasar. Pada dasarnya manusia memiliki *branding*, namun saat menjadi seorang artis atau tokoh masyarakat, biasanya akan berubah dan selalu memiliki sesuatu yg ingin ditunjukkan. Tren *personal branding* berubah di industri 4.0. Semula *personal branding* adalah cara yang dilakukan untuk menciptakan suatu yang lebih baik dari sebelumnya, namun sekarang tidak lagi. Karena melalui media sosial semua hal dimulai dari sebuah kejujuran. Kejujuran tersebut yang akan menjadi bumerang jika seseorang yang membuat sebuah *branding* palsu. *Branding* yang tidak jujur akan membuat sebuah bahasan baru di media sosial. Karena itu saat ini masyarakat lebih mempercayai *review* dibandingkan iklan *branding* sebuah produk.

Narasumber memberikan pendapatnya jika Didi Kempot diyakini berkarya dengan kejujuran pada setiap karyanya. Semua yang membuatnya sukses adalah sama seperti apa yang terjadi pada kehidupannya, sehingga masyarakat akan mengalami kedekatan dengannya. Di zaman media sosial, seniman mempunyai banyak ruang untuk mempublikasikan sesuatu hal yang tidak terlihat oleh masyarakat. Jika zaman

dulu seorang artis dipandang seseorang yang glamor, namun sekarang artis dapat dilihat dalam kesehariannya, sehingga memberikan kedekatan dengan masyarakat. Didi Kempot mempunyai kedekatan dengan masyarakat yang sangat kuat. Kedekatan itu dapat dilihat dari lagu yang menggunakan bahasa Jawa. Bahasa Jawa merupakan bahasa yang dipakai dalam sehari-hari, oleh sebab itu lagunya sangat *relate* dengan yang terjadi pada anak muda.

Menurut narasumber, kehebatan Didi Kempot bisa merubah sesuatu yang bersifat kedaerahan menjadi sebuah kedekatan. *Personal branding* dalam diri Didi Kempot adalah tentang kedekatan. Kedekatan tersebut mempunyai arti tidak menggolongkan antara seniman dengan penggemar. Dalam sebuah *branding*, atribut yang dikenakan Didi Kempot adalah sebuah identitas yang bisa memberikan kedekatan. Identitas *branding* membentuk sebuah kedekatan selain dari karyanya. Didi Kempot membangun *branding* bukan hanya untuk identitas. Banyak anak muda milenial yang menyukai karya Didi Kempot, membuktikan bahwa suatu hal bersifat tradisional tidak selamanya ditolak oleh anak muda. Hal tradisional justru bisa mendekatkan dengan anak muda, seperti pada fenomena pergerakan besar dalam *local branding*. Fenomena tersebut membuat masyarakat membeli *brand* lokal. Kemungkinan hal tersebut terjadi akibat dukungan untuk mencintai produk lokal. *Branding* tidak bisa hanya dilihat dari objeknya saja. Lingkungan dapat membentuk persepsi dalam sebuah *branding*, seperti fenomena zaman sekarang yaitu mencintai produk lokal adalah sesuatu hal yang keren.

#### b. Wawancara Masyarakat

Wawancara dilakukan kepada masyarakat yang mempunyai informasi terkait Didi Kempot. Wawancara dilakukan kepada dua narasumber dari luar domisili Jawa Tengah untuk mengetahui informasi masyarakat dalam mengenal Didi Kempot. Berikut merupakan data wawancara masyarakat yang didapatkan dari narasumber.

Nama : Vira  
Umur : 19 tahun  
Pekerjaan : Mahasiswi



Gambar II. 13 Foto Narasumber 1  
Sumber: Dokumen Pribadi

Vira merupakan seorang mahasiswi yang saat diwawancara, Vira mengatakan jika ia mengetahui sosok Didi Kempot sejak lama. Saat diwawancarai Vira mengaku mengetahui Didi Kempot dari lagu yang ditonton di Youtube. Vira mengatakan walaupun tidak begitu mengerti bahasa dari lagu Didi Kempot, namun sangat menyukai musik Didi Kempot dan tertarik terhadap fenomena yang terjadi. Vira ikut dapat merasakan perasaan saat penonton yang ikut terharu saat mendengarkan Didi Kempot bernyanyi. Menurutnya Didi Kempot cukup terkenal di Bandung, karena ia pernah mengetahui tentang informasi konser Didi Kempot di Bandung namun tidak ikut menonton. Vira mengenal beberapa lagu-lagu Didi Kempot diantaranya adalah “Cidro” dan “Stasiun Balapan”.

Nama : Fadil  
Umur : 20 tahun  
Pekerjaan : Mahasiswa



Gambar II. 14 Foto Narasumber  
Sumber: Dokumen Pribadi

Wawancara selanjutnya dilakukan kepada Fadil, 20 tahun. Fadil menyatakan bahwa mengetahui Didi Kempot dari temannya yang sering mendengarkan lagu Didi Kempot. Namun ia mengatakan jika mengetahui lagu “Pamer Bojo” pertama kali

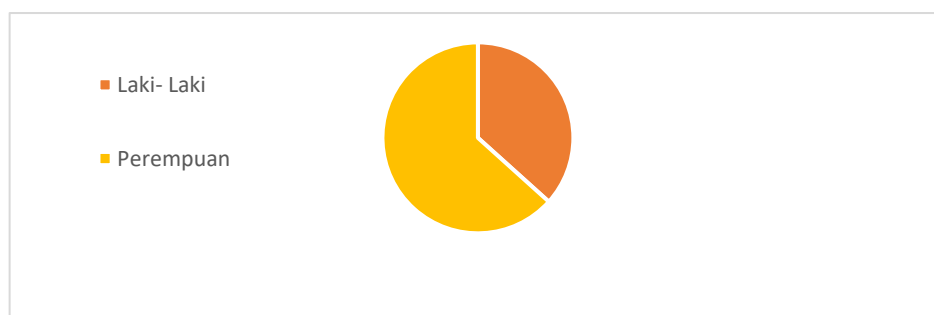
dari Nella Kharisma dengan tambahan “Cendol Dawet” dalam lagu tersebut. Fadil juga mengetahui tentang fenomena “Sobat Ambyar” yang sempat menjadi *top trending* di Youtube. Menurut Fadil, Didi Kempot cukup terkenal di Bandung karena ia sering mendengarkan lagu “Pamer Bojo” saat ia sedang melewati suatu tempat. Didi Kempot sangat sering muncul di TV sebagai bintang iklan, membuat Fadil meyakini bahwa nama Didi Kempot sangat dikenal oleh masyarakat.

Kesimpulan dari wawancara narasumber ahli dan masyarakat adalah nama Didi Kempot di tahun 2019 sangat populer. Didi Kempot dikenal tidak hanya di wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur, namun dikenal baik oleh masyarakat yang berada di Jawa Barat. Menurut narasumber ahli, kekuatan tersebut muncul dari sosok Didi Kempot dengan kejujuran dalam berkarya dan kedekatan dengan penggemarnya. Hasil wawancara dengan masyarakat di Bandung yang mengetahui Didi Kempot beserta karya-karyanya, namun narasumber mengetahui karya Didi Kempot melalui penyanyi *cover* terlebih dahulu dibanding penyanyi aslinya.

## II.2.2 Hasil Kuesioner

Pertanyaan kuesioner disebarkan secara tertutup kepada 60 responden yang di dalamnya terdiri dari laki-laki atau perempuan yang hanya mengetahui sosok Didi Kempot, dan berdomisili di Bandung dengan rentang usia 15 - 30 tahun. Kuesioner ini disebarkan secara daring pada tanggal 30 Desember 2019, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

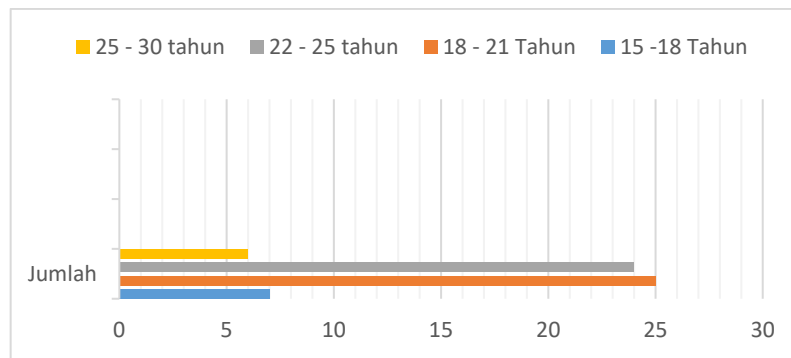
### 1. Jenis Kelamin



Gambar III.15 Diagram 1  
Sumber: Dokumen Pribadi

Setelah penulis menyebarkan kuesioner lalu penulis mendapatkan data sebanyak 60 responden dengan jenis kelamin perempuan yang mendominasi kuesioner dengan 38 responden dan laki-laki 22 responden.

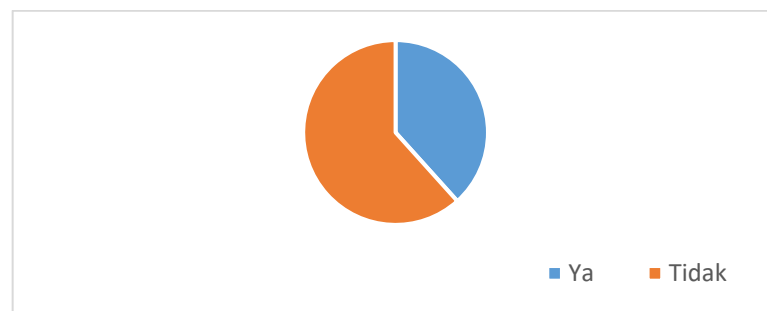
## 2. Umur



Gambar III.16 Diagram 2  
Sumber: Dokumen Pribadi

Responden terdiri dari rentang usia 15 tahun sampai 30 tahun, dengan penjabaran Terdapat 5 orang dengan usia 15-18 tahun, 6 orang dengan usia 25-30 tahun, 24 orang dengan usia 22-25 tahun, dan 25 orang dengan usia 18-21 tahun.

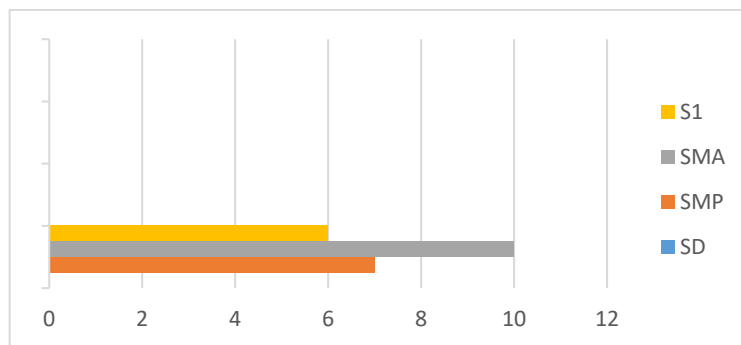
## 3. Golongan “Sobat Ambyar”



Gambar III.17 Diagram 3  
Sumber: Dokumen Pribadi

Sebanyak 23 orang dari 60 responden menyebut dirinya sebagai “Sobat Ambyar”. Sebagian dari Setelah mengetahui responden lebih banyak tahu tentang adanya “Sobat Ambyar” dan menyebut dirinya bagian darinya lalu penulis mendapatkan data responden perempuan mendominasi dan termasuk golongan “Sobat Ambyar”

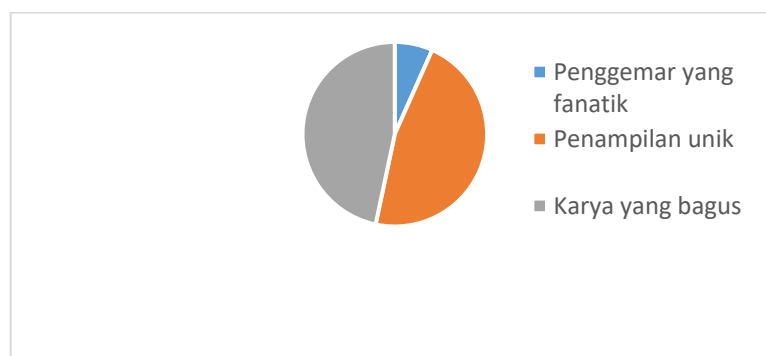
## 4. Latar Belakang Pendidikan



Gambar III.18 Diagram 4  
Sumber: Dokumen Pribadi

Dari kuesioner tentang golongan “Sobat Ambyar” pada pertanyaan sebelumnya, penulis menambahkan pendidikan terakhir dari responden yang hanya diisi oleh kalangan “Sobat Ambyar” oleh karena itu jumlah respondennya berbeda dan penulis mendapatkan data “Sobat Ambyar” didominasi pendidikan terakhir SMA sebanyak 10 orang diikuti 7 orang SMP dan 6 orang S1.

5. Faktor apa yang mempengaruhi karya seseorang bertahan lama?

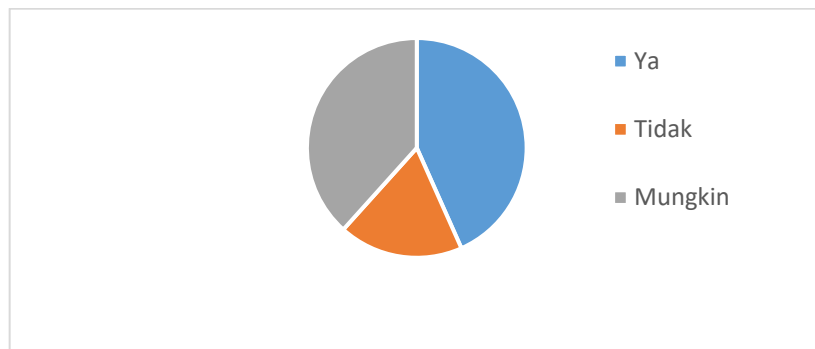


Gambar III.19 Diagram 5  
Sumber: Dokumen Pribadi

Pendapat responden tentang faktor yang mempengaruhi karya seseorang bisa bertahan lama mempunyai data yang sama sebanyak 28 responden memilih karena penampilan yang unik, dan 28 responden memilih tentang karya yang bagus dan sisanya 4 orang memilih karena faktor penggemar yang fanatik. Pada kasus ini responden menyukai Didi Kempot karena mempunyai karya yang bagus dan berpenampilan unik.

6. Perlukah seorang seniman memiliki penggemar fanatik?

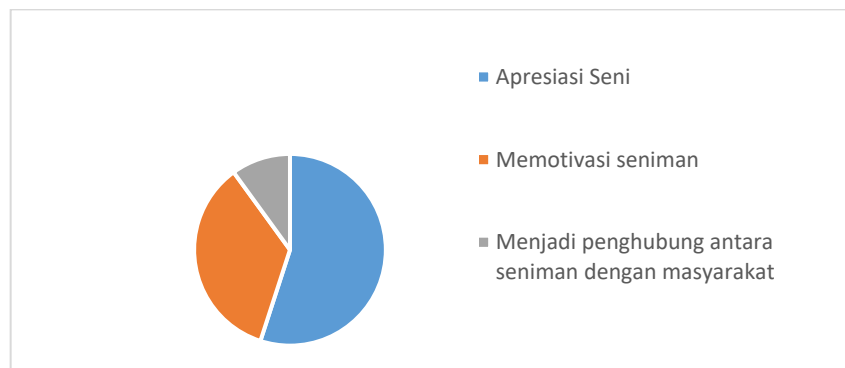




Gambar III.20 Diagram 6  
Sumber: Dokumen Pribadi

Pentingnya kehadiran penggemar dalam kasus ini adalah “Sobat Ambyar” menurut responden sangat diperlukan dalam perjalanan karir seorang Didi Kempot, sebanyak 26 orang menjawab ya. Kemudian 23 orang menjawab mungkin, dan 11 orang menjawab tidak.

#### 7. Pentingnya kehadiran penggemar untuk seniman



Gambar III.21 Diagram 7  
Sumber: Dokumen Pribadi

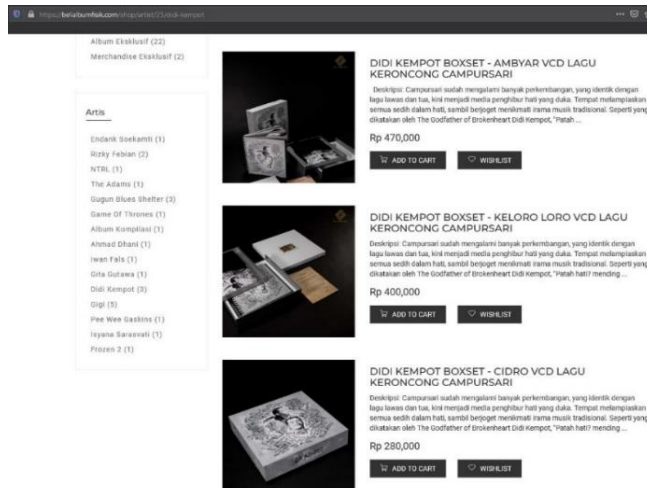
Sebanyak 33 responden mengisi pertanyaan manfaat penggemar bagi karir seseorang adalah sebagai apresiasi seni. Lalu 21 responden memilih sebagai penyemangat motivasi seniman sehingga dapat melahirkan karya-karya yang bagus. 6 orang memilih pentingnya kehadiran penggemar untuk seniman adalah sebagai penghubung antara masyarakat dengan seniman.

### II.2.3 Hasil Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan data lapangan terbaru yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Observasi dilakukan dalam dua tahap, tahap pertama observasi penggemar Didi Kempot dilakukan di *marketplace* yang menjual *official merch* Didi Kempot untuk mengetahui informasi tentang apresiasi masyarakat terhadap Didi Kempot. Tahap kedua adalah observasi untuk mengetahui data dan fakta lapangan tentang kehadiran penyanyi *cover*, yang membuat potensi lagunya lebih dikenal oleh penyanyi *cover* dibanding penyanyi aslinya. Observasi dilakukan tanggal 12 Desember 2019 dengan hasil sebagai berikut.

#### a. Observasi apresiasi karya Didi Kempot

Kekuatan Didi Kempot berpengaruh terhadap banyaknya penggemar yang mengapresiasi seniman dimana Didi Kempot membuat *official merch* yang dijual untuk didedikasikan kepada para “Sobat Ambyar” dengan membuat *Sad Box*. *Sad Box* merupakan *official merch* yang dikemas dalam bentuk *boxset* berisikan VCD lagu Didi Kempot dengan varian 3 level perasaan, Paket Cidro, Keloro-loro dan Ambyar. *Sad Box* tersebut dijual di *website* [www.belialbumfisik.com](http://www.belialbumfisik.com) dibagi dalam 3 paket dengan harga mulai dari 280.000-470.000 rupiah. *Sad Box* diluncurkan setelah nama Didi Kempot kembali menjadi perbincangan karena fenomena “Sobat Ambyar” muncul dan mencuri perhatian warganet, maka dari itu *Sad Box* tersebut didedikasikan untuk para “Sobat Ambyar” yang mayoritas adalah milenial. Isi dari *Sad Box* tersebut beragam tergantung harga paket yang dibeli, harga Paket Cidro Rp.280.000, Paket Keloro-Loro Rp.400.000, dan Paket Ambyar Rp.470.000.



Gambar II. 22 Website belialbumfisik.com  
 Sumber: <https://bit.ly/albumfisiksadbox>  
 (Diakses pada: 10/11/2019)

**Kelengkapan Paket Cidro:**

1. 7 VCD *spiral book*
2. *Member Card*
3. Sertifikat dari Didi Kempot

**Kelengkapan Paket Keloro-Loro:**

1. 7 VCD *spiral book*
2. *Member Card*
3. Sertifikat dari Didi Kempot
4. Kaos

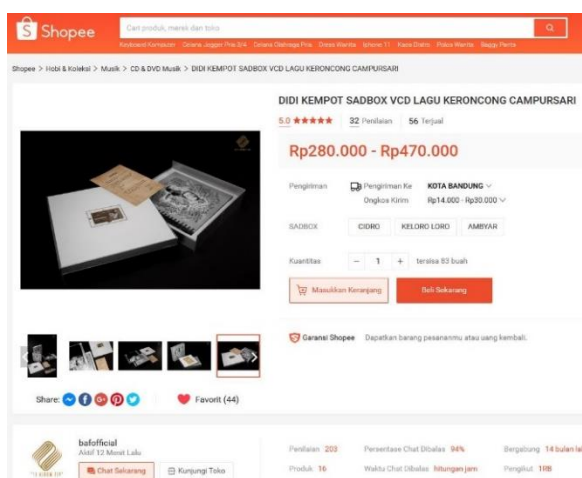
**Kelengkapan Paket Ambyar:**

1. 7 VCD *spiral book*
2. *Member Card*
3. Sertifikat dari Didi Kempot
4. Kaos
5. Ikat kepala



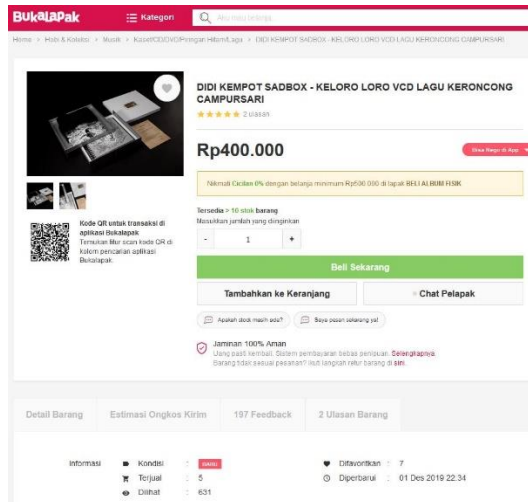
Gambar II. 23 Merch Didi Kempot  
Sumber: <https://bit.ly/belialbmfsk>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

Produk tersebut juga dapat dibeli melalui *marketplace* Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak dengan penjual Beli Album Fisik Resmi.



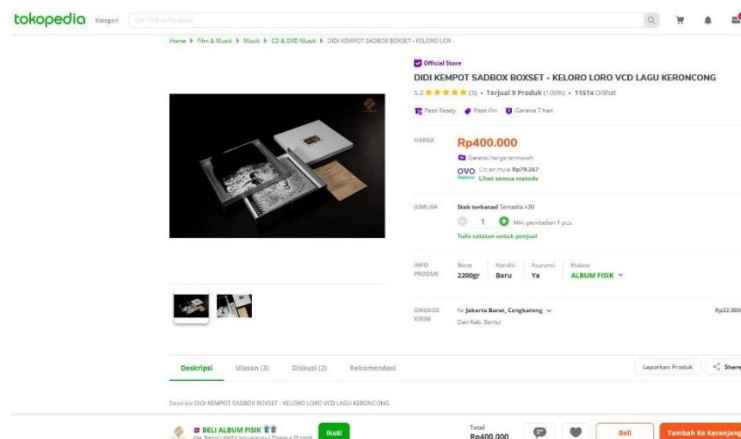
Gambar II. 24 Website Shopee  
Sumber: <https://bit.ly/sadboxshopee>  
(Diakses pada: 10/11/2019)

Pada *website* Shopee penulis menemukan data penjualan *Sad Box* tersebut mencapai 56 barang, mendapatkan 32 penilaian dengan rating bintang 5 serta difavoritkan 44 pengguna akun shopee dengan asumsi mereka membuat daftar belanja atau memberitahukan kepada pengguna lain untuk membeli *sad box*.



Gambar II. 25 Website Bukalapak  
 Sumber: <https://bit.ly/bukalapaksadbox>  
 (Diakses pada: 10/11/2019)

Data dari Bukalapak penulis menemukan produk tersebut dilihat oleh 631 orang. Penjualan *Sad Box* tersebut mencapai 5 barang, mendapatkan 2 ulasan barang serta kepercayaan bintang 5 dan difavoritkan 7 pengguna akun Bukalapak dengan asumsi mereka membuat daftar belanja atau memberitahukan kepada pengguna lain untuk membeli *sad box*.

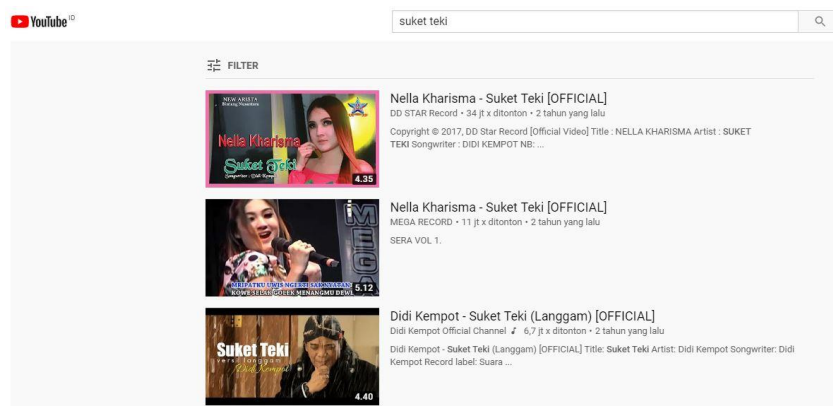


Gambar II. 26 Website Tokopedia  
 Sumber: <https://bit.ly/sadboxtokopedia>  
 (Diakses pada: 10/11/2019)

Data dari Tokopedia penulis menemukan produk tersebut dilihat oleh 1151 orang. Penjualan *Sad Box* tersebut mencapai 9 barang, mendapatkan 3 ulasan barang serta kepercayaan bintang 5.

b. Observasi perbandingan penyanyi *cover* dengan karya Didi Kempot

Observasi dilakukan dengan cara membandingkan jumlah penonton penyanyi *cover* dengan penyanyi aslinya. Dari jumlah penonton tersebut observasi dilakukan untuk melihat potensi masyarakat yang lebih mengetahui lagu melalui penyanyi *cover* dibanding penyanyi aslinya. Dipilihnya Youtube karena merupakan *platform* populer yang digunakan Didi Kempot untuk mengunggah lagu terbarunya. Lagu yang dibandingkan adalah lagu-lagu populer Didi Kempot yang di *cover* oleh penyanyi lain antara lain:

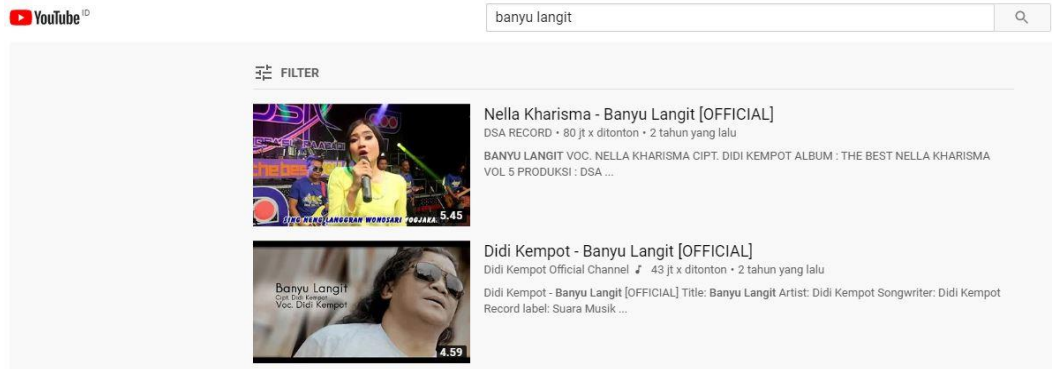


Gambar II. 27 Perbandingan Lagu *Cover* 1

Sumber: <https://bit.ly/youtubesuketteki>

(Diakses pada: 10/11/2019)

Lagu “Suket Teki” menjadi salah satu lagu Didi Kempot yang kembali dikenal di tahun 2019, dengan kehadiran penyanyi *cover* yang mempopulerkan ulang lagu Didi Kempot membuat adanya potensi masyarakat lebih mengetahui lagu asli Didi Kempot melalui penyanyi *cover*. Jumlah penonton penyanyi *cover* mengungguli penyanyi aslinya dengan 34 juta penonton, dan 11 juta dengan penyanyi yang sama dibanding dengan penonton Didi Kempot yang mempunyai 6 juta penonton.



Gambar II. 28 Perbandingan Lagu *Cover* 2  
 Sumber: <https://bit.ly/youtubebanyulangit>  
 (Diakses pada: 10/11/2019)

Pada informasi selanjutnya terdapat lagu “Banyu Langit” Didi Kempot yang di *cover* penyanyi milenial. Nama Nella Kharisma berada di urutan pertama mengungguli jumlah penonton Didi Kempot dengan lagu aslinya. Nella Kharisma mendapatkan penonton 80 juta, sedangkan Didi Kempot berada urutan selanjutnya dengan 43 juta penonton.

### II.3 Analisis

Perancangan informasi tentang biografi Didi Kempot menggunakan analisis 5W+1H:

- *What*

Apa itu biografi?

Biografi adalah sebuah riwayat hidup seseorang yang ditulis oleh orang lain dengan menuliskan cerita kehidupan, perjuangan dan ideologi seseorang untuk dijadikan teladan tolak ukur oleh pembaca (Toyidin, 2013, h.292).

- *Who*

Siapa Didi Kempot?

Didi Kempot, seorang penyanyi legenda campursari yang di tahun 2019 namanya kembali dikenal oleh masyarakat Indonesia dan mempunyai penggemar anak muda milenial yang disebut “Sobat Ambyar”.

- *Where*

Dimana biografi bisa ditemukan?

Biografi muncul pada figur/sosok yang mempunyai kisah hidup dan hal-hal yang dianggap baik yang tidak ditemukan oleh orang lain untuk dijadikan sebagai teladan.

- *When*

Kapan biografi dibuat?

Biografi dibuat ketika seseorang mempunyai pengaruh besar bagi masyarakat dan dapat menginspirasi orang lain.

- *Why*

Mengapa membahas biografi Didi Kempot?

Didi Kempot sebagai legenda musik campursari dengan karya-karya yang telah diciptakan mempunyai pengaruh besar dalam musik dan budaya tradisional. Meninggalnya Didi Kempot juga memberi urgensi supaya karya-karyanya masih dapat dikenal dan dinikmati di masa yang akan datang.

- *How*

Bagaimana biografi Didi Kempot?

Didi Kempot mempunyai kisah hidup yang berasal dari penyanyi trotoar hingga dapat menciptakan kurang lebih 800 lagu dan mendapatkan banyak penghargaan dan apresiasi masyarakat Indonesia.

## **II.4 Resume**

Nama Didi Kempot yang sudah melegenda sebagai maestro musik campursari membuat Didi Kempot dikenal tidak hanya di Indonesia namun hingga Belanda dan Suriname. Karyanya yang dapat diterima oleh semua generasi membuat penggemar Didi Kempot tidak hanya golongan orang tua, namun anak muda milenial. Tahun 2019 nama Didi Kempot kembali dikenal masyarakat Indonesia. Didi Kempot masih konsisten berkarya hingga di tanggal 5 Mei 2020, Didi Kempot meninggal dunia. Berdasarkan hasil wawancara, kuesioner, dan observasi Didi Kempot banyak



dikenal oleh masyarakat. Didi Kempot dikenal melalui kejujuran dan kedekatan dengan penggemarnya. Banyak penggemar Didi Kempot mendukung dan mengapresiasi karyanya dengan membeli *official merch* Didi Kempot di *marketplace* yang tersedia. Desain dari *boxset* Didi Kempot didesain kekinian yang didedikasikan untuk “Sobat Ambyar”. Seperti yang telah disebutkan narasumber ahli Ricky Azharyandi, Didi Kempot memiliki sosok yang kuat dengan kedekatan dengan penggemarnya, hal tersebut membuat karya Didi Kempot dapat diterima dan disukai oleh masyarakat.

Walaupun demikian, dari hasil wawancara dengan Fadil yang mengaku mengetahui lagu Didi Kempot pertama kali dari penyanyi *cover*, hasil observasi tentang perbandingan jumlah penonton video di Youtube antara penyanyi *cover* dan penyanyi aslinya mempunyai selisih jumlah penonton yang tinggi, membuktikan penyanyi *cover* dapat berpotensi menungguli karya penyanyi aslinya. Perancangan ini dibuat supaya dapat mengenang Didi Kempot dan karyanya selalu dikenal walaupun bermunculan penyanyi *cover*.

## **II.5 Solusi Perancangan**

Sehubungan dengan masalah sebelumnya, dibutuhkan solusi perancangan desain untuk mengatasi masalah tersebut. Menurut Kurniawan (2011), desain memiliki sejarah dalam kehidupan bermasyarakat. Serangkaian hasil desain diharapkan mampu memberikan nilai-nilai positif pada masyarakat. Solusi yang diusulkan untuk menginformasikan masyarakat mengenai karya asli Didi Kempot dengan *personal branding* yang kuat, diyakini dapat membantu mengatasi permasalahan yang sebelumnya disebutkan. Meninggalnya Didi Kempot menjadi sebuah momentum yang tepat untuk pembuatan media informasi, diharapkan dapat mendekatkan masyarakat dengan Didi Kempot dan karyanya. Solusi tersebut menggunakan sebuah media yang didesain informatif sehingga dapat sampai kepada masyarakat.