

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Representasi merupakan suatu proses penyampaian realitas dengan cara komunikasi berupa kata-kata, bunyi, citra atau kombinasinya. Dengan kata lain, representasi menjadi produksi makna melalui bahasa yang biasanya berupa tanda atau simbol. Bentuk representasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pengalaman belajar dan usia (Mayor and No 2023). Representasi memiliki definisi akan kebenaran terhadap timbulnya persepsi masyarakat. Oleh karena itu, dalam penelitian ini berusaha mengkaji adanya representasi pada seorang sinden muda yang tengah memiliki nama cukup besar saat ini. Sinden muda tersebut bernama Niken Salindry. Niken Salindry merupakan sinden muda asal Kediri yang berfokus pada dunia sinden dengan genre campursari dan dangdut. Representasi tersebut akan mencari kebenaran dari asumsi atau persepsi masyarakat terkait seorang sinden muda melalui penampilan Niken Salindry dalam beberapa unggahan Youtube.

Penelitian ini akan menganalisis sebuah channel Youtube resmi **Niken Salindry Official** yang merupakan akun pribadi milik pesinden muda tersebut. Channel ini mulai bergabung pada Youtube tanggal 16 November 2017, dengan jumlah *subscriber* 335 ribu per Juni 2025. Jumlah *viewers* telah mencapai 54.551.760 x ditonton dengan jumlah unggahan sebanyak 35 video. Pemilihan channel Youtube disebabkan karena akun tersebut telah menjadi proses perjalanan Niken Salindry dalam berkarir melalui postingan Youtube.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh unggahan video channel tersebut yang mencapai 54.551.760 kali *viewers*. Salah satu unggahan tertinggi mencapai 960.000 *viewers* yang kemudian lagu dalam video tersebut menginspirasi penyanyi lain untuk nyanyikan ulang di channel Youtube berbeda. Selain itu, media sosial yang mudah diakses untuk mendapatkan hiburan bagi masyarakat adalah Youtube terutama bagi penikmat kesenian Jawa khususnya Campursari.

Seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial Youtube kini banyak diminati oleh masyarakat karena sangat memudahkan pengaksesan salah satunya untuk mencari hiburan (Mangole, Himpong, and Kalesaran 2017). Youtube menjadi media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2025. Menurut data laporan dari We Are Social menyebutkan Indonesia masuk dalam 7 besar negara dengan pengguna Youtube terbesar, yakni tercatat 143 juta pengguna pada awal tahun 2025. Tingginya minat pengguna terlihat dari durasi pemakaian rata-rata 1.744 menit, sekitar 29 jam 4 menit perbulan dalam pengaksesan Youtube. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa unggahan video yang menarik untuk diteliti karena adanya bentuk kolaborasi bersama kesenian lain dalam melestarikan budaya Jawa. Hal ini kemudian mendapat afirmasi positif dari khalayak penikmat seni yang tidak hanya berasal dari Jawa Timur tapi dari daerah-daerah seluruh Indonesia.

Kolaborasi budaya mampu menciptakan kreativitas bagi pelaku seni yang memberikan pembaruan bagi kesenian Jawa. Hal ini, berfungsi untuk menghindari kebosanan dalam menikmati karya seni khususnya dalam genre campursari dan sinden. Kolaborasi budaya dalam channel Youtube Niken Salindry ini mampu menjadi representasi dinamika profesi sinden yang dulunya hanya sebatas pengiring dalang dalam pagelaran wayang, kini beranjak menjadi penyanyi dengan kemampuan lintas genre dan kreativitas lainnya. Keberadaan sinden dulu dianggap

sebagai wanita penghibur yang hanya mengandalkan paras cantik dan gaya menari yang gemulai (Alyya et al. n.d.). Adanya ruang kolaborasi yang terdapat dalam unggahan video di channel Youtube Niken Salindry official mampu mengatasi konflik dan memberikan jawaban atas persepsi sinden dari masyarakat di era modern saat ini yang dianalisis melalui 3 video kolaborasi budaya dalam channel tersebut.

Pemilihan 3 konten dalam unggahan di channel tersebut karena adanya bentuk kolaborasi budaya antara pesinden muda Niken Salindry dengan beberapa pelaku seni, seperti pemusik gamelan dari anak sekolah menengah, seni tari jaranan, dan komunitas campursari Kembar Musik Digital. Video-video tersebut menjadi unggahan yang paling banyak mendapat respon dan komentar positif dari penonton. Judul lagu-lagu tersebut antara lain, *Gang Dolly*, *Wiso Tresno* dan *Kuto Angin*. *Gang Dolly* memiliki jumlah penayangan sebanyak 960 ribu viewers, *Wiso Tresno* sebanyak 216 ribu viewers, dan *Kuto Angin* sebanyak 72 ribu viewers. Hal yang mendasar atas pemilihan 3 video tersebut mampu menjadi representasi sinden muda Niken Salindry yang dianalisis dari unggahan video kolaborasi budaya. Melalui unggahan video kolaborasi mampu menciptakan identitas budaya Jawa dalam genre campursari.

Identitas budaya sebagai konsep yang kompleks yang tidak hanya mencakup tradisi dan kebiasaan saja, tetapi juga nilai-nilai, keyakinan yang membentuk pandangan diri dan upaya dalam menjaga keaslian dan keberlanjutan warisan budaya melalui media sosial (Fahma and Safitri 2024). Upaya tersebut mampu dibuktikan dengan unggahan video terpilih yang mencerminkan adanya perluasan budaya yang membentuk pandangan masyarakat akan beragamnya bidang seni, dimana dapat dikolaborasikan dengan keunikan dan kemampuan sinden dari Niken Salindry melalui channel pribadinya tersebut. Beberapa peluang muncul dengan inovasi kolaboratif Niken Salindry dalam

channel ini, dimana aspek atau jangkauan penonton yang lebih luas tidak hanya dari pengikut Niken Salindry dari media sosial lainnya saja, tetapi juga seluruh Indonesia karena mudahnya pengaksesan platform ini. Bentuk kolaborasi dalam channel Niken Salindry Official menciptakan personal branding yang baik dengan adanya kreativitas dan inovasi terbaru dalam pembawaan seorang sinden muda yang membuatnya tampil berbeda dengan sinden-sinden dan channel-channel lainnya.

Pembawaan menyinden dengan inovasi kolaborasi serta ditunjang dengan tampilan yang lebih modern akan menciptakan personal branding Niken Salindry sebagai sosok yang mampu membawa kebaruan, pemakaian kebaya yang modern, perpaduan lintas genre dan kesenian lain membawa citra positif yang mendapat perhatian publik. Personal branding merupakan Tindakan individu dalam mempromosikan merk diri agar mampu terlihat profesional akan suatu bidang tertentu yang dalam penelitian ini dilakukan melalui unggahan video di channel Youtube Niken Salindry Official. Bentuk usaha menciptakan personal branding dapat dilihat melalui kolaborasi yang dihadirkan untuk memudahkan identitas sinden muda Niken Salindry di kalangan masyarakat (Anggarini 2021).

Penelitian dianalisis menggunakan metode semiotika oleh John Fiske dimana akan dikaji menggunakan 3 level pengkodean, antara lain level realitas, representasi dan ideologi. Analisis semiotika oleh John Fiske dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat memaknai tanda, gambar dan simbol yang memiliki arti dengan penggunaan bahasa yang kemudian akan direpresentasikan melalui kolaborasi dalam setiap video. Oleh sebab itu, penelitian ini berusaha mengkaji upaya personal branding yang diwujudkan dalam setiap unggahan video kolaborasi budaya dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Bagaimana representasi kolaborasi identitas sinden muda dalam channel Youtube Niken Salindry Official dalam upaya personal branding?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk mengetahui representasi kolaborasi identitas sinden muda dalam channel Youtube Niken Salindry Official dalam upaya personal branding.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

1. Pengembangan ilmu seni tradisional

Penelitian tentang representasi sinden muda dapat memperkaya ilmu pengetahuan tentang dunia kesenian sinden.

2. Pengembangan teori tentang personal branding sinden dalam media sosial.
3. Sebagai kajian budaya

1.4.2 Manfaat praktis

1. Bagi peneliti:

Dapat meningkatkan wawasan tentang cara menganalisis publik figur dalam berbagai aspek, seperti personal branding, performativitas, representasi, dan mengenai simbol serta tanda yang mengandung makna dari subjek penelitian.

2. Bagi sinden

Dapat menjadi acuan pengembangan diri yang berprofesi

sebagai sinden untuk membranding diri sehingga memiliki daya tarik tinggi.